



HAL
open science

Les recueillant×es : Pratiques graphiques féministes en France (2012-2022)

Elise Goutagny

► **To cite this version:**

Elise Goutagny. Les recueillant×es : Pratiques graphiques féministes en France (2012-2022). Art et histoire de l'art. Université Paris 8 Vincennes – Saint-Denis, 2023. Français. NNT : . tel-04419299v2

HAL Id: tel-04419299

<https://hal.science/tel-04419299v2>

Submitted on 11 Jun 2024

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

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



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

Elise Goutagny

les recueillant^{es}

pratiques graphiques féministes en France (2012-2022)

Université Paris 8 Vincennes – Saint-Denis
Thèse de doctorat en Arts et sciences de l’art

École doctorale n° 159 – Esthétique, Sciences et Technologies des Arts
Laboratoire AIAC (Art des images et art contemporain)
Équipe TEAMeD (Théorie, expérimentation, arts médias et design)

Sous la direction de Catherine de Smet

Jury composé de :

Claire Blandin, professeure – Université Sorbonne-Paris Nord (rapportrice)
Béatrice Fraenkel, directrice d’études émérite – École des hautes études en
sciences sociales (rapportrice)

Anne Creissels, professeure – Université Paris 8 – Vincennes-Saint-Denis

Vivien Philizot, maître de conférences – Université de Strasbourg

Hélène Breda, maîtresse de conférences – Université Sorbonne-Paris Nord

Catherine de Smet, professeure – Université Paris 8 – Vincennes-Saint-Denis

Présentée et soutenue publiquement le 5 décembre 2023

Elise Goutagny

les recueillant^{es}

pratiques graphiques féministes
en France (2012-2022)

*Avant de l'écrire elle était
Posée là devant la fenêtre
L'idée venait juste de naître
Et quelques phrases lui poussaient*

Anne Sylvestre, « Il me manquait une chanson », 1977.

Remerciements

Je remercie Catherine de Smet de m'avoir suivie dans ce tissage de liens entre design graphique et féminismes, en acceptant de diriger ce travail de recherche.

Merci également à Claire Blandin, Béatrice Fraenkel, Vivien Philizot, Hélène Breda et Anne Creissels qui ont accepté de l'évaluer.

Je remercie toutes celles et ceux qui ont accepté de participer à cette enquête, par leurs mots, leurs pratiques et leurs images.

Merci aux enseignant·es qui ont, sans toujours le savoir, été des repères sur ce long chemin : Philippe Lucas-Fradin, Isabelle Dubois, Cécile Fournel, Sophie Fétro, Catherine Geel, Claire Brunet.

Je remercie mes collègues de l'université de Nîmes, en particulier Lucile, Karen, Caroline, pour leur soutien constant cette dernière année.

Merci à Marion M. pour son écoute.

Merci aux anciennes combattantes qui se reconnaîtront.

Je remercie les espaces d'entraide que j'ai eu l'honneur et la joie d'habiter : l'association Design en Recherche, et surtout le serveur Discord PhD Students, qui a été un cocon, un bousculement, un espace de rencontre qui ne cessera jamais de me surprendre.

Merci à Anne et Ludovic à Montereau, Marie et Olivier à Besançon, Saul, Irène, Mallaury et Salomé à Toulouse, Julie, Lucile, Yann et tant d'autres à Lure, Camille,ENZ@, Julie et BBB à Bruxelles, Nino et l'équipe de la ferme, merci à toutes celles et ceux que j'ai rencontrés avec plaisir lors d'événements scientifiques et artistiques. Par votre curiosité, votre écoute et votre enthousiasme, vous avez renouvelé mon envie d'achever ce travail.

Je remercie mes compagnes de travail, Lucie, Tallulah, Anne-Cécile, pour leur présence continue et les longues pauses bienvenues (et merci à Philippe pour les glaces).

Merci à Philippe pour son amitié-charpente, ses blagues et ses sages conseils. Ne lâche rien et surtout : bip boup boup.

Merci à Nino sans qui je ne serais pas là, et qui a toujours les mots (et les traits) justes. Nous voir grandir me donne de la joie.

Merci à Pierre qui partage mes bêtises depuis presque toujours, tes passages à Paris ont été et sont toujours une vraie bouffée d'air.

Merci à mes parents, qui m'ont appris que l'endroit n'existe pas sans l'envers, que le bricolage est heureux, et que la montagne est belle.

À celles sans qui ce travail serait resté pour toujours inachevé : Victoria, Julie, Tallulah, merci pour votre aide précieuse dans l'intense traversée des derniers mois, semaines, jours, entre douces attentions, travail intense et musique épique. Je vous dois tant que les mots me manquent.

Clem, merci pour ta présence quotidienne, enveloppante et légère, pour les balades en forêt, sur les pierres ou sous la terre. Plus que tout, merci pour la douceur.

Résumé en français

Cette thèse propose une contribution à l'étude des féminismes des années 2010-2020 en France, depuis leurs pratiques graphiques. Elle s'ancre dans le champ du design graphique, tout en entrant en dialogue avec d'autres disciplines : l'histoire contemporaine des féminismes, la sociologie des mouvements sociaux, les sciences de l'information et de la communication. Le corpus est composé de captures d'écran collectées sur Instagram, de notes de terrain, ainsi que d'entretiens avec des créatrices de comptes Instagram féministes et des colleureuses. L'attention portée aux pratiques ordinaires, individuelles, et aux récits qu'en font les féministes interrogés nuance la « rapidité » ou « viralité » souvent prêtée aux militantismes sur les réseaux sociaux, et inscrit la pratique graphique dans un temps long.

S'intéressant aux manifestations graphiques de la parole féministe, l'enquête distingue deux mouvements : prendre la parole, et la recueillir. Il s'agit de comprendre en quoi la pratique du graphisme accompagne la parole féministe, de la première extériorisation d'un vécu, à la construction d'un discours féministe qui articule témoignage, transmission d'information et visibilité des violences. Aborder les féminismes contemporains avec les « lunettes » du design graphique, pour reprendre l'expression de Vivien Philizot, c'est accéder à une autre fabrique du féminisme. Cela permet de comprendre comment les discours, les vécus féministes se construisent par la pratique du graphisme : pratique féministe et pratique graphique deviennent alors indissociables. En ce sens, le graphisme ne serait plus un levier ou support des mobilisations, mais une manière parmi d'autres de pratiquer le féminisme.

Résumé en anglais - Abstract

The Gatherers : Feminist Graphic Design Practices in France (2012-2022)

Joining lively conversations between feminism and design in design schools, practitioner networks, universities, and activist spaces, this dissertation contributes to scholarship on contemporary feminisms in France (2012-2022) by studying its graphic practices and artifacts.

While anchored in the field of graphic design, this work draws upon references from sustained engagement with other disciplines, particularly contemporary feminist history, the sociology of social movements, and communication studies. The corpus encompasses Instagram screenshots, field notes, as well as interviews with creators of feminist Instagram accounts and street collagists.

I argue that exploring everyday individual practices, and the narratives that feminists provide about them, compels us to reconsider the “speed” and “virality” frequently associated with social media activism. I instead examine graphic practices in a longer timeframe. The aim is to understand how the practice of graphic design accompanies feminist discourse, especially the acts of speaking and collecting testimonies.

Approaching contemporary feminisms through the “glasses” of graphic design (in the words of Vivien Philizot), we gain insight into an alternative way of making feminism. This approach allows for a fresh understanding of how feminist discourses and experiences are constructed through graphic design practice. In this context, feminist practice and graphic practice are intrinsically linked, transforming graphic design from a mere medium for mobilization into one of many ways to practice feminism.

Sommaire

Introduction	17
Chapitre 1. Une histoire de vagues	37
1.1. Féminismes en métaphores	39
1.1.1. Retour sur la métaphore des vagues	39
Première et deuxième vagues	39
Troisième vague	41
Quatrième vague	42
1.1.2. Limites de la métaphore	43
Des définitions mouvantes	43
Des vagues « hégémoniques »	45
Unicité et ruptures	46
1.1.3. Persistance de la métaphore	48
Un tournant affectif des vagues	49
1.1.4. Vers d'autres métaphores	52
Le volcan	52
Le feu	53
La constellation	56
Le rhizome	59
Métaphores textiles	60
1.2. Féminismes des années 2010-2020 : une quatrième vague ?	67
1.2.1. Premiers critères de définition	67
Un regain d'intérêt médiatique	68
Transformation des pratiques	71
1.2.2. Dessiner les grandes lignes des féminismes contemporains	72
Appeler le renouveau	76
Jeunes féministes	76
Contextes politiques et dates de naissance	77
Après le post-féminisme	79
<i>Backlash</i> et formes contemporaines d'antiféminisme	80
Multiplicité des luttes et intersectionnalité	82

1.3. L'usage d'internet, caractéristique principale des féminismes des années 2010-2020	87
1.3.1. Nouvelles technologies et viralité	88
1.3.2. « Libération de la parole » et témoignages	90
1.3.3. Fragmentations et initiatives individuelles	94
1.3.4. Une chambre d'écho ?	97
1.3.5. Féminismes et internet : un point vocabulaire	99
1.3.6. Féminismes et design graphique à l'ère des réseaux sociaux	100
1.4. Conclusion	103

Chapitre 2. Graphisme et féminismes : construction

d'un regard	109
2.1. HistoireS du design graphique	111
2.1.1. Bornes chronologiques	112
2.1.2. Un panthéon de grands designers	115
Une sélection d'individus	115
Pourquoi n'y a-t-il pas eu de grandes femmes artistes designeuses ? ..	117
2.1.3. La fin du panthéon ?	123
Écrire autrement, oui mais comment ?	123
Un supplément à l'histoire du design ?	126
Vers une <i>messy history</i>	130
2.1.4. Quelle place pour les productions militantes dans les pages de l'histoire du design graphique ?	133
Au nom de la fluidité du récit	133
2.2. Esthétisation des luttes et graphisme	143
2.2.1. « Les collages sont politiques, pas artistiques »	143
2.2.2. Esthétisation du monde	146
2.2.3. Esthétisation des luttes : mise sur le marché et mise sous verre	151
2.2.4. Récit - dans les pages de l'histoire du graphisme « militant »	156
2.2.5. Le design graphique, un rempart contre un regard « esthétisant » ?	170

2.3. Un slacktivismisme graphique ?	173
2.3.1. Une impossible cohérence	173
2.3.2. L'esthétique des luttes, récupérée ou récupérable ?	177
2.4. Conclusion	187
Chapitre 3. Plonger dans l'enquête	191
3.1. Ranger le paysage féministe	193
3.2. Observer Instagram	207
3.2.1. État des travaux	207
3.2.2. Histoire d'une immersion	211
3.2.3. Observer, collecter	214
3.2.4. Trier, classer : errance et codomanie	219
3.3. Entretiens avec des colleureuses et des créateurices de comptes Instagram féministes	229
3.3.1. Rencontre avec les collages féministes	231
3.3.2. Entretiens avec des créateurices de comptes Instagram féministes	232
Processus de choix	232
Liste définitive	235
3.3.3. Mode d'entretien	241
3.3.4. Récit : parcours de féministe en ligne	243
3.4. Pratiquer le graphisme en féministe, c'est matérialiser la parole	247
3.4.1. Prendre la parole	247
Détour par la philosophie du langage	247
De la performativité du langage aux actes graphiques	250
Actes graphiques, pratiques graphiques, pratiques féministes	251
3.4.2. Recueillir la parole	253
Aménagement graphique d'un espace du dicible féministe	253
Deux nouveaux profils féministes : læ témoinant ^e et læ recueillant ^e .	254
Chapitre 4. Partir de soi, sortir de soi	257
4.1. Prendre la parole par la pratique du collage féministe	259
4.1.1. La peinture comme moment de matérialisation graphique de la parole	262

4.1.2. De la feuille à la ville : prendre la parole, prendre de la place	272
4.1.3.« C'est beau » : le moment de l'affichage comme aboutissement	276
4.1.4.Arrachages et réparations	279
4.1.5.Une présence graphique.....	283
4.1.6.Synthèse : Se réapproprier sa parole et l'espace à travers le collage féministe	285
4.2. Prendre la parole sur Instagram.....	287
4.2.1. Prendre la parole pour extérioriser : partir du vécu	288
Raconter un vécu de violences : @leopardes__	291
Libérer la parole : @violences_women	296
Prendre la parole avec d'autres mots que les siens	299
@seum_euse, dessiner et accompagner les corps	304
4.2.2. Donner une existence publique à une pratique d'écriture	309
4.2.3.Rendre publiques ses recherches d'information	315
Entre partage de savoir et expression personnelle	315
Vulgariser, transmettre de l'information	325
4.3. Conclusion. Témoignant ^e , recueillant ^e , médiat ^e ur ^{ice} : redistribution des rôles.....	333
Chapitre 5. Recueillir	337
5.1. Formes graphiques des recueils de témoignages	339
5.1.1. Recueillir des témoignages, une activité parfois imprévue	339
5.1.2. La capture d'écran comme manifestation graphique de la parole rapportée	342
5.1.3. Longueur des témoignages	347
5.1.4. Autour des témoignages : texte et paratexte	351
Contextualiser	351
Avertir	353
Marque de la parole rapportée.....	356
5.1.5. Interpeller la lectrice	357
5.2. Accompagner la parole des témoignants.....	359
5.2.1. Qualifier les faits	359
Coller, c'est nommer	359

Aider les témoinnant ^{es} à nommer leur vécu	363
Corriger le vocabulaire	367
5.2.2. Représenter les violences, illustrer les témoignages	373
Représenter le corps des témoinnant ^{es}	373
Imagerie dure	376
Imagerie douce	383
Trouver des images en ligne	385
Canva, facteur de standardisation des représentations ?	389
Logiciels utilisés	395
5.3. Prendre la parole, la recueillir et la garder : construire une posture féministe sur Instagram	401
5.3.1. L'accessibilité comme enjeu politique et graphique	401
Se former à l'accessibilité	401
Pédagogie et antiélitisme	404
Le rendre-accessible comme travail	407
5.3.2. Rémunérer le travail militant ?	408
Éthique de rémunération	408
Travail gratuit	412
5.3.3. Être pris ^{es} au sérieux	413
Une esthétique « professionnelle »	413
Déformations professionnelles	420
Doser la proximité	422
Exposition à la critique et silenciation	424
5.4. Conclusion	427
 Synthèse graphique	 430
Conclusion générale	435
 Bibliographie	 453
Annexes	481
Annexe 1 - Table des illustrations	483
Annexe 2 - Liste des entretiens	486
Annexe 3 - Liste des comptes Instagram de recueil de témoignages observés	488
Annexe 4 - « Militantisme PowerPoint ».	492
Annexe 5 - Liste des 613 comptes Instagram féministes observés	495

Note éditoriale

Le texte courant est composé en BBB Baskervvol, repris par la collective Bye Bye Binary du Baskerville de l'ANRT, issu du Baskerville de Claude Jacob (1784), d'après John Baskerville (1750). Dessinateurices : Eugénie bidaut, Julie Colas, Camille Circlude, Louis Garrido, Enz@ Le Garrec, Ludi Loiseau, Edouard Nazé, Julie Patard, Marouchka Payen, Mathilde Quentin. Bruxelles, 2018-2022. Open Inclusive Font License.

Autres caractères (tous sont sous licence OFL) :

Baskerville, Atelier National de Recherche Typographique (ANRT), Alexis Faudot, Rémi Forte, Morgane Pierson, Rafael Ribas, Tanguy Vanlaeys, Rosalie Wagner, Charles Mazé, 2017-2018.

Libre Baskerville, Pablo Impallari, Rosario, 2013.

IBM Plex Mono, Bold Monday, Mike abbink, Peter van der Laan, Pieter Van Rosmalen, 2017.

La suppression des mentions *op. cit.* allège les notes de bas de page.

Tous les passages traduits sont des traductions libres, sauf mention contraire.

Les citations d'entretien sont identifiées par un *astérisque en début de note de bas de page. Afin d'alléger les notes, la date n'est présente qu'à la première occurrence. Les modalités de conduite des entretiens sont précisées dans le chapitre 3, ainsi qu'en annexe.

3 règles gouvernent la reproduction d'images dans la thèse. La majorité des images sont reproduites avec l'accord de leur auteuice ou ayant-droit. Les images provenant de comptes Instagram féministes et de groupes militants, pour lesquelles les auteuices et ayant-droits n'ont pas répondu à nos sollicitations, sont citées sous forme de croquis. Il en va de même pour certaines couvertures d'ouvrages. Nous avons utilisé, pour quelques images, la règle de l'exception pédagogique et de recherche : photographies d'ouvrages, images d'archives, affiches gouvernementales.

Dans un souci d'écrire la recherche dans une perspective féministe et pour respecter le genre des personnes interrogées, le texte utilise un langage inclusif¹ selon ces principes : règle de proximité, double accords avec contraction (« auteuices »), emploi du pronom îls et double accords pour les groupes dont le genre est mixte. Pour désigner les personnes non-binaires, nous employons leurs pronoms et accords choisis. Le Baskervvol propose de nouveaux glyphes, sous forme de ligatures : étudiant·es devient étudiant^{es} par exemple. Ces graphies atténuent la binarité des double terminaisons, et s'harmonisent avec le caractère.

D'après Bye Bye Binary,

Là où les universités exigent pour l'écriture d'articles scientifiques l'utilisation du Times New Roman, sous licence privative et aux droits réservés, l'utilisation du Baskervvol, une police de caractères présentant une autorité stylistique et historique similaire, mais libérée par sa licence, permet l'introduction de glyphes non binaires dans les lieux normatifs de diffusion des savoirs².

Maquette : Tallulah Frappier.

Mise en page : Elise Goutagny, Tallulah Frappier.

¹ Julie Abbou, « Ni aux censeurs, ni aux vendeurs. Les pratiques féministes du langage, des significations en mouvement », *Mouvements*, n° 112, 2022.

² Bye Bye Binary, « Imaginaires typographiques inclusifs, queers et non binaires », *RADDAR*, n° 3 (*Design politics*), Lausanne, T&P Work Unit, 2021, p. 20.

introduction

Placer côte à côte les mots « graphisme » et « féminisme » fait venir à l'esprit des productions devenues emblématiques : l'affiche de Rosie la riveteuse¹ et ses remix contemporains², les collages contre les féminicides et leurs épaisses lettres noires peintes sur des feuilles A4, un poing levé dans un symbole de vénus³, ou les multiples usages de la couleur violette, des pancartes de Nous Toutes⁴ aux Foulards violets suisses⁵. Un large public a pu rencontrer également les affiches du Mouvement de libération des femmes (MLF), les couvertures du *Torchon brûle*, les banderoles et cartes postales des suffragettes anglaises, au détour d'expositions⁶ ou d'ouvrages richement illustrés⁷.

Les productions graphiques féministes ne sauraient pourtant être réduites à leurs images les plus iconiques, et les travaux sur les féminismes contemporains accordent une attention particulière à l'articulation entre identité visuelle, discours et action politique. En sociologie, en histoire contemporaine ou en

1 Howard Miller, *We can do it !*, affiche pour Westinghouse, 1942. Couramment appelée *Rosie the riveter*, « Rosie la riveteuse ». Image de propagande pour l'effort de guerre, cette femme levant le poing et remontant ses manches devient une icône féministe à partir des années 1980.

2 Marie-Anne Paveau, « Féminismes 2.0. Usages technodiscursifs de la génération connectée », *Argumentation et Analyse du Discours*, n° 18, 14 avril 2017.

3 Symbole né dans les années 1960 aux États-Unis.

4 noustoutes.org/ressources-actions.

5 lesfoulardsviolets.org.

6 Musée Carnavalet, *Parisiennes citoyennes ! Engagements pour l'émancipation des femmes*, Paris, Paris Musées, 2022.

7 Bibia Pavard et Michelle Zancarini-Fournel, *Luttes de femmes : 100 ans d'affiches féministes*, Paris, Les Echappés, 2013 ; Lucinda Gosling, Hilary Robinson et Amy Tobin, *L'art du féminisme : les images qui ont façonné le combat pour l'égalité, 1857-2017*, traduit par Caroline de Hugo, Paris, Hugo image, 2019.

sciences de l'information et de la communication, j'ai régulièrement rencontré du vocabulaire aussi utilisé en design et en design graphique. Josiane Jouët, Katharina Niemeyer et Bibia Pavard mentionnent la constitution d'une « marque de fabrique visuelle », les « logos » des associations, les « usages » des outils numériques⁸. Marie-Anne Paveau parle de « technographisme » pour désigner une composition d'image et de texte native du web⁹. Hélène Breda désigne les *fanarts*¹⁰ féministes sous le nom de « créations dérivées graphiques » ou « activités graphiques¹¹ ».

L'adjectif « graphique » souvent rencontré n'est accompagné ni du « design » ni du « graphisme ». Le lien avec le design graphique est pourtant présent dans ces analyses, mais souvent sous-jacent, en filigrane. Le présent travail de recherche attrape ces fines mentions d'activités de graphisme, les augmente et les étoffe, de façon à placer les pratiques graphiques féministes non pas au bord mais au centre de l'enquête.

Les questions qui nous occuperont tout au long de ce texte sont les suivantes :

Que fait le regard du design graphique à l'étude des féminismes contemporains ? En quoi ce regard contribue-t-il à une caractérisation des féminismes des années 2010-2020 à partir de l'étude de leurs pratiques graphiques ? Finalement : quand y a-t-il pratique graphique féministe aujourd'hui ?

Ce travail s'intéresse davantage aux pratiques graphiques féministes qu'aux objets ou aux projets. Dit autrement, ce qui me préoccupe n'est pas tant ce que font les féministes ni pourquoi ils le font, mais plutôt *comment* ils le font et *ce que cela leur fait* de faire.

Cet intérêt pour l'aspect affectif et émotionnel des pratiques féministes s'inscrit dans la lignée des études sur les affects féministes¹² et l'expérience vécue des militant·es. Cette posture se rapproche également de travaux comme ceux

8 Josiane Jouët, Katharina Niemeyer et Bibia Pavard, « Faire des vagues », *Réseaux*, n° 201, 2 mai 2017, p. 21-57.

9 Marie-Anne Paveau, « Féminismes 2.0 ».

10 Créations amateur qui « représentent des personnages issus d'univers culturels préexistants », définition d'Hélène Breda dans « De la réception engagée à l'engagement militant : l'exemple des « fanarts féministes » de princesses Disney », *Genre en séries. Cinéma, télévision, médias*, n° 7, 1^{er} juin 2018.

11 *Ibid.*

12 Sara Ahmed, *Living a feminist life*, Durham, Duke University Press, 2017 ; Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*, Cham, Springer International Publishing, 2017.

de Kaitlynn Mendes, Jessalynn Keller et Jessica Ringrose, qui s'intéressent « à la manière dont ces outils numériques sont utilisés », mais aussi « à la façon dont ces initiatives sont ressenties et vécues par ceux qui y participent et les organisent¹³ ».

Aborder les féminismes contemporains avec le regard du design graphique, c'est accéder à une autre fabrique du féminisme, et cela permet de comprendre comment les pratiques graphiques contribuent à construire et tenir ensemble les individus et les mobilisations : comment féminisme et design graphique sont pratiqués ensemble.

Design partout, design nulle part ?

Porter un juste regard sur les pratiques graphiques féministes contemporaines ne va pas de soi, comme en témoigne une première expérience d'écriture à ce sujet.

J'ai rencontré ces questions en 2016, dans un cours pour lequel nous devions rédiger une étude de cas. J'avais choisi le projet Paye Ta Shnek, recueil de témoignages de harcèlement de rue administré par Anaïs Bourdet de 2012 à 2019 sur Tumblr¹⁴, Facebook et Instagram. La frontalité, l'efficacité graphique de ce recueil et la déclinaison spontanée qu'en avaient fait plusieurs internautes (Paye ton couple, ta police, ton IVG...) en faisaient un cas pertinent pour l'étude des nouvelles formes graphiques féministes sur les réseaux sociaux. Je concluais toutefois cet exercice scolaire sur un ton qui me paraît complètement déplacé aujourd'hui.

J'écrivais ma déception de constater qu'à mes yeux, peu de nouvelles formes graphiques émergeaient de ces pratiques en ligne. J'évoquais « une marée de contenus qui restent bien peu de temps en première page et sont vite remplacés », des « productions graphiques numériques, nourries d'affect, sans recul, parfois avec un peu de maladresse ». Je lis bien sûr avec indulgence cette rédaction scolaire, mais elle me donne des indices sur ce que je croyais chercher, peut-être jusqu'au début de la thèse. Une « nouvelle école » que je n'avais donc pas trouvée, un aspect collectif faisant front, une efficacité redoutable aussi : « Comment fait-on pour que Paye Ta Shnek/ton taf/ton couple soit autre chose qu'un recueil

13 Kaitlynn Mendes, Jessica Ringrose et Jessalynn Keller, *Digital Feminist Activism: Girls and Women Fight Back Against Rape Culture*, Oxford, Oxford University Press, 2019, p. 4. Tous les passages traduits sont des traductions libres, sauf mention contraire.

14 payetashnek.tumblr.com.

de témoignages et aide à diminuer le nombre d'agressions, sans se substituer au travail des personnes compétentes ? » Par la rigueur de mon attente sur l'efficacité des formes, je refusais à ces productions graphiques féministes le statut de design. J'ai réinvesti les intersections entre graphisme et féminisme en master recherche, sous l'angle des archives : celles du Centre Georges Pompidou et du Centre de création industrielle (CCI), et celles des Archives Recherches Cultures lesbiennes (ARCL), fonds d'archives féministe à Paris¹⁵. Après ce détour en archives, il était d'autant plus difficile de revenir aux productions en ligne et de leur trouver un quelconque attrait ou intérêt, comme si les productions passées constituaient un âge d'or du graphisme féministe, une richesse inégalée. La thèse a constitué un moment de rééducation de mon regard sur ces productions, pour apprendre à observer, enquêter et écrire sur les pratiques graphiques féministes contemporaines.

Pour comprendre le lien qui va se dessiner entre pratique graphique et pratique féministe, attardons-nous d'abord sur la compréhension du mot « design », qui peut expliquer la sévérité de mon premier regard sur les pratiques graphiques féministes en ligne. Le design (graphique) a le don d'ubiquité : il semble être à la fois partout et nulle part. Partout, parce que comme le dit l'historien Clive Dilnot, le monde est de plus en plus « designé¹⁶ » (*designed*).

Il s'appuie sur les travaux de l'historienne Penny Sparke :

D'après Sparke, « [Si] le mot *designer* a fini par s'infiltrer dans le vocabulaire de la vie quotidienne, au point que les publicités américaines vantent les vertus des *jeans de designer*, que Vidal Sassoon se présente fièrement comme un *designer capillaire* et que les français et les italiens l'ont directement intégré dans leur propre langue », le corollaire de cette situation est que ni le design, ni le designer ne sont des concepts bien compris. « Les tentatives de définition du rôle [du designer] sont généralement vagues, confuses et mal informées : Personne ne semble savoir ce qu'il fait, si ce n'est conférer aux produits une plus grande désirabilité¹⁷ ».

15 arcl.fr.

16 Clive Dilnot, « The State of Design History, Part I: Mapping the Field », *Design Issues*, vol. 1, n° 1, 1984, p. 5.

17 Les passages entre guillemets sont de Penny Sparke, *Consultant Design: The History and Practice of the Designer in Industry*, citée dans Clive Dilnot, « The State of Design History, Part I ».

Sparke et Dilnot parlent ici du *mot* design, plus que du milieu professionnel ou du champ d'étude. Le constat de ce texte de 1984 se renouvelle. En 2002, Rick Poynor évoque le statut particulier des magazines de design. Contrairement aux magazines sur la musique ou le cinéma, ils semblent n'être lus que par les designers, malgré leur attrait visuel « somptueux », ou le fait que l'on puisse les acheter en kiosque¹⁸. Il relève le besoin de la presse généraliste de toujours introduire ou rappeler ce qu'est le design en début de texte, en comparant avec d'autres formes de journalisme culturel : « Imaginez une critique de roman qui se sentirait obligée de commencer avec une explication du mot « fiction¹⁹ » ».

Cette façon de considérer le design graphique comme une chose « étrange » (*odd*), inconnue du grand public, contraste avec la sensation qu'il est pourtant partout. « Cela nous laisse dans une position nettement paradoxale », ajoute Rick Poynor, « avec un sujet dont nous convenons tous qu'il joue un rôle essentiel dans la vie quotidienne et la culture [...] mais qui reste dans l'ombre et mystérieux, une force qui façonne le monde contemporain sans cause apparente²⁰ ».

En 2010, Bruno Remaury note trois « usages culturels » du mot design :

- « c'est *le* design²¹ », ou le design comme pratique, professionnelle chez Remaury ;
- « c'est *du* design » ou le design comme « objet qui se réclame d'une intelligence au service d'une fonction²² » ;
- « c'est design », ou le design comme adjectif, qui sert à « inscrire l'objet qui en bénéficie dans un jugement de goût, strictement délimité dans le temps du jour²³ ».

Je laisse de côté la première définition, liée dans le texte au design industriel. Les suivantes se mettent en tension. Pour Bruno Remaury, ce que l'on entend par « c'est *du* design » revient à se référer à des objets « de designer » constituant

18 Rick Poynor, « The Time for Being Against », dans Michael Bierut, William Drenttel et Steven Heller (dir.), *Looking closer 4: Critical Writings on Graphic Design*, New York, Allworth Press, 2002, p. 121-130.

19 *Ibid.*, p. 125. L'auteur utilise dans l'article une alternance de *he or she* et de féminin générique, la phrase est donc traduite en inclusif.

20 Rick Poynor, « The Time for Being Against ».

21 Nous soulignons.

22 Bruno Remaury, « Les usages culturels du mot design », *Mode de recherche*, n° 14, juin 2010, p. 6.

23 *Ibid.*, p. 10.

un certain canon. Il cite par exemple Le Corbusier, Eileen Gray, Marcel Breuer, Charles et Ray Eames, Jean Prouvé²⁴. Par contraste, le design dans l'expression « c'est design » s'appliquerait à des objets à la mode, qui n'accèdent pas au statut de Design avec un grand D. Il y aurait donc une forme de hiérarchie sous-jacente entre design comme substantif et design comme adjectif.

Dans la sévérité de ce premier regard sur les productions graphiques féministes en ligne, je considérais en quelque sorte que les féminismes étaient « designés », sans que leurs productions fassent partie « du Design ».

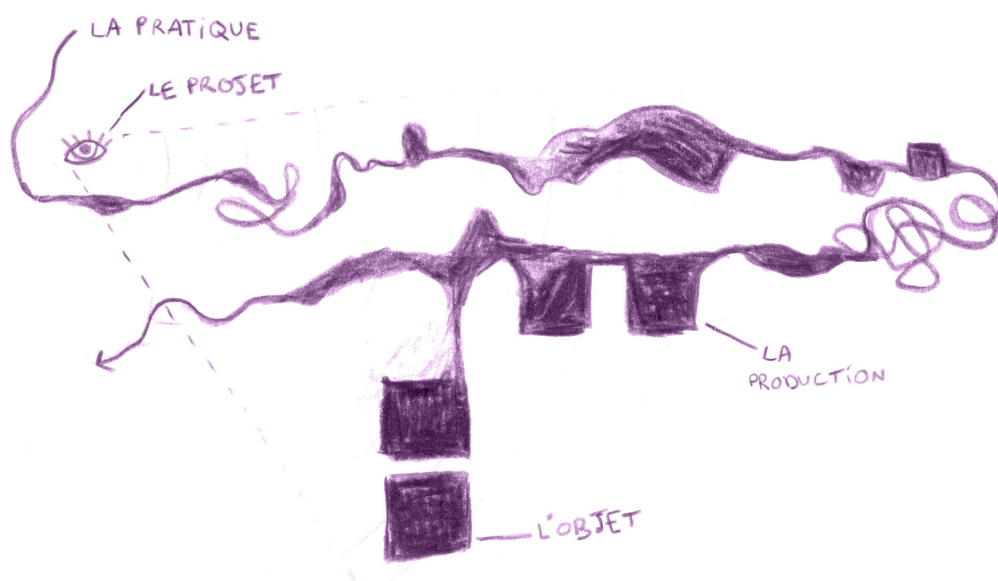
Attendre des productions graphiques féministes contemporaines qu'elles constituent une « nouvelle école » équivaut à essayer à tout prix de déceler un nouveau canon. Attendre du graphisme une redoutable efficacité, un changement profond dans les manières de lutter et un résultat immédiat, c'est considérer le design graphique comme devant se mettre au service des luttes, comme constituant une solution. Ce solutionnisme graphique rejoint une définition réductrice du design comme résolution de problème, associée à un mythe du/de la graphiste-auteuice politiquement engagé, qui résoudrait les inégalités sociales par le simple fait de mettre son activité au service des luttes.

Pratiquer le graphisme, pratiquer le féminisme

Comment parler des interactions entre graphisme et féminisme en évitant ces écueils ? Le vocabulaire employé est un premier levier, et de nombreuses expressions s'offrent à nous. Parler de « graphisme féministe » ou de « design graphique féministe » revêt une connotation professionnelle peu opérante ici. Il ne s'agit pas de faire une distinction nette entre professionnelles et amateurs, mais cela pourrait créer une confusion entre « pratiquer le design de manière féministe », et « pratiquer le féminisme *en* pratiquant le graphisme ». Les rencontres avec les enquêtés montrent d'ailleurs que les mots « graphisme » ou « design graphique » peuvent être intimidants, là où « graphique » comme adjectif est plus facilement adopté.

Sur ce schéma (I11.1), je propose une représentation des différences entre les mots de pratique, production, objet et projet.

²⁴ *Ibid.*, p. 7.



Ill.1 - Schéma des distinctions entre pratique graphique, production, objet et projet.

La pratique constitue la ligne de départ. Pour la néophyte, non-initiée au design, la ligne est fine à ses débuts. Elle s'épaissit au fil du temps, prend corps lorsque la pratique est renouvelée et soutenue, augmentée de nouveaux outils. La ligne de la pratique n'est pas droite : elle peut être dévoyée, emmêlée par des erreurs ou des découragements, interrompue. La pratique peut être définie comme une activité qui « cherche des résultats concrets », une mise en œuvre des règles ou des principes d'un art, et un « savoir-faire, compétence résultant de l'exercice habituel d'une activité²⁵ ». Ces trois dimensions – technique, concrète, habituelle – ancrent la notion de pratique dans un temps long et laborieux, et nous incitent à prêter attention au processus plutôt qu'au produit achevé.

Au fil du temps, des formes peuvent se détacher de cette ligne de la pratique : c'est ce que j'appelle la production graphique. La production est un état intermédiaire, l'ébauche d'un objet qui n'est pas encore tout à fait détaché de la pratique. Parler de productions graphiques, c'est parler de formes qui émergent de la pratique, mais qui n'ont pas encore leur vie propre.

L'objet graphique constitue le stade suivant, le moment au cours duquel la production se détache de la pratique pour devenir autonome. J'utilise peu l'expression « objet graphique féministe » au cours de ce travail. D'une part, elle suppose dans l'imaginaire collectif un objet tangible, un imprimé par exemple, et s'applique plus difficilement à des objets numériques. D'autre part, le mot « objet » connote aussi le produit fini, achevé, ce qui est rarement le cas dans les productions étudiées. Sur Instagram par exemple, qui fonctionne en flux, qu'est-ce qu'un objet graphique ? Est-ce le compte dans son ensemble, une publication, une image ?

Le dernier élément, plus discret sur ce dessin, est le projet. Ce mot est particulièrement récurrent en design, qui raisonne parfois en parlant de méthode de projet²⁶, ou de recherche par le projet²⁷. Stéphane Vial propose une définition du projet en design :

Pratiquer le projet en design, c'est concevoir en fonction d'un idéal du monde un dispositif artéfactuel complexe qui donne forme à des usages autant qu'il produit des connaissances, en réaction à une demande ou à une insatisfaction, et grâce à une méthodologie rigoureuse en constante évolution qui vise, de manière créative et innovante, à améliorer l'habitabilité du monde²⁸.

Le mot « projet » compris en tant que projet de design est bien en peine de s'appliquer au cadre des pratiques graphiques militantes. La conception en fonction d'un idéal du monde et l'attention portée à son habitabilité peuvent entrer en écho avec les luttes féministes, mais les notions de conception, de dispositif et de méthodologie rigoureuse suggèrent un ancrage professionnel. Même dans son sens plus courant défini comme « ce qu'on a l'intention de faire et [l']estimation des moyens nécessaires à la réalisation²⁹ », donc comme une projection du faire, le projet reste une forme spécifique d'organisation du temps et de l'activité, qui ne correspond pas toujours aux manières de faire des militant·es.

À travers ce schéma, et en choisissant de mettre l'accent sur la notion de pratique plutôt que sur celle de production, objet ou projet, il s'agit d'orienter la recherche vers l'étude des manières de faire, des choix, des outils, des apprentissages, et non uniquement des images qui en résultent. Je postule que l'expérience que font les féministes du graphisme s'élabore sur un temps plus long et laborieux que la potentielle viralité des images ne le laisse penser.

26 Stéphane Vial, *Le design*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 2017, p. 77.

27 Alain Findeli, « La recherche-projet en design et la question de la question de recherche : essai de clarification conceptuelle », *Sciences du Design*, vol. 1, n° 1, 2015, p. 45-57.

28 Stéphane Vial, « De la spécificité du projet en design : une démonstration », *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle*, n° 46, 1^{er} décembre 2014, p. 17-32.

29 « Projet », *Trésor de la langue française informatisé* [en ligne].

Cette définition du graphisme comme pratique s'inscrit à la suite de critiques féministes du design formulées par des historiennes et praticiennes comme Martha Scotford³⁰, Judy Attfield³¹ ou Sheila Levrant de Bretteville³². Elles se penchent dans leurs travaux sur des pratiques ordinaires, non-professionnelles, habituellement exclues de la définition du « bon design », et souhaitent voir émerger des récits centrés sur les pratiques de design, plutôt que sur les noms des designers. Leurs thèses feront l'objet d'un développement plus long dans le chapitre 2.

On retrouve cette définition du design comme pratique chez Vivien Philizot. S'appuyant sur Bernard Stiegler, il considère en effet que tout comme l'on parle de « pratiquer une langue » et non de l'utiliser, le design se pratique :

La pratique est une notion fondamentalement linguistique : en tant qu'elle engage le praticien à transformer et à informer le milieu dans lequel il évolue, en tant qu'elle l'invite à se prendre au jeu, qu'elle requiert un apprentissage, et enfin et surtout, en tant qu'elle fait advenir une ou des signification(s), c'est-à-dire qu'elle soit à même de symboliser, de faire signe et de faire sens³³.

Philizot rapproche aussi le graphisme vernaculaire de la langue vernaculaire, qui désigne une situation dans laquelle le locuteur ne se corrige pas³⁴. Cette définition de la pratique du design graphique, appuyée sur la linguistique, convient bien à l'étude des pratiques graphiques féministes. On y retrouve une relation avec le milieu, un apprentissage constant, une capacité à faire advenir du sens, et surtout l'idée d'une pratique ordinaire, quotidienne, qui appartient aux praticiennes, comme la langue appartient à ses locuteurs.

30 Martha Scotford, « Messy History vs. Neat History: Toward an Expanded View of Women in Graphic Design », *Visible Language*, vol. 28, n° 4, 1994, p. 368-388.

31 Judy Attfield, *Wild Things: The Material Culture of Everyday Life*, Oxford, Berg Publishers, 2000.

32 Ellen Lupton et Sheila Levrant de Bretteville, « Reputations: Sheila Levrant de Bretteville », *Eye*, vol. 2, n° 8, 1993.

33 Vivien Philizot, « Formes du design et construction subjective du monde social », *Figures de l'art*, n° 25, 2013.

34 Vivien Philizot, « Graphisme et transgression. Citation et détournement dans les codes visuels du design graphique contemporain », *Signes, discours, société*, n° 2, 2009.

Si le design est quelque chose qui se pratique, il en va de même pour les féminismes : nous rejoignons ici les travaux de Carrie Rentschler³⁵, Alison Piepmeier³⁶ ou Hester Baer³⁷, qui envisagent le féminisme comme quelque chose qui se fait ou se défait (*undoing, redoing*). Pour ces chercheuses, la question centrale ne porte pas sur ce qu'*être* féministe signifie, mais ce que « faire le féminisme » (« *doing feminism* ») veut dire³⁸. Ce passage de l'être au faire permet de prendre en compte les actions d'acteuices qui reconnaissent leurs pratiques comme féministes, sans toujours s'identifier elleux-mêmes comme activistes³⁹.

Pour Alison Piepmeier, cette attention à la pratique nous incite à réviser nos attentes envers « ce à quoi ressemblent le travail politique et le militantisme » : étudier les zines des *zinesters* de la troisième vague en prenant comme étalon les productions graphiques des années 1960 ne permet pas une bonne compréhension de ces objets⁴⁰. L'équation que fait l'autrice entre « *making media* » et « *doing feminism* » montre que les *zinesters* des années 1990 et 2000 documentent le féminisme en même temps qu'ils le font⁴¹.

Le faire est accompagné de son contraire : Hester Baer reprend une formulation d'Angela McRobbie, considérant que les antiféminismes et le néolibéralisme « défont le féminisme⁴² ». Cette expression connote l'action de dé-faire, c'est-à-dire faire à l'envers ou à rebours, ainsi l'action d'imposer une défaite. Les féminismes contemporains, qui arrivent après une période de *backlash* puis une période des années 2000 décrite comme post-féministe, consistent alors à « refaire » (*redoing*) les féminismes⁴³.

Le verbe « faire » pose ici un problème de traduction, puisqu'il peut englober les verbes anglais *to do* et *to make*, bien que le second soit plus proche de « fabriquer ». Carrie Rentschler développe l'imaginaire et les connotations liées à ces deux verbes, et préfère la notion de « *doing feminism* » à celle de « *making feminism* ». Le second serait trop connoté à la « culture *maker* », expression associée

35 Carrie Rentschler, « Making culture and doing feminism », dans *Routledge handbook of contemporary feminism*, Londres, Routledge, 2019.

36 Alison Piepmeier, *Girl zines: making media, doing feminism*, New York, New York University Press, 2009.

37 Hester Baer, « Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism », *Feminist Media Studies*, vol. 16, n° 1, 2 janvier 2016, p. 17-34.

38 Carrie Rentschler, « Making culture and doing feminism » ; Alison Piepmeier, *Girl zines*.

39 Carrie Rentschler, « Making culture and doing feminism », p. 127.

40 Alison Piepmeier, *Girl zines*, p. 160.

41 Carrie Rentschler, « Making culture and doing feminism », p. 131.

42 Hester Baer, « Redoing feminism ».

43 *Ibid.*

aux fablabs en France, qui valorise un certain type de faire seulement : un faire productif et technique. *Doing* permet de prendre en compte une plus grande diversité d'activités, qui ne relèvent pas nécessairement de la production, comme les activités de documentation ou de care par exemple⁴⁴. Le verbe « pratiquer » résout ce problème de traduction : comme *to make*, il évoque une fabrication concrète, mais sans être associé à la figure du *maker* ; comme *to do*, il est suffisamment large pour englober une grande diversité d'activités, et connote le temps long.

En 2022, Josiane Jouët dans *Numérique, féminisme et société* rejoint Carrie Rentschler dans l'importance donnée à la matérialité⁴⁵ des productions féministes :

Il existe bien une matérialité des publications féministes sur le web exigeant compétences et savoir-faire. Les féministes y tissent leurs indignations, revendications, attentes et déploient dans cette fabrique une grande créativité. Les publications féministes en ligne se caractérisent par un encastrement d'expression personnelle et d'énonciation d'une parole collective qui se nouent dans les mailles de la toile. Elles sont un patchwork de causes variées, comme des morceaux de tissu, dissemblables par leur couleur et leur texture, qui néanmoins assemblent une même toile féministe⁴⁶.

La métaphore textile appuie le caractère composite des féminismes, leur matérialité et leur ancrage dans le faire. Les compétences et savoir-faire dont il est question sont bien pour partie des compétences graphiques : pratique graphique et pratique féministe se rejoignent donc dans cette description.

J'écrivais un peu plus haut qu'un premier contact avec l'étude des productions graphiques féministes en ligne m'avait conduit à un écueil, celui de regarder le paysage seulement sous l'angle de la nouveauté et de l'efficacité de ses codes graphiques. Cela revenait à chercher, en vain, ce qui constituerait l'essence d'un graphisme féministe.

À la suite de Nelson Goodman, Vivien Philizot propose de remplacer la question « Qu'est-ce que le design graphique ? » par la formulation : « Quand y a-t-il

44 Carrie Rentschler, « Making culture and doing feminism », p. 132.

45 *Ibid.*, p. 128.

46 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, Paris, Presses des Mines, 2022, p. 15.

design graphique⁴⁷ ? ». Cela invite à penser en termes de contexte d'usage et de fonctionnement, « plutôt que de chercher le graphisme dans la substance de ses objets⁴⁸ ». Dans le même mouvement, après avoir tenté en vain de définir ce que serait le graphisme féministe, je reformule la question : quand y a-t-il pratique graphique féministe ? Nous retrouvons ici la troisième des questions posées en deuxième page de cette introduction. Pour y répondre, la réflexion sera découpée en 5 temps.

Annnonce du plan

Deux chapitres posent le contexte et le cadre théorique et épistémologique de la recherche.

Le chapitre 1 entre dans les travaux sur les féminismes à partir de la métaphore des vagues. Omniprésente pour décrire les temporalités des luttes féministes, elle est régulièrement remise en question pour sa tendance au découpage qui insiste sur les ruptures, ses bornes temporelles parfois inadaptées, ou son eurocentrisme. Elle conserve un intérêt pédagogique et heuristique à explorer, notamment à partir de l'ouvrage de Prudence Chamberlain *The Feminist Fourth Wave: Affective Temporalities*⁴⁹. Cet examen renouvelé de la métaphore des vagues sera complété d'une comparaison avec d'autres métaphores aujourd'hui employées pour parler des féminismes : métaphores élémentaires et géologiques comme le feu ou le volcan, métaphores réticulaires, textiles. Josiane Jouët⁵⁰ rejoint alors Sheila Levrant de Bretteville⁵¹, parlant de « patchwork » pour désigner une pratique féministe du design.

La deuxième partie du chapitre se penche sur les éléments d'identification d'une nouvelle vague féministe, tels que définis entre autres par David Bertrand dans sa thèse de doctorat⁵². Le renouveau des mobilisations s'exprime par une

47 Vivien Philizot, « Quelques remarques nominalistes sur la définition d'une discipline », *Tombolo* [en ligne], 2014.

48 *Ibid.*

49 Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*.

50 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*.

51 Sheila Levrant de Bretteville, « Some Aspects of Design from the Perspective of a Woman Designer », *Iconographic*, n° 6, 1973.

52 David Bertrand, *Analyse structuro-cognitive d'une lutte pour la reconnaissance : l'émergence d'une quatrième vague féministe en France*, Thèse de doctorat, Université de Bordeaux, Bordeaux, 2021.

forte intensité, de nouveaux registres d'expression, une hausse de l'intérêt de l'opinion publique pour les questions féministes. À partir d'un corpus restreint de 13 textes, il s'agira de comprendre quels sont les critères d'émergence d'une quatrième vague, ses bornes chronologiques et ses caractéristiques principales. Sans toujours affirmer avec certitude l'existence d'une quatrième vague, les auteuices de ce corpus se rejoignent sur quelques points saillants, reliés au design graphique.

Le chapitre proposera enfin des points de vigilance quant à l'étude des féminismes contemporains, portant notamment sur l'illusion d'immédiateté et de viralité, ainsi que sur une impression que les féministes contemporaines ont une maîtrise presque innée des outils numériques.

Le chapitre 2 sera consacré au design graphique. À partir de l'étude d'ouvrages généraux d'histoire du graphisme, de textes critiques et d'ouvrages d'histoire graphique des luttes, il s'agira de déceler les habitudes d'écriture et de méthodologie qui peuvent être des obstacles à l'étude des féminismes contemporains, et de montrer comment se construit un regard adéquat sur ces pratiques graphiques.

Une première partie consistera en une critique de l'approche « panthéon », qui écrit une histoire du design graphique centrée sur ses grands noms. Nous verrons en quoi cette approche est bien souvent inadaptée à l'étude des productions graphiques militantes et féministes. J'observerai ensuite la place qu'occupe le graphisme militant et féministe dans les ouvrages d'histoire du graphisme, et me pencherai sur les ouvrages qui abordent des questions de culture visuelle et graphique féministe : comment sont-ils découpés ? Que nous racontent-ils de cette histoire graphique et quels effets produisent-ils sur læ lectureice ?

Je parle ici d'« effet » en écho à l'euphorie des archives mentionnée plus haut dans cette introduction : l'attrait pour l'histoire des pratiques graphiques militantes peut conduire à une forme de fascination, qui tend à mettre sous verre les luttes, à les fétichiser. La crainte ou la dénonciation d'une « esthétisation » des luttes féministes est présente à de nombreuses reprises au cours de l'observation du paysage. Une partie du chapitre sera donc consacrée aux notions d'esthétisation du monde et des luttes, à partir de textes de philosophie, de travaux de sciences humaines et de critiques d'expositions.

Le chapitre sera ponctué de récits à la première personne à propos de l'expérience des archives et de la consultation de ces beaux livres illustrés. Ce vécu sert d'appui à la réflexion : l'auto-observation des émotions que suscite la recherche aide à défaire les habitudes et à éduquer l'œil à d'autres détails.

Le chapitre 3 aura pour objet la méthodologie, celle de l'observation du paysage graphique féministe, et celle de la constitution du corpus.

Le champ des pratiques graphiques féministes contemporaines en France est évidemment immense. Un des enjeux de ce travail a été d'embrasser la richesse de ce paysage, sans tomber dans une illusion d'exhaustivité. Il s'agira de montrer des propositions de cartographie mais aussi les multiples difficultés rencontrées : le récit de la cuisine de la recherche permet de se rapprocher de pairs qui rencontrent les mêmes obstacles, et de minimiser la répétition des mêmes erreurs méthodologiques.

La première partie du chapitre est jalonnée de représentations graphiques sous forme de schémas, qui produisent une réflexion sur les différentes manières d'appréhender le paysage féministe contemporain : faut-il le diviser en espaces de luttes distincts ? Quelle place le numérique – présenté comme élément important de caractérisation de la quatrième vague féministe dans le chapitre 1 – occupe-t-il dans ce paysage ? Comment placer les acteuices dans ce paysage, si tant est que cela soit possible ?

La deuxième partie du chapitre traitera de la rencontre avec le terrain de recherche et de sa difficile circonscription. Le réseau social Instagram en particulier a été un outil précieux pour suivre les initiatives et événements en ligne comme hors-ligne, surtout pendant la pandémie de Covid-19. Cette plateforme est utilisée pour la publication de témoignages et de contenus d'information, le partage de photos de collages, la vente en ligne de microéditions, les appels à manifestation, les coulisses de la production d'un livre, etc. Au départ vitrine et porte d'entrée vers l'observation du paysage, Instagram s'est imposé comme terrain principal de ce travail de recherche.

Le corpus étudié se compose de 613 comptes Instagram identifiés comme féministes, recensés entre septembre 2019 et août 2021, et observés entre septembre 2019 et décembre 2022. Cette liste est divisée en catégories, parmi lesquelles on trouve des recueils de témoignage, des comptes généralistes de vulgarisation et de partage d'information, et des comptes de groupes locaux de collages féministes. L'observation de ces comptes passe par leur consultation régulière sur

l'application Instagram, et par l'enregistrement de captures d'écrans de publications⁵³ et de stories⁵⁴ de ces comptes et de certains de ceux qui leurs sont liés.

L'observation est couplée avec la conduite de 20 entretiens avec 14 administratrices de comptes Instagram et 5 colleuses⁵⁵. Ces entretiens forment le cœur du corpus, et permettent un aller-retour constant entre l'observation des pratiques graphiques et le récit qu'en font les actrices.

L'analyse est donc fondée sur une approche plus qualitative que quantitative. Pour se repérer dans la masse d'images regardées et enregistrées, l'écriture de l'enquête prend parfois la forme d'un portrait des enquêtées, pour situer leurs pratiques. Cette écriture repose surtout sur la description et la compréhension d'exemples précis et de détails qui peuvent sembler ordinaires, mais sont des traces importantes de la pratique graphique des enquêtées, de leurs choix et de leurs compétences. Il s'agit d'entrer dans l'analyse des objets graphiques par des descriptions fines, comme le font Johanna Drucker et Emily McVarish⁵⁶, ainsi que Catherine de Smet⁵⁷.

Nous bifurquerons vers la restitution de l'enquête après un détour par la philosophie du langage et l'anthropologie de l'écriture, qui introduira la notion de parole et son importance pour les luttes féministes. Comment la pratique graphique participe-t-elle de la matérialité et de la matérialisation de la parole féministe ?

C'est là qu'intervient le mot qui donne son titre à ce travail de recherche. Je propose d'appeler « recueillantes » les féministes qui par leur pratique graphique – collage, création et alimentation d'un compte Instagram pour ce qui nous occupe ici – aménagent graphiquement des « espaces féministes du dicible⁵⁸ », c'est-à-dire des espaces dans lesquels la parole est possible, encouragée et accompagnée.

53 Format de publication pérenne sur Instagram. Composé de 1 à 10 images format carré, paysage ou portrait 4/5, ainsi que d'une légende de 2000 caractères maximum.

54 Format de publication éphémère sur Instagram. Chaque story est une image au format 9/16, sur laquelle on peut ajouter des filtres, du texte, des liens ou autres éléments cliquables, comme de courts questionnaires. On peut publier jusqu'à 100 stories par jour. Elles restent en ligne 24h.

55 Nous arrivons à un total de 19 car un des comptes fait l'objet de 2 entretiens.

56 Johanna Drucker et Emily McVarish, *Graphic Design History: a Critical Guide*, 2^e édition., Upper Saddle River, Pearson Prentice Hall, 2012.

57 Catherine de Smet, *Pour une critique du design graphique : dix-huit essais*, Paris, Éditions B42, 2012.

58 Marion Charpenel, « Les groupes de parole ou la triple concrétisation de l'utopie féministe », *Éducation et sociétés*, vol. 37, n° 1, 2016, p. 15-31.

Les deux chapitres suivants concernent deux moments : prendre la parole, recueillir la parole.

Le chapitre 4 se penchera sur deux espaces de prise de parole, celui des collages féministes et celui d'Instagram. Avant même le moment du recueil, la posture de recueillant^e se construit d'abord dans le moment de la prise de parole, qui possède elle aussi une matérialité graphique.

La première partie du chapitre sera consacrée aux collages féministes. La forte présence visuelle des collages dans l'espace public peut faire oublier qu'il s'agit d'une action dont la temporalité dépasse largement celle de l'affichage. Il émerge des rencontres avec les enquêtés une importance du moment de la peinture, du tracé des lettres, dans ce mode d'action. L'arrachage des collages et leur réparation font également partie de la vie des slogans, et constituent des traces graphiques des tentatives de silenciation de ce discours féministe affiché.

La seconde partie du chapitre traitera de la prise de parole féministe sur Instagram. Le moment de lancement des comptes Instagram des enquêtés sera au centre de cette partie. J'identifie trois motifs principaux conduisant à la création d'un compte Instagram féministe : extérioriser un vécu difficile, donner une existence publique à une pratique d'écriture, rendre publiques ses recherches d'information.

Ces formes de prise de parole publique constituent une oscillation constante entre partir de soi et sortir de soi, première étape de la construction du rôle de recueillant^e.

Le chapitre 5 explorera plus en détail la notion de recueil.

Une première partie analysera les formes graphiques du recueil de témoignage sur Instagram, pour comprendre comment la parole des témoignantes est recueillie et mise en pages : partage de captures d'écran, limite de longueur des textes, présence de paratexte, choix graphiques et typographiques... Nous verrons que les recueillant^{es} accordent une importance à l'introduction et la contextualisation des témoignages, par une page de titre ou des avertissements de contenu. Ces pratiques sont des indices graphiques d'une éthique du recueil de la parole.

Une deuxième partie sera centrée sur l'accompagnement de la parole des témoignantes, et sur la cohabitation du témoignage avec d'autres types de discours. En effet, les créateuices-auteuices de comptes Instagram féministes, lorsqu'ils publient des témoignages, les articulent souvent avec des textes de vulgarisation, des données chiffrées ou des conseils, qui contribuent à la politisation

de ces récits intimes. Les témoignages étant souvent des récits de violences, se pose alors la question de l'image : faut-il représenter les violences et ses conséquences, et si oui, comment ? Les choix des enquêtés nous conduiront à des réflexions plus larges sur les images de stock fréquemment utilisées dans les productions graphiques féministes, et sur les logiciels et applications que les enquêtés prennent en main.

Rebondissant sur cette question des outils et compétences graphiques, une troisième partie considérera les négociations constantes des enquêtés concernant l'accessibilité – visuelle comme intellectuelle – de leurs publications, la gratuité ou la possible rémunération de ce travail graphique et militant, et la réception de leur démarche par leurs abonnés. Comment trouver la juste distance avec son public ? Quel est le juste ton à adopter pour être prise au sérieux, alors que le discours féministe fait l'objet de tentatives de silenciation ? Une fois encore, la pratique du graphisme fait partie intégrante de ces négociations.

Prendre la parole et la recueillir sont alors complétés d'une troisième étape, garder la parole, notion qui clôture l'enquête et ouvre sur les possibilités et entraves d'un maintien sur le temps long des pratiques graphiques féministes.

Avant cela, tout commence par une histoire de vagues.

chapitre 1

une histoire de vagues

Rien qu'une fois
Faire des vagues et que ça tangue
Et qu'on parle la même langue

Anne Sylvestre et Pauline Julien, « Rien qu'une fois faire des vagues », 1984.

1.1. *Féminismes en métaphores*

1.1.1. **Retour sur la métaphore des vagues**

Les féminismes des années 2010 et 2020 sont parfois décrits comme constituant la « quatrième vague » des mobilisations féministes. Cette expression est une poursuite de la métaphore des vagues, découpage courant des mobilisations féministes du XX^e siècle dans les pays occidentaux. Avant d’aborder les caractéristiques de la quatrième vague, passons par l’histoire de la métaphore.

Première et deuxième vagues

La métaphore des vagues dans le champ des luttes sociales viendrait du journal anarchiste *La Vague*, cofondé par la militante Marcelle Capy en 1918¹, mais aurait été popularisée² par Martha Weinman Lear dans un article pour le *New York Times* en 1968, pendant la deuxième vague donc. L’historienne des féminismes Bibia Pavard revient sur cette expression et rappelle que « ce sont les historiennes

1 Bibia Pavard, « Faire naître et mourir les vagues : comment s’écrit l’histoire des féminismes », *Itinéraires. Littérature, textes, cultures*, n° 2017-2, 10 mars 2018.

2 Popularisée mais pas inventée, car une recherche rapide sur Google Ngram Viewer révèle de premières occurrences de l’expression « Wave of feminism » dès les années 1910 dans la presse, où l’on peut lire : « The present wave of feminism is felt even in back-waters ! » dans *The Spectator*, F.C. Westley, 1914, vol. 113.

américaines travaillant sur l'hexagone qui emploient la métaphore³ ». Les militantes françaises du Mouvement de libération des femmes (MLF) emploient plus volontiers l'expression « année zéro⁴ » pour l'année 1970, « car l'idée de rupture est beaucoup plus affirmée dans ce moment d'autodéfinition et de qualification de l'histoire en train de se faire⁵ ».

Bibia Pavard propose une synthèse des vagues du féminisme :

La métaphore marine s'est désormais imposée pour distinguer une première vague féministe se déployant du XIX^e siècle aux années 1930 autour de la question des droits civils et civiques, d'une deuxième vague émergeant dans les années 1960 davantage centrée sur la lutte des femmes contre le patriarcat et pour les libertés. Cette métaphore a été réactivée alors que l'on parle depuis les années 1990 d'une troisième vague (Henry 2004, Dean 2009) et même plus récemment d'une quatrième vague depuis les années 2010 qui serait portée par l'activisme en ligne⁶.

Cette réactivation de la métaphore intervient pour l'auteurice lors d'un moment de pivot d'une vague à l'autre, mais elle souligne le rôle des moments de mémoire dans l'usage de l'expression : l'anniversaire des 40 ans du MLF fixe par exemple la dénomination « féminismes de la deuxième vague ». L'historienne des féminismes Christine Bard soulève deux limites de la stabilisation des définitions.

D'une part, elle rappelle que bien que « l'historiographie de la deuxième vague coïncide pour le moment encore à peu près totalement avec celle du MLF⁷ », il existe des « tensions mémorielles » autour du mouvement, ses bornes chronologiques et son inscription dans les luttes « féministes » – le groupe Psych et Po rejette le mot⁸.

3 Bibia Pavard, « Faire naître et mourir les vagues ».

4 « Libération des femmes année zéro » est le titre d'un recueil de textes paru dans *Partisans*, n° 54-55, juillet-octobre 1970.

5 Bibia Pavard, « Faire naître et mourir les vagues ».

6 *Ibid.*

7 Christine Bard, « Faire des vagues. Périodiser l'histoire des féminismes », dans Karine Bergès (dir.), *Féminismes du XXI^e siècle*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. « Archives du féminisme », 2017, p. 31-45.

8 *Ibid.*, p. 40.

D'autre part, « le MLF n'a pas le monopole du féminisme, loin s'en faut⁹ », et cette réduction du féminisme de la deuxième vague en France au MLF peut avoir tendance à occulter d'autres éléments du paysage comme les luttes des femmes immigrées, racisées, les associations mixtes, et « l'émergence du féminisme d'État¹⁰ ».

Troisième vague

Après le *backlash*¹¹ conservateur des années 1980, plusieurs travaux¹² situent le début de la troisième vague féministe dans son auto-proclamation par Rebecca Walker (fille de l'écrivaine et militante *Black Feminist* Alice Walker) dans un article pour *Ms Magazine* en 1992, qu'elle conclut en disant « Je ne suis pas une féministe post-féministe. Je suis la troisième vague¹³. » L'ouvrage collectif *Féminismes du XXI^e siècle, une troisième vague ?*, dirigé par l'historienne Karine Bergès et publié en 2017, dresse un panorama de cette troisième vague.

Dans l'introduction, elle est décrite en ces termes :

L'émergence d'une troisième vague commence à faire des remous aux États-Unis avec la mobilisation des femmes de couleur (*Black Feminism*), des immigrées latino-américaines (*Chicanas*) ou encore des féministes lesbiennes, qui ne s'identifient pas au sujet du féminisme radical étatsunien de la deuxième vague (« nous, les femmes ») : pour ces catégories de femmes, l'oppression n'est pas toujours le fait de l'oppression de sexe mais résulte de l'enchevêtrement de discriminations multifactorielles, de classe, de race, de genre et de sexualités. Dans un contexte de mondialisation néolibérale, cette troisième vague se développe sous le signe de l'hybridation des identités et de la diversité : « diversité des acteurs (mixité

9 *Ibid.*, p. 42.

10 *Ibid.*, p. 42.

11 Susan Faludi, *Backlash: The Undeclared War Against American Women*, New York, Three Rivers Press, 2006.

12 Voir notamment Kira Cochrane, « The fourth wave of feminism: meet the rebel women », *The Guardian* [en ligne], 10 décembre 2013 ; Astrid Henry, « From a Mindset to a Movement: Feminism since 1990 », dans *Feminism Unfinished: A Short, Surprising History of American Women's Movements.*, New York, Liveright, 2014 ; Christine Bard, « Périodiser l'histoire des féminismes ».

13 Rebecca Walker, citée dans Bibia Pavard, « Faire naître et mourir les vagues ».

et ouverture aux personnes trans), diversité des enjeux (intersectionnalité), diversité des stratégies » [Lamoureux 2016]. Elle propose de croiser les luttes féministes avec l'antiracisme, l'anticapitalisme, l'altermondialisme, la santé ou encore l'écologie¹⁴.

La troisième vague féministe apparaît comme marquée par la pluralité, la diversité et l'enchevêtrement des mobilisations. Ses bornes temporelles sont plus floues que celles de la deuxième vague. Sa date de naissance présumée va de 1985¹⁵ ou 1992¹⁶ pour l'Amérique du Nord, jusqu'aux années 2000 pour la France¹⁷. Ce décalage se reporte sur la vague suivante, rendant plus difficile encore le tracé d'une ligne de partage entre troisième et quatrième vague des féminismes.

Quatrième vague

La quatrième vague émerge dans les textes anglo-saxons dès 2011¹⁸ avec l'autrice, militante et réalisatrice Jennifer Baumgardner, qui l'autoproclame : « Je crois que la quatrième vague existe parce qu'elle dit qu'elle existe. Je crois que la quatrième vague est importante, parce que je me souviens à quel point j'étais sûre que ma génération importait¹⁹ ». Le terme est repris en 2012 par Kira Cochrane dans le journal *The Guardian*, puis 2013 par Ealasaïd Munro dans une revue de sciences politiques²⁰, supposant une émergence de cette quatrième vague au début des années 2010. En 2017, dans *Féminismes du XXI^e siècle*, les féminismes des années 2010 sont toujours qualifiés de « troisième vague », bien qu'il soit question des mêmes évolutions et perspectives que celles auxquelles Baumgardner, Cochrane et Munro faisaient référence quelques années plus tôt.

14 Karine Bergès, « Remous autour des vagues féministes », dans *Féminismes du XXI^e siècle*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. « Archives du féminisme », 2017, p. 16-17.

15 Maria Nengeh Mensah, *Dialogues sur la troisième vague féministe*, Montréal, Les éditions du Remue-ménage, 2005.

16 Date de publication de l'article de Rebecca Walker cité plus haut.

17 Christine Bard, « Périodiser l'histoire des féminismes », p. 31.

18 Un peu à l'écart du fait de sa perspective plus spirituelle que politique, Pythia Peay en 2005 employait déjà l'expression, pour décrire un mouvement de femmes après les attentats du 11 septembre 2001 dans « Feminism's Spiritual Wave », *Utne Magazine* [en ligne], 2005.

19 Jennifer Baumgardner, « Is There a Fourth Wave? Does It Matter? », dans *F'em : Goo Goo, Gaga and some thoughts on balls*, New York, Seal Press, 2011, p. 258.

20 Ealasaïd Munro, « Feminism: A Fourth Wave? », *Political Insight*, vol. 4, n° 2, 5 septembre 2013, p. 22-25.

En conclusion de l'ouvrage, ce sont l'élection de Donald Trump aux États-Unis en 2016 et les mobilisations massives qui ont suivi – dont la Women's March on Washington – qui préfigurent l'entrée dans une quatrième vague :

Les féminismes seraient-ils en route vers une nouvelle vague qui surmonterait les clivages, voire l'éclatement ? Pour certaines, cette quatrième vague se conjuguerait non pas au futur mais au présent, et aurait été précipitée par l'importance croissante d'Internet et des nouvelles technologies de l'information et de la communication, qui permettent l'émergence d'une communauté féministe globalisée, faisant usage des réseaux à des fins discursives et activistes. Ce début de XXI^e siècle, entremêlant réalités et engagements virtuel.les et concrèt.es, serait ainsi le creuset d'une pluralité et d'une diversité qui témoignent de la vitalité des féminismes²¹.

Après ce bref historique des vagues et des flous de leurs délimitations, je souhaite revenir sur les avantages et les limites de cette métaphore, pour expliquer mon choix de l'utiliser. Dans ce travail de recherche, je me suis trouvée face à deux notions qui ne font pas consensus, pour des raisons un peu différentes : la métaphore des vagues en général, et la notion de quatrième vague en particulier.

1.1.2. **Limites de la métaphore**

Des définitions mouvantes

La première limite de la métaphore provient du flou autour de sa définition et de son utilisation. Dans sa thèse de doctorat en sciences politiques à propos de l'émergence d'une quatrième vague du féminisme en France, David Bertrand remarque qu'il peut « être difficile dans certains textes de déterminer si une vague fait référence à une génération de militantes, une idéologie ou un courant particulier du féminisme, une époque, un ensemble de collectifs et d'institutions,

21 Alexandrine Guyard-Nédélec, « Conclusion : Vers une quatrième vague ? Réflexions à partir de la situation états-unienne », dans *Féminismes du XXI^e siècle*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2017, p. 275-276.

les mobilisations d'une période donnée²² ». Selon l'auteur, seule Christine Bard – en tout cas pour la France – propose des critères explicites de définition des vagues : « Une vague peut être définie par trois éléments : ses orientations, son répertoire d'action et son contexte, au sens d'espace-temps²³. » Dans le texte que cite Bertrand, Christine Bard passe toutefois très vite sur les significations précises des termes utilisés, pour se concentrer sur une approche des contextes politiques, arguant que le féminisme est « façonné par une culture nationale, un environnement, des institutions, un type d'éducation, des cultures politiques²⁴ » nationales ou internationales. Le texte est donc davantage un appel à « penser l'espace-temps des féminismes contemporains²⁵ » qu'un appel à définition. Alors que les textes précédemment cités s'efforcent de décrire l'usage et les limites de la métaphore des vagues sans jamais la définir de manière fixe, David Bertrand propose, dans sa thèse de doctorat, une « définition opératoire²⁶ » des vagues.

Mais une telle définition est-elle seulement possible ? Est-elle-même nécessaire ou souhaitable ? L'intérêt de la métaphore peut aussi résider dans son caractère mouvant, son adaptabilité. Ce flou est même une bonne chose pour Prudence Chamberlain, qui y voit une forme de prudence académique évitant d'entraver le développement de la vague, d'en figer la nature. Cela permettrait aux nouvelles vagues de « se développer de manière plus organique²⁷. » Bibia Pavard, reprenant les travaux de l'historien du féminisme britannique Jonathan Dean, note qu'avec l'arrivée de la troisième vague, la métaphore « s'émancipe de l'idée de « vaste mouvement » pour qualifier une somme d'appropriations individuelles, et de l'idée de « moment historique » pour devenir marqueur identitaire d'ordre générationnel et politique²⁸. » Ainsi, l'annonce de l'émergence d'une quatrième vague dans les années 2000 n'est plus l'annonce d'une révolution majeure et massive, mais plutôt un « marqueur temporel – en appelant de ses vœux une

22 David Bertrand, *Analyse structuro-cognitive d'une lutte pour la reconnaissance : l'émergence d'une quatrième vague féministe en France*, Thèse de doctorat en Science politique, Université de Bordeaux, 2021, p. 30.

23 Christine Bard, « Périodiser l'histoire des féminismes », p. 33.

24 *Ibid.*

25 *Ibid.*, p. 34.

26 David Bertrand, *Analyse structuro-cognitive d'une lutte pour la reconnaissance*, p. 29.

27 Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*, Cham, Springer International Publishing, 2017, p. 5.

28 Bibia Pavard, « Faire naître et mourir les vagues ».

nouvelle époque » et un « marqueur identitaire pour de jeunes féministes qui entendent mener leur propre révolution²⁹ ».

Ce déplacement de la métaphore semble confirmé par l'usage qu'en font Rebecca Walker pour la troisième vague et Jennifer Baumgardner ou Kira Cochrane pour la quatrième : la vague est nommée par celles qui estiment en faire partie... Ce qui peut en retour rendre plus difficile le travail des chercheuses, qui doivent composer avec leur définition du concept et avec ses appropriations par les militantes ou la presse.

Des vagues « hégémoniques »

La deuxième limite de la métaphore des vagues est sa difficulté à rendre compte des mobilisations féministes en dehors d'un « féminisme hégémonique », « centré sur des actrices blanches hétérosexuelles et de classe moyenne-supérieure³⁰ ». Bibia Pavard explique avec clarté quelles sont les mobilisations exclues de la métaphore :

De fait les travaux actuels sur le mouvement lesbien dans les années 1970-1980, par exemple, n'obéissent pas à la même chronologie qui fait des années 1980 un moment de reflux (Eloit 2017). On pourrait ajouter que la métaphore des vagues se concentre sur certaines zones géographiques (Amérique du Nord, Europe de l'Ouest et du Nord, Australie), laissant de côté d'autres aires où les mobilisations féministes se déploient selon des temporalités distinctes par exemple en Europe de l'Est, Afrique, Amérique du Sud, Asie, monde arabe (Badran 2009, Cirstocea et Giraud 2015). La focale est aussi sur l'échelle nationale, laissant de côté les mobilisations locales parfois décalées dans le temps (Godard et Porée 2014 ; Masclat 2017)³¹.

29 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », dans *Ne nous libérez pas, on s'en charge. Une histoire des féminismes de 1789 à nos jours.*, Paris, La Découverte, coll. « Sciences humaines », 2020, p. 470.

30 Linda Laughlin, citée dans Bibia Pavard, « Faire naître et mourir les vagues ».

31 Bibia Pavard, « Faire naître et mourir les vagues ».

L'ouvrage *Black Feminism : anthologie du féminisme africain-américain*³² comporte plusieurs textes dialoguant pour ou contre l'utilisation de la métaphore des vagues pour décrire les luttes du *Black Feminism*. La chercheuse en études culturelles, archiviste et militante Kimberly Springer note un certain anachronisme dans les travaux de féministes blanches sur la troisième vague et rappelle que la prise en compte de l'intersection du genre, de la race et de la classe, si elle est parfois décrite comme caractéristique de la troisième vague (années 1990), vient en fait de plusieurs décennies de textes et de luttes³³. À la lumière de ces critiques, décompter les vagues participe d'une conception universaliste des féminismes, qui homogénéise et invisibilise.

Unicité et ruptures

La troisième limite de la métaphore des vagues est qu'elle est perçue comme trop centrée sur les moments de rupture, là où l'écriture de l'histoire des féminismes nécessite une attention à la continuité. Les vagues sont donc laissées de côté dans plusieurs ouvrages de référence proposant une introduction à l'histoire des féminismes, comme ceux des historiennes Michèle Riot-Sarcey ou Françoise Rochefort³⁴. Je les cite ici parce qu'ils font partie de mes premières lectures en histoire des féminismes lorsque j'étais en licence. L'absence de la métaphore des vagues avait surpris ma lecture néophyte. Pourtant l'expression n'est pas totalement absente, et les autrices de ces ouvrages justifient leur mise de côté. Florence Rochefort indique : « En laissant volontairement de côté le vocabulaire des « vagues » qu'une échelle globale rend encore plus inopérante, nous avons voulu insister sur des disparités inscrites dans certaines continuités³⁵ ». L'argument est similaire chez Pavard, Zancarini-Fournel et Rochefort en 2020 : « Nous avons préféré éviter la métaphore des vagues très souvent employée,

32 Elsa Dorlin et Michele Wallace (dir.), *Black feminism : anthologie du féminisme africain-américain, 1975-2000*, Paris, L'Harmattan, 2015.

33 Kimberly Springer, « Une troisième vague du féminisme noir ? », dans *Black feminism : anthologie du féminisme africain-américain, 1975-2000*, Paris, L'Harmattan, 2015.

34 Michèle Riot-Sarcey, *Histoire du féminisme*, 3^e édition, Paris, La Découverte, 2015 ; Françoise Rochefort, *Histoire mondiale des féminismes*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 2018.

35 Françoise Rochefort, *Histoire mondiale des féminismes*, p. 12.

mais réductrice par rapport à la complexité des contextes historiques qui se succèdent et s'enchevêtrent³⁶ ».

La métaphore des vagues semble donc plus adaptée comme outil de compréhension des caractéristiques d'une période donnée du féminisme – par exemple la deuxième vague – que comme outil de découpage temporel de l'histoire des féminismes. Dans son usage le plus courant, elle tend en effet à raconter l'histoire des féminismes sous la forme de « pics » et de « creux » qui se succèdent, une image qui ne concorde pas avec la pluralité des mobilisations féministes de chaque vague et avec le chevauchement des générations. On peut redouter un effacement des militantes de la vague précédente, alors qu'elles sont toujours actives³⁷. Sans réduire cette critique à un conflit générationnel, le besoin d'affirmer un renouveau et une rupture, que l'on retrouve chez Baumgardner quand elle dit « je me souviens à quel point j'étais sûr que ma génération importait³⁸ » ou dans le travail de la sociologue Liane Henneron sur les jeunes féministes³⁹, n'est pas unanime. Il fait face à un besoin de continuité : d'une part, « les militantes de la vague précédente sont toujours vivantes, et de surcroît, toujours très investies pour un certain nombre d'entre elles dans le militantisme féministe⁴⁰ ». D'autre part, certaines associations rejettent le qualificatif de « nouvelles féministes » et revendiquent leur filiation avec les féministes du MLF. C'est le cas des représentantes de La Barbe et d'Osez le féminisme, dans un entretien avec Christine Bard en 2013⁴¹. Le sous-titre de l'article affirme même qu'il « n'y a pas de nouveau féminisme ».

Du côté des antiféminismes, la rupture avec les mouvements précédents sert également de disqualification des féministes contemporains⁴². Notons que l'expression « néoféministe » a connu un essor certain au cours des années 2010 et 2020, et est aujourd'hui fréquemment employée dans la presse d'extrême-droite et conservatrice pour disqualifier les discours féministes contemporains⁴³.

36 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, *Ne nous libérez pas, on s'en charge : une histoire des féminismes de 1789 à nos jours*, Paris, La Découverte, 2020, p. 9.

37 Karine Bergès, « Remous autour des vagues féministes ».

38 Jennifer Baumgardner, « Is There a Fourth Wave? ».

39 Liane Henneron, « Être jeune féministe aujourd'hui : les rapports de génération dans le mouvement féministe contemporain », *L'Homme la Société* n° 158, n° 4, 2005, p. 93-111.

40 Karine Bergès, « Remous autour des vagues féministes ».

41 Christine Bard, Alix Béranger, Clara Carbunar, Caroline De Haas et Alice Béja, « Le militantisme féministe aujourd'hui », *Esprit*, Octobre, n° 10, 11 octobre 2013, p. 68-84.

42 « Faire diversion : le néoféminisme est le vrai danger », dans *Défaire le discours sexiste dans les médias : Préparez-vous pour la bagarre*, Paris, JC Lattès, 2021, p. 128-162.

43 *Ibid.*

Le magazine *Valeurs actuelles* utilise régulièrement l'adjectif « néoféministe » pour désigner des militantes ou autrices féministes sous un jour péjoratif⁴⁴. Parce qu'elle force à considérer des ruptures entre des vagues successives et séparées, la métaphore est donc accusée de déconnecter les féministes entre elles, et de donner prise aux discours antiféministes.

1.1.3. **Persistance de la métaphore**

Désignant selon les textes un moment d'intensité des mobilisations, un renouvellement des forces féministes, une alternance de pics et de creux, des chevauchements possibles, un bloc uniforme, ou encore des ruptures générationnelles ou idéologiques, la métaphore des vagues porte avec elle son lot de débats historiographiques. Elle est pour Jennifer Baumgardner une feuille de route : « Nous pouvons l'enrichir, nous en détourner, nous en délecter, mais nous devons d'abord l'avoir⁴⁵. » Sans cesse revue et critiquée, elle persiste pourtant, comme « convention internationale dans l'écriture de l'histoire du féminisme⁴⁶ », comme outil pédagogique, et comme image à fort pouvoir évocateur « en phase avec l'idée révolutionnaire d'une déferlante militante⁴⁷ ».

J'ai abondamment cité ici un nombre restreint de textes, particulièrement ceux de Christine Bard et Bibia Pavard. Au-delà de leur grande qualité de synthèse des débats et des caractéristiques des vagues, je lis dans ces lignes un certain attachement à la métaphore et à son imaginaire. Chez Bibia Pavard, mon interprétation vient des multiples rappels de l'imaginaire lié à la figure de la vague, « jaillissante », « révolutionnaire », représentant la « puissance d'un mouvement qui balaye l'ensemble de la société⁴⁸ ». On retrouve la métaphore dans d'autres travaux comme l'article « Faire des vagues » en 2017⁴⁹, ou chez Christine Bard, qui explicite : « On peut aussi avoir – c'est mon cas je le confesse – un attachement sentimental pour la « vague » comme un identifiant important dans la culture

44 Eloi Roche-Bruyn, Victor-Isaac Anne, Nicolas Clément et Olivier Maulin, « Virginie Despentes, Alice Coffin et les autres : qui sont les nouvelles harpies du féminisme », *Valeurs actuelles* [en ligne], 12 mars 2020.

45 Jennifer Baumgardner, « Is There a Fourth Wave? ».

46 Christine Bard, « Périodiser l'histoire des féminismes », p. 44.

47 Bibia Pavard, « Faire naître et mourir les vagues ».

48 *Ibid.*

49 Josiane Jouët, Katharina Niemeyer et Bibia Pavard, « Faire des vagues », *Réseaux*, n° 201, 2 mai 2017, p. 21-57.

féministe⁵⁰. » Outre ses qualités intrinsèques, la persistance de la métaphore des vagues peut donc se trouver du côté de ces confessions de chercheuses, de la volonté de s'inscrire à la suite des travaux qui l'utilisent.

Un tournant affectif des vagues

Penchons-nous sur les potentiels heuristiques de cette métaphore, pour aider son renouvellement. Le sociologue Giovanni Busino propose une typologie de métaphores en sociologie. Il distingue 8 types de métaphores : mécaniques, organiques, économiques, métonymiques, langagières, théâtrales, ludiques, et réticulaires⁵¹. Pris comme phénomène de « mouvement ondulatoire qui apparaît à la surface d'une étendue liquide⁵² », la vague serait plutôt une métaphore mécanique, qui fait appel à un phénomène physique. Pourtant, on substitue parfois à la vague la notion de lame de fond, de déferlante, lui prêtant des capacités actives, presque incarnées. Prudence Chamberlain parle d'« intensité⁵³ », Bibia Pavard évoque « une mobilisation jaillissante », « la puissance d'un mouvement qui balaye l'ensemble de la société pour la transformer en profondeur⁵⁴ ». Dans ce rapport aux forces de la nature, la métaphore tend alors vers l'organique.

Cette puissance évocatrice du surgissement et de l'intensité ne représente qu'une partie de la vie d'une vague, le moment où celle-ci déferle sur le rivage. Si l'on voulait pousser la métaphore, on pourrait d'ailleurs chercher du côté du vocabulaire du surf des variantes plus précises de ces déferlantes. Avant son arrivée sur le rivage, la vague a tout un cycle de vie, depuis les premiers clapotis jusqu'à la houle, puis la déferlante. Des articles et ouvrages filent la métaphore de la vague en déployant tout un vocabulaire marin, de la « marée⁵⁵ » aux « remous, ressacs et dérivations⁵⁶ » en passant par « faire des vagues⁵⁷ ». La figure de style

50 Christine Bard, « Périodiser l'histoire des féminismes », p. 45.

51 Giovanni Busino, « La place de la métaphore en sociologie », *Revue européenne des sciences sociales. European Journal of Social Sciences*, XLI-126, 1^{er} septembre 2003, p. 91-101.

52 « Vague », dans *Trésor de la langue française informatisé* [en ligne].

53 Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*.

54 Bibia Pavard, « Faire naître et mourir les vagues »


55 Franck Gaudichaud, « Marée féministe au Chili », *Le Monde diplomatique*, 1^{er} mai 2019, p.14-15.

56 Mercédès Baillargeon et Collectif Les Déferlantes, *Remous, ressacs et dérivations autour de la troisième vague féministe*, Montréal, Les Éditions du Remue-ménage, 2011.

57 Josiane Jouët, Katharina Niemeyer et Bibia Pavard, « Faire des vagues ».

semble figée, utilisée comme image plutôt que comme outil heuristique. Il s'agit donc d'explorer d'autres imaginaires possibles liés à cette métaphore.

Que se passe-t-il avant que la vague ne déferle ? Quels sont ses premiers clapotis ? Cela permettrait de parler, plutôt que de « creux de la vague⁵⁸ », du moment de formation de la vague suivante. En l'attente de chercheuses-surfeuses pour nous proposer ces développements, comment défaire la vague trop unificatrice⁵⁹ ?

Cette sensation d'unité peut venir de la force qui se dégage de l'image de la vague, et de nos représentations de vagues célèbres, comme celle d'Hokusai⁶⁰. Même dans les représentations contemporaines, par exemple dans l'emoji , représentation simplifiée mais reconnaissable du tableau d'Hokusai, la vague est figée dans son mouvement, dans la posture qui précède tout juste l'atteinte de la rive. « À nous de la rendre vivante », dit Christine Bard, qui propose une ébauche de décloisonnement de la métaphore : « lorsque la mer monte, les vagues se chevauchent, la plus neuve gagnant du terrain⁶¹ ». On retrouve ici le versant heuristique de la métaphore, sortant de la fixité de la déferlante pour s'intéresser à la totalité du mouvement de l'eau.

L'approche de Prudence Chamberlain dans *The Feminist Fourth Wave* en 2017⁶² renouvelle le discours sur les vagues. Cette autrice, enseignante, chercheuse en poésie contemporaine et tournée vers les études féministe, considère la quatrième vague avant tout comme une « temporalité affective » : la cohérence d'un mouvement militant viendrait d'affects communs, qui tiennent les sujets politiques ensemble, leur donnent une force d'action. Par « affect », Chamberlain entend ici une émotion mise en mouvement par son devenir collectif. Le fait que ces affects communs ne reposent pas sur l'unité ou la similitude des sujets politiques est « un moyen d'éviter les définitions des vagues qui se concentrent sur

58 Sylvie Chaperon, « Creux de la vague », dans *Dictionnaire des féministes : France, XVIII^e-XXI^e siècle*, Paris, PUF, 2017, p. 365-368.

59 Bibia Pavard, « Faire naître et mourir les vagues ».

60 Hokusai, *La Grande Vague de Kanagawa*, estampe (gravure sur bois), 25,7 × 37,9cm, ca. 1830.

61 Christine Bard, « Périodiser l'histoire des féminismes ».

62 Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave* L'ouvrage fait suite à un article paru en 2016 au titre similaire : « Affective temporality: towards a fourth wave », *Gender & Education*, vol. 28, n° 3, mai 2016, p. 458-464.

l'identité, la praxis ou la génération⁶³ », et permet de ramener de la continuité dans la métaphore des vagues.

Chamberlain s'inscrit à la suite des travaux de la théoricienne postcoloniale, queer et féministe Sarah Ahmed, pour qui les émotions et les affects sont au centre de l'expérience vécue du féminisme. La figure de la « rabat-joie » (*killjoy*) place les féministes dans une position toujours inconfortable, de celui qui s'oppose⁶⁴. « Vivre une vie féministe⁶⁵ », pour Sarah Ahmed, c'est accepter cet inconfort et ce décalage, et se rapprocher d'autres rabat-joie.

Ce « tournant affectif » des théories féministes rencontre des critiques. David Bertrand par exemple exprime ses « plus vives réserves » vis-à-vis de l'approche de Prudence Chamberlain, considérant « qu'elle ne répond pas à des exigences scientifiques et qu'elle rappelle les arguments antiféministes du début du XX^e siècle réduisant les mouvements de femmes à des formes de dérèglements émotionnels⁶⁶ ». Bien que l'approche de Chamberlain ou Ahmed soit plus philosophique que sociologique, il me semble, à l'inverse de David Bertrand, que le récit des affects féministes nous donne une vue de l'intérieur, qui peut éclairer en retour les formes d'expressions militantes. Sans réduire les féministes à leurs affects, il s'agit de les prendre en compte et de les légitimer. Cela déjoue justement la stratégie antiféministe du siècle dernier, puisque « émotion » n'équivaut plus à irrationalité, futilité ou dérèglement.

Prudence Chamberlain insiste également sur le fait que la vague, redéfinie comme surgissement intense d'affects communs, ne représente qu'un moment précis des mobilisations féministes. Elle apparaît de manière certes imprévisible, mais pas ex-nihilo : « Cette métaphore n'indique pas que l'activisme émerge soudainement et sans contexte, mais qu'un surgissement (*surge*) est possible à partir d'un corps (*body*) plus large de travaux féministes, à la fois historiques et contemporains⁶⁷. » Ce surgissement des affects est soudain, peut être très fort, et est d'autant plus bref qu'il est intense, ce qui amène Chamberlain à décrire les mécanismes d'épuisement du militantisme féministe qui cherche à agir tout en préservant ses forces⁶⁸. Bien que la définition des vagues de Prudence

63 Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*, p. 17.

64 Sara Ahmed, « Les rabat-joie féministes (et autres sujets obstinés) », *Cahiers du Genre*, vol. 53, n° 2, 2012, p. 77-98.

65 Sara Ahmed, *Living a feminist life*, Durham, Duke University Press, 2017.

66 David Bertrand, *Analyse structuro-cognitive d'une lutte pour la reconnaissance*, p. 34 (note 99).

67 Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*, p. 29.

68 Prudence Chamberlain, « Affective temporality », p. 94.

Chamberlain prenne en compte les affects, les émotions des militant^{es} féministes, elle reste toutefois dans la description d'un moment d'une forte intensité. On voit ici comment la métaphore elle-même peut rendre difficile l'étude de certaines formes de militantisme.

1.1.4. **Vers d'autres métaphores**

Comment s'intéresser aux pratiques ordinaires, invisibles, avec telle insistance sur l'intensité ? L'introduction de l'ouvrage de Sarah Ahmed *Living a Feminist Life* conserve un vocabulaire marin et « pense à l'action féministe comme à des ondulations dans l'eau, une petite vague, peut-être créée par l'agitation du temps⁶⁹ ». L'ondulation attire l'attention vers le tout premier mouvement de l'eau, mais aussi vers des actions d'intensité plus modeste.

D'autres auteu^{ices} ont cherché à compléter ou à renouveler l'imaginaire métaphorique des mouvements féministes en faisant appel à d'autres figures, qu'il convient d'étudier rapidement.

Le volcan

La question de l'intensité ne se pose pas que pour la métaphore des vagues. Avec sa métaphore du volcan, l'historienne Karen Offen suit un chemin similaire :

Je parlerai donc du féminisme en termes d'éruptions, de coulées, de fissures, de laves en fusion (de magma), car je le considère plutôt comme une forme menaçante et insaisissable de mécontentement, qui ne cessa de s'attaquer aux points faibles des couches de sédiments accumulés qui forment la cuirasse du patriarcat, le vernis institutionnel des sociétés organisées (et réussit parfois à se frayer un chemin au travers)⁷⁰.

Malgré l'intensité de cette image, la notion de lave qui refroidit, et les traces que cette éruption laisse ensuite dans le paysage, peuvent ramener l'histoire des féminismes à une métaphore géologique, l'inscrivant dans un temps plus long.

69 Sara Ahmed, *Living a feminist life*, p. 3.

70 Karen Offen, citée dans Karine Bergès, « Remous autour des vagues féministes », p. 15.

On retrouve d'ailleurs des métaphores géologiques chez des autrices de théorie queer. Samantha Pergadia remarque que « lorsque leurs carrières féministes se sont transformées en carrières queer, [Gayle] Rubin et [Judith] Butler invoquent une texture géologique du temps et de la matière⁷¹ ».

La métaphore géologique participe à construire la méthode des deux autrices : Rubin considère qu'il y a un « fossile des études queer⁷² » (*a definitive fossile of queer studies*) qui peut être appréhendé par excavation.

Le feu

Le feu est particulièrement présent dans les représentations des années 2018 à 2023 (I11. 2) en lien avec deux événements culturels : le retour de la figure de la sorcière dans les imaginaires collectifs – notamment après la parution de l'ouvrage de Mona Chollet *Sorcières, la puissance invaincue des femmes*⁷³ – et la sortie du film *Portrait de la jeune fille en feu*⁷⁴, de Céline Sciamma, avec Adèle Haenel (I11. 2f). Le film est nominé aux Césars en 2020. Cette cérémonie est marquée par plusieurs manifestations féministes contre la nomination de Roman Polanski dans la catégorie meilleur réalisateur, alors qu'il est reconnu coupable de violences sexuelles. Lors de l'annonce de la victoire de Roman Polanski, Adèle Haenel quitte la cérémonie, s'indignant : « La honte ! ». La scène connaît un fort relais sur les réseaux sociaux et dans le paysage médiatique français, et pendant les mois suivants le titre du film est détourné dans des collages « Nous sommes les jeunes filles en feu ». De même le 8 mars 2020, on peut voir dans le cortège parisien des pancartes « jeunes filles en feu » (I11. 2h). Si la représentation du feu dans les visuels féministes est bien antérieure à la sortie du film de Céline Sciamma, cela semble lui donner un nouveau souffle. L'emoji 🔥 est fréquemment utilisé sur les réseaux sociaux pour ponctuer les publications féministes, et peut signifier la force qui anime les militantes (I11. 2c), ou accompagner ce qu'elles souhaitent voir réduit en cendres, envoyant « le patriarcat au feu ».

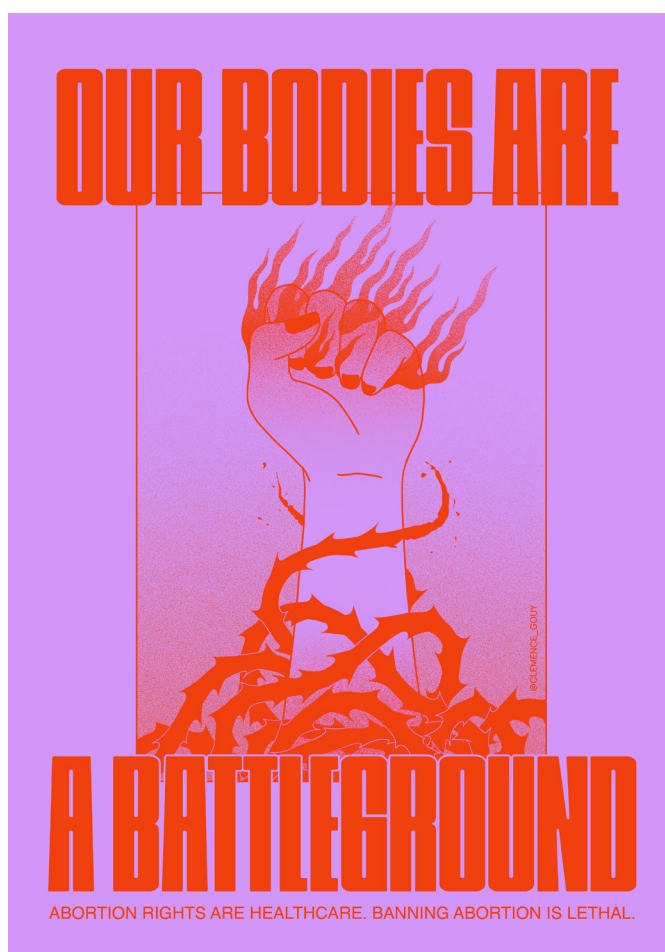
71 Samantha Pergadia, « Geologies of Sex and Gender: Excavating the Materialism of Gayle Rubin and Judith Butler », *Feminist Studies*, vol. 44, n° 1, mars 2018, p. 171-196.

72 *Ibid.*

73 Mona Chollet, *Sorcières : la puissance invaincue des femmes*, Paris, Zones, 2018.

74 Céline Sciamma (réal.), *Portrait de la jeune fille en feu*, Lilies Films, 2019. 120 minutes.

🔥 La colère incarne l'un des enjeux les plus importants de notre époque, tant ses



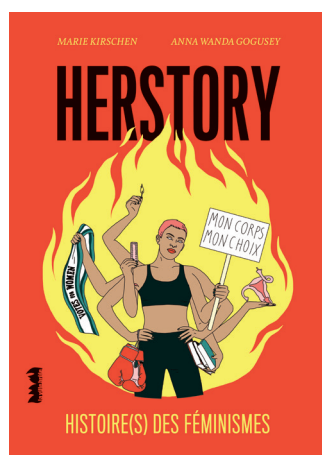
111.2 - Feu.

2a. Photo de profil de la page Facebook Marseille 8 Mars. Dessin de Mallaury Cantagrel.

2b. Affiche du festival Comme nous Brûlons, édition 2023.
© Amanda Wanda Gogusey.

2c. Émoji flamme, Capture d'écran de la description de la revue *Deuxième page* n°1 sur BigCartel.

2d. Clémence Gouy, *Our bodies are a Battleground*, illustration de soutien à la lutte pour le droit à l'avortement, 2022. Illustration mise en ligne sur Google Drive et librement utilisable comme pancarte de manifestation.



Feu - suite.

2e. Marie Kirschen et Amanda Wanda Gogusey, *Herstory, Histoire(s) des féminismes*, Paris, La ville brûle, 2021. © La ville brûle.

2f. Aboutevie, autocollants représentant les personnages du film de Céline Sciamma *Portrait d'une jeune fille en feu*. © Eve Cambreleng.

2g. Collectif, *Abécédaire des féminismes présents*, Dir. Elsa Dorlin, Libertalia, 2021. © Libertalia.

2h. Marche contre les violences sexistes et sexuelles, Paris, 8 mars 2020. © Claire La Bernardie. clairelabernardie.com.

2i. Irene, *La Terreur Féministe*, Points, 2022. © Points.

Au-delà de la vague, du feu, du volcan, on retrouve des métaphores liées aux éléments naturels dans de nombreuses initiatives féministes, par exemple la Drache, collectif « féministe des champs » qui agit dans les zones rurales du Nord et de Picardie, les Orageus-e-s, association dijonnaise gérant entre autres une bibliothèque mobile, ou encore la revue *La Déferlante*.

La constellation

J'ai découvert l'expression « féminisme constellaire » dans une publication du collectif PAAF (Panasiaféministe), sur Instagram ([111. 3b](#)). Le collectif en donne la définition suivante, à l'allure de manifeste :

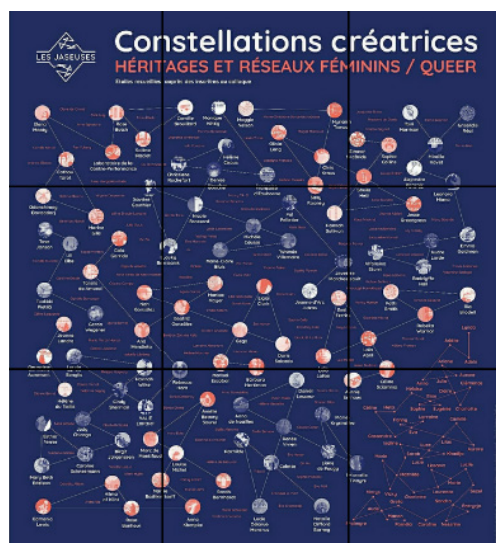
Militer de manière constellaire c'est créer de nouveaux réseaux de connexions horizontales et solidaires. [...]

Lorsqu'il y a processus d'inclusion, et donc forcément processus d'exclusion, s'organise une relation inégalitaire entre un groupe central qui inclut et d'autres groupes périphériques et marginaux qui sont inclus. Non seulement nous refusons d'être juste des satellites de ces centres de pouvoirs dominants occidentalocentrés à l'échelle mondiale mais nous refusons aussi de reproduire ce schéma de domination entre nous. [...]

Dans une logique d'évolution de la langue française et d'expérimentation du langage militant, nous pourrions adverbiser voire conjuguer « constellaire ». Constellaire nous replace dans un même espace et temps où organisés horizontalement, nous ne dépendons plus d'un centre de décision mais venons chacune s'ajouter à l'inter-constellation militante.

Nous brillons par notre complexité et nos identités plurielles et formons ensemble un nouveau processus constellaire brisant les planètes des pouvoirs blancs racistes, patriarcaux, hétéronormés, validistes, grossophobes, transphobes, lgbtqia+phobes, psychophobes⁷⁵...

⁷⁵ @collectif_paaf, « S'organiser de manière constellaire », publication Instagram, 16 novembre 2020.



Ill.3 - Constellation féministe.

3a. Les Jaseuses, @les_jaseuses, Affiche du colloque Constellations créatrices publiée sous forme de mosaïque sur le compte Instagram, 10 mars 2021. Graphisme : Newenn Turbiau.

3b. Collectif PAAF, @collectif_paaf, Publication Instagram, 13 novembre 2020.

Le collectif insiste sur l'horizontalité évoquée par la constellation, et sur son aspect réticulaire. Elle n'a pas de centre, et il est possible de s'y joindre, sans souhait d'unité. L'historienne de l'art Marie-Dominique Gil utilise la même métaphore pour décrire les liens entre artistes féministes, à partir de l'autrice Kate Millet. La « constellation Millett », comme l'appelle Gil, « tisse des fils plus ou moins solides, parfois rompus et surtout à géométrie variable, entre les plasticiennes, écrivaines et vidéastes qui l'ont rencontrée⁷⁶ ».

La constellation est ici une figure utile pour décrire des liens non-hiérarchiques et informels entre des artistes qui ne travaillent pas nécessairement ensemble, mais se croisent. Ici, c'est la chercheuse qui reprend la trace de ces liens, qui rend visible ces constellations. Contrairement aux féministes du collectif PAAF qui se placent *dans* une constellation, le regard de la chercheuse *sur* les constellations d'artistes est distancié. Les étoiles existent dans le ciel, mais la constellation n'existe que dans le regard de l'astronome ou de la navigatrice.

Chez Elsa Dorlin, la métaphore désigne plutôt une forme d'horizontalité dans la méthode. En Introduction de l'ouvrage *Se Défendre : une philosophie de la violence*, elle propose « d'arpenter une histoire constellaire de l'autodéfense. Tracer cet itinéraire n'a pas consisté à piocher parmi des exemples les plus illustratifs, mais plutôt à rechercher une mémoire des luttes dont le corps des dominés constitue la principale archive⁷⁷. »

La métaphore peut parfois se figer à nouveau, perdre son potentiel heuristique pour devenir une représentation. L'association de chercheuses Les Jaseuses propose aux participantes du colloque « Constellations créatrices » en 2021 « d'ajouter une étoile » à une constellation d'artistes queer et féministes (III. 3a). Les modalités techniques de la participation ne sont pas précisées sur leur site, mais les contributions sont ensuite rassemblées par le graphiste Newenn Turbiau pour constituer l'affiche de l'événement. Visuellement, les « constellations » d'artistes sont très proches, évoquant davantage un réseau. Certains noms sont accompagnés de vignettes, d'autres gravitent autour des figures principales. La constellation est ici une représentation, et non un mode d'organisation.

76 Marie-Dominique Gil, « Une constellation invisibilisée », *GLAD! Revue sur le langage, le genre, les sexualités*, n° 12, 13 juillet 2022.

77 Elsa Dorlin, *Se défendre : une philosophie de la violence*, Paris, La Découverte, 2019, p. 16.

Le rhizome

Tout comme la constellation, le rhizome évoque l'horizontalité, une structure réticulaire qui s'étend, se construit, en souterrain plutôt que dans le cosmos. Le concept de rhizome chez Deleuze et Guattari « s'oppose au modèle centralisé de l'arbre ou de la racine, il évoque une circulation non hiérarchique, un mouvement sans début ni fin⁷⁸ » et paraît donc particulièrement adapté pour évoquer les modes de circulation des formes et des savoirs qui constituent une culture féministe⁷⁹.

Horizontal, le rhizome est également régi par un « principe de multiplicité » qui permet une diffusion et une « prolifération autonome » des formes (typo) graphiques féministes et queer, pour Camille Circlude⁸⁰. En effet, à la différence d'une racine, un rhizome permet à lui seul la propagation d'une plante, il suffit d'en couper un morceau et de le replanter. Il constitue pour la plante une réserve d'énergie. On retrouve le terme dans des mémoires d'étudiant·es, dans lesquels le terme désigne la diffusion décentralisée de *memes* féministes⁸¹, ou encore un rapport affectif à l'archive queer et féministe comme « nouvelle forme de savoir et de connaissance sensible et cognitive à penser en rhizomes⁸² ».

La métaphore rejoint un vaste vocabulaire organique, fluide, qui rend compte de manière imagée et sensible de l'extension et de la diffusion des cultures féministes et queer : « rhizome, prolifération, contamination, irrigation souterraine⁸³ », pollinisation⁸⁴.

78 Suzel Meyer, « La constellation comme pratique créatrice chez Virginia Woolf et Annie Ernaux », *GLAD! Revue sur le langage, le genre, les sexualités*, n° 12, 13 juillet 2022.

79 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XI. La diffusion d'une culture féministe en rhizomes », dans *Ne nous libérez pas, on s'en charge. Une histoire des féminismes de 1789 à nos jours.*, Paris, La Découverte, coll. « Sciences humaines », 2020, p. 334-353.

80 Camille Circlude, *La typographie comme technologie du post-binarisme politique* [en ligne], typo-inclusive.net.

81 Caitlin Breheny, « *By any memes necessary* » : *Exploring the intersectional politics of feminist memes on Instagram*, Mémoire de master - Social Science: Digital Media and Society, Uppsala University, Uppsala, 2017.

82 Camille Deriaz, *Jane, Jane, Queen of Pain : Gouines en cuir et lunettes de soleil*, Mémoire de DNSEP, HEAR, Strasbourg, 2022, p. 47.

83 Camille Circlude, « La typographie comme technologie du post-binarisme politique ».

84 Le terme « pollinisation » dans ce contexte vient de Florence Rassel, citée dans *Ibid.*

Métaphores textiles

La toile est une métaphore omniprésente pour désigner internet. Elle provient de l'anglais *world wide web*⁸⁵, expression d'abord traduite en français par « toile d'araignée mondiale », puis abrégée en « toile⁸⁶ ». Les travaux sur les métaphores du web analysent leur adoption dans le langage courant et dans la presse⁸⁷, pour comprendre leur influence sur notre manière de percevoir le web. Comme la plupart du vocabulaire lié au web, la métaphore de la toile est désormais lexicalisée, ce qui signifie que les locuteurs qui l'emploient ne se représentent pas de toile (textile ou d'araignée) en pensée⁸⁸. Elle est pour eux un terme directement synonyme d'internet, et ne serait donc plus à proprement parler une métaphore.

À quoi servent les métaphores, si elles perdent leur pouvoir d'évocation ? Pour le linguiste Denis Jamet, la quantité de métaphores utilisées dans le vocabulaire des nouvelles technologies (naviguer, surfer, toile, débit, *streaming*, etc.) et leur rapide lexicalisation, sont dues à un « besoin pressant de nommer des réalités jusqu'alors inconnues », la métaphore étant une « roue de secours langagière⁸⁹ ».

De l'araignée au tissu, il n'y a qu'un pas, pourtant les propriétés de l'objet ne sont pas les mêmes. La toile d'araignée peut être régulière et centralisée – c'est le cas pour la structure radiale des toiles des orbitales – ou irrégulière et en apparence désordre – comme les « nappes » des tégénaires. La toile comme tissu, au contraire, a une structure très ordonnée et simple : c'est un tissu dit « d'armure unie⁹⁰ » dans lequel le fil de trame passe alternativement sur puis sous un fil de chaîne⁹¹.

Cette simplicité pourrait la rendre peu adaptée pour évoquer les nouvelles technologies numériques, mais il n'en est rien, car la toile sert de point de départ à l'exploration de bien d'autres métaphores textiles. Josiane Jouët, sociologue et chercheuse en sciences de l'information et de la communication, file

85 Tim Berners-Lee et Robert Cailliau, *WorldWideWeb: Proposal for a HyperText Project* [en ligne], www.w3.org/Proposal.html.

86 La forme raccourcie est vite entrée dans l'usage, mais a été validée officiellement en 2018 dans le Journal Officiel de la République Française n° 0285, 9 décembre 2018.

87 Ivan Gros, « Des images pas très nettes. Petite mise au point sur les métaphores de la complexité dans la presse à l'ère d'Internet », *PhiN*, n° 11, 2016, p. 80-91.

88 Denis Jamet, « La perception d'Internet via ses métaphores », dans *Métaphore et perception : approches linguistiques, littéraires et philosophiques*, Paris, l'Harmattan, 2008, p. 42.

89 *Ibid.*, p. 44.

90 « Toile », dans *Trésor de la langue française informatisé* [en ligne].

91 « Toile (armure) », dans *Wikipédia* [en ligne].

ces métaphores tout au long de son ouvrage *Numérique, féminisme et société*⁹². Les féministes « filent la trame de leurs revendications », « tissent des liens » et des « pelotes de cause⁹³ ». L'image semble infinie, Jouët allant jusqu'à parler du numérique comme un élément qui accélère les « navettes du métier à tisser de la libération⁹⁴ ». Les métaphores textiles relient ici trois domaines : les technologies numériques (avec la notion de toile), les artisanats dits féminins, et les relations sociales.

On rencontre en effet le « lien » ou le « tissu » dans les textes sur les relations sociales et la politique depuis que ces sujets ont été théorisés pour la première fois, ou presque. Le philosophe Jean Frère analyse chez Platon la notion de « tissu⁹⁵ » en politique, à travers l'image du tisserand royal confectionnant le tissu de la société⁹⁶. Les métaphores textiles permettent de faire des liens entre l'histoire d'internet et l'histoire des sciences sociales et de leur description du tissu social. Philippe Genestier remarque d'ailleurs que l'expression « lien social » est majoritairement employée pour décrire sa fragilité, la nostalgie de sa solidité. Elle est aussi employée de façon parfois simpliste pour présenter des lieux ou des acteurs du « vivre-ensemble », comme les associations, en les désignant comme « facteurs de restauration du lien social⁹⁷ ».

Je fais l'hypothèse que les métaphores textiles, lorsqu'elles sont liées aux féminismes et notamment aux féminismes en ligne, ne servent pas comme l'évoque Denis Jamet à nommer des réalités inconnues, mais bien plutôt à donner de la matérialité, de la tangibilité à des pratiques que l'on décrit parfois comme virtuelles, superficielles, irréelles. Malgré la démocratisation d'internet et malgré de nombreux travaux qui démontrent la forte porosité et la continuité entre les engagements en ligne et hors-ligne, des expressions comme « IRL » (*in real life*, dans la vraie vie) subsistent pour opposer monde en ligne et monde hors-ligne

De même, le militantisme en ligne est encore souvent opposé au militantisme « de terrain », ce qui sous-entend qu'internet ne constitue pas un vrai ou

92 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, Paris, Presses des Mines, 2022.

93 *Ibid.*, p. 15.

94 *Ibid.*

95 De *ploké* qui peut signifier le tissu, l'intrigue ou la ruse. Voir Jean Frère, « La liaison et le tissu : De la sumploké platonicienne », *Revue Internationale de Philosophie*, vol. 40, 156/157 (1/2), 1986, p. 157-181.

96 *Ibid.*

97 Philippe Genestier, « L'expression « lien social » : un syntagme omniprésent, révélateur d'une évolution paradigmatique », *Espaces et sociétés*, vol. 126, n° 3, 2006, p. 19-34.

un « bon » terrain militant. Ce doute sur la nature de l'engagement en ligne se lit d'ailleurs dans les titres des articles qui en parlent, formulés comme des questions : « Toustes activistes... le temps d'une story⁹⁸ ? », « Vrai militantisme ou clics sans raison⁹⁹ ? », « Le militantisme individuel en ligne est-il un militantisme¹⁰⁰ ? ». La conclusion de ces textes est plus optimiste que les titres ne le laissent penser, mais la formule interrogative remet sans cesse les pratiques féministes sur les réseaux sociaux sur un fil tendu entre vrai et faux militantisme.

S'appuyer sur les métaphores textiles pour parler des féminismes contemporains et plus spécifiquement des féminismes en ligne, c'est donc aller contre cette remise en question permanente, et affirmer le féminisme comme quelque chose qui se fait, qui se pratique, que ses objets soient matériels ou virtuels, en ligne ou hors ligne. Cela redonne de la matière, de la profondeur aux pratiques féministes. En ce sens, les métaphores textiles chez Josiane Jouët ne sont pas au bout de leur potentiel heuristique. Le vocabulaire textile jalonne le texte de manière poétique, ravive la mémoire de pratiques féminines et féministes dans l'histoire, mais n'est pas exploité comme outil de réinvention de notre manière de penser les féminismes.

On pourrait arguer que les métaphores textiles réassignent les féministes à des travaux et des formes féminines, réduisent les pratiques féministes à des pratiques « de bonne femme », et excluent les féministes qui ne sont pas des femmes. L'histoire des pratiques textiles dans les luttes sociales donne tort à cette objection (III.4). D'une part, la banderole est un objet textile emblématique des luttes sociales, des syndicalistes aux suffragettes¹⁰¹. D'autre part, le textile comme artisanat des luttes s'inscrit aussi dans les luttes queer, trans, antiracistes, anti-impérialistes, écoféministes. Yaël Armangau, dans sa présentation d'objets « producteurs de genre » issus du Museum of Transology¹⁰², montre par exemple une broderie faite à la main, un packer¹⁰³ tricoté.

98 Costanza Spina, « Le militantisme et Instagram : toustes activistes... le temps d'une story ? », *Manifesto XXI* [en ligne], 18 février 2021.

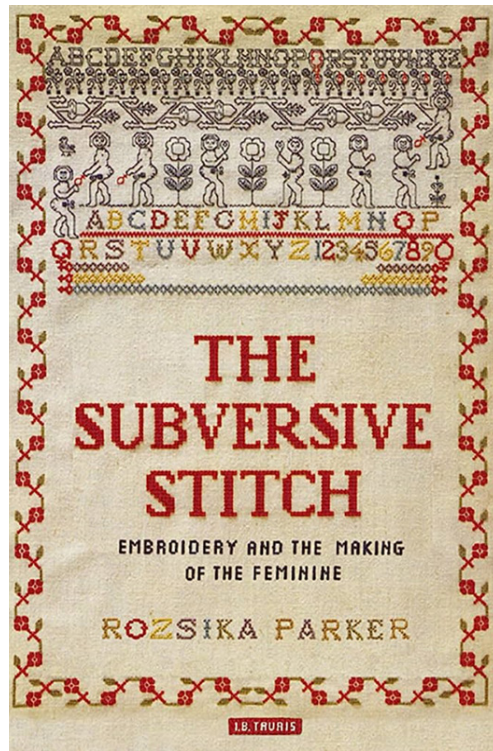
99 Isabelle Winckler, « Real Activism or Clicks without a Cause? », *Futuress* [en ligne], 29 novembre 2022.

100 oursemallechee, « Le militantisme individuel en ligne est-il un militantisme ? », *Les Ourses à plumes* [en ligne], 4 mars 2023.

101 Pour une histoire de la banderole, voir Philippe Artières, *La banderole : histoire d'un objet politique*, Paris, Autrement, 2013.

102 Yaël Armangau, « Objets et production de genre. L'usage des techniques par les personnes transmasculines », *Techniques & Culture*, vol. 77, n° 1, 2022, p. 94-103.

103 Un packer est une prothèse pénienne utilisée par des personnes transmasculines.



Ill.4 - Techniques textiles dans l'histoire des femmes et des luttes.

4a. Bannière en appliqué et broderie pour la marche du 8 mars 2022, collectif Chilcocas, féministe latinxs en France. (photo. @chilcocas/Caroline Kim).

4b. Roszika Parker, *The Subversive Stitch*, Bloomsbury Publishing, 1988 [1984]. Première de couverture, avec une broderie de Lyn Malcolm. L'ouvrage retrace l'histoire de la broderie en tant qu'elle participe à la construction des rôles genrés féminins. © Bloomsbury Publishing.

4c. Greenham Commons, Fire Dragon Fest, 1983. Photo de Grethe Andersen, Women for Peace (via the Danish Peace Academy).

4d. Bannières peintes et imprimées, Exposition rétrospective Bye Bye Binary, erg, Bruxelles (BE), avril 2022. (photo. Camille Circlude.)

4e. Patchwork des noms réalisé en mémoire des victimes du sida, exposé au festival Solidays, 2018. (photo. Essonnien via wikipédia.org).

Les objets textiles sont aussi des objets de mémoire. L'association Act Up produit un « patchwork des noms » (I11. 4e) pour commémorer les victimes du sida. Les patchworks des Arpilleras chiliennes et leurs versions contemporaines (I11. 4a), le dragon de Greenham Commons (I11. 4c), les bannières de Bye Bye Binary (I11. 4d), les *Pussy hats* tricotés, sont autant d'exemples de la vivacité de cette culture textile. La présence du texte, le sens de la composition et de la superposition, rapprochent d'ailleurs design graphique et pratiques textiles.

La designeuse graphique et enseignante Sheila Levrant de Bretteville invoque également l'image du patchwork :

Plusieurs types de travaux de femme, par exemple les patchworks et couvertures qui sont un assemblage de fragments générés quand on a du temps, sont à la fois dans leur méthode de création et dans leur forme, visuellement organisés comme autant de centres. Le *quilting bee*, tout comme le patchwork lui-même, est un exemple d'organisation non-hiérarchique¹⁰⁴.

Chez Sheila de Bretteville, les notions de fragment, d'assemblage et de relationalité sont essentielles pour construire une pratique féministe du design. Elle s'appuie sur son propre vécu ainsi que sur une pensée féministe marxiste des années 1970, qui prend en compte le travail domestique et son invisibilité. Bretteville raconte une expérience du temps qui contraste avec un monde professionnel dans lequel « l'idée prévaut que l'on ne peut accomplir un travail important que si l'on dispose d'au moins huit heures ininterrompues par jour. Mais si vous répondez à d'autres êtres humains – si vous êtes une personne relationnelle – vous n'avez jamais vraiment huit heures ininterrompues d'affilée¹⁰⁵. »

Ce rapport au temps ne vient pas pour l'autrice d'une essence féminine – elle déclare d'ailleurs que « le genre est une fiction culturelle¹⁰⁶ » – mais bien d'une organisation spécifique de la société et du travail, qui n'envisagent pas ce temps fragmenté qu'est celui des femmes mais aussi de la parentalité, du travail domestique, du travail d'enseignement et du travail collectif. La relationalité

104 Sheila Levrant de Bretteville, « Some Aspects of Design from the Perspective of a Woman Designer », *Icographic*, n° 6, 1973.

105 Ellen Lupton et Sheila Levrant de Bretteville, « Reputations: Sheila Levrant de Bretteville », *Eye*, vol. 2, n° 8, 1993.

106 *Ibid.*

désigne une façon de pratiquer le design dans laquelle la designeuse ne travaille pas de façon isolée, mais toujours en relation : avec ses collègues, ses proches, les clients et les destinataires de l'objet produit. Les interruptions et les imprévus ne sont pas considérés comme des parasites à éviter, mais comme faisant partie intégrante du travail de designer. Appréhender la relationalité revient à accepter une forme de fragmentation du temps, que Levrant de Bretteville considère comme fertile pour l'organisation du travail comme pour le design graphique. Dans sa pratique du design graphique, elle explore cette notion de fragmentation, qu'elle relie à la pratique du patchwork. Pour un numéro spécial du magazine *Arts in Society*¹⁰⁷ en 1970, qui portait sur une nouvelle communauté des arts initiée par le California Institute of the Arts, Sheila Levrant de Bretteville propose une maquette qui « évite de présenter l'information de manière simple, clairement logique et linéaire¹⁰⁸ ». La table des matières est remplacée par un index alphabétique afin de ne pas hiérarchiser les contributions, et la maquette est construite pour inviter à une lecture non-linéaire du magazine : chaque parcours de lecture contribue à conceptualiser cette nouvelle communauté des arts.

Sheila de Bretteville distille ainsi pendant toute sa carrière¹⁰⁹ un rapport au travail, à la pédagogie et à la pratique du design graphique qui repose sur la relationalité, la non-hiérarchie et la fragmentation, plus adaptées à « communiquer des idées ou des informations sur les personnes et leurs relations¹¹⁰ ». L'approche de Sheila de Bretteville permet de clore cette boucle de métaphores, qui nous a menés des vagues au patchwork, en terminant par un retour sur les liens entre féminismes et design graphique. Il ne s'agit pas ici d'expédier entièrement la métaphore des vagues. Elle est utile comme notion pédagogique, comme point de départ de riches discussions historiographiques sur le découpage de l'histoire des féminismes, et comme image du surgissement et de l'intensité affective des mobilisations. Pour désigner les formes d'organisation féministes, les auteuices citées lui préfèrent des métaphores réticulaires comme la constellation ou le rhizome.

107 *Arts in Society*, vol. 7, n° 3, automne-hiver 1970.

108 Sheila Levrant de Bretteville, « Some Aspects of Design from the Perspective of a Woman Designer ».

109 Sheila Levrant de Bretteville évoque les mêmes principes dans une conférence donnée à l'université de Yale en 2018. Elle revient aussi sur les manques de son approche au début de sa carrière, notamment la trop faible prise en compte des questions raciales et queer, enjoignant le public à ne pas refaire les mêmes erreurs. Walker Art Center, « Insights 2018: Sheila Levrant de Bretteville » [enregistrement vidéo d'une conférence].

110 Sheila Levrant de Bretteville, « Some Aspects of Design from the Perspective of a Woman Designer ».

Pour ce qui est des pratiques graphiques et les manières de faire les féminismes aujourd'hui, j'emploierai à la suite de Sheila de Bretteville la métaphore du patchwork, qui présente de nombreuses caractéristiques que l'on peut associer aux pratiques graphiques féministes contemporaines : décentralisation, fragmentation, assemblage (par des coutures visibles ou invisibles), relation entre pratique individuelle et pratique collective, reprisage, lenteur et aspect fastidieux du travail militant, invisibilité de certaines pratiques, transmission de savoir et de savoir-faire... Étudier les pratiques graphiques féministes aujourd'hui, c'est donc étudier ce patchwork.

1.2. *Féminismes des années 2010-2020 : une quatrième vague ?*

1.2.1. **Premiers critères de définition**

Ce qui fait la faiblesse de la métaphore des vagues, c'est-à-dire son insistance sur les ruptures, en fait toutefois un outil intéressant pour décrire un moment de renouvellement des mobilisations. On peut percevoir ce renouvellement depuis plusieurs points de vue : celui des féministes elleux-mêmes ; celui des médias, de l'espace public et de la société ; et celui des chercheuses. Ces trois points de vue ont bien sûr des points de porosité : les chercheuses sont parfois militantes féministes, les féministes développent leurs propres médias, dans lesquels interviennent parfois des chercheuses, et ainsi de suite. On observe ce découpage dans les textes qui tentent de circonscrire les contours de la quatrième vague féministe : en fonction du point de vue adopté, les critères pour qualifier un « renouvellement » des mobilisations peuvent être très différents.

Dans sa thèse de doctorat, David Bertrand énonce 3 critères permettant de déterminer le passage à une quatrième vague :

- Une hausse de l'intérêt pour le mouvement, les thèmes et revendications qu'il porte dans l'espace public [...];
- Une transformation des pratiques et / ou des idées et de la rhétorique militantes traduisant l'adaptation du mouvement au nouveau contexte politique, technique et social ;
- L'engagement et la nouvelle influence de jeunes militantes, indice permettant d'explorer les effets de génération et de période susceptibles d'expliquer l'intensification des mobilisations et la transformation des idées et / ou pratiques militantes¹¹¹.

Le troisième critère de David Bertrand, sur la jeunesse des militant^{es} féministes, renvoie aux tensions intergénérationnelles déjà évoquées plus haut à propos de la métaphore des vagues. Je le laisserai donc de côté ici pour me concentrer sur les deux premiers.

Un regain d'intérêt médiatique

Chez Bertrand, le premier critère d'émergence d'une quatrième vague est un regain d'intérêt pour la cause des femmes dans l'espace public : dans les médias nationaux, les débats politiques et législatifs. Ce critère est validé dans la thèse par une mesure du nombre d'occurrences de mots ou expressions liés aux féminismes dans les quotidiens nationaux et dans les débats politiques, notamment dans les sessions de questions au gouvernement. Une « intensification des mobilisations féministes » est une condition nécessaire mais non suffisante pour l'émergence de la vague : ces mobilisations doivent « rencontrer un contexte favorable pour avoir des effets et pouvoir être qualifiée[s] de vague¹¹². » Ce premier critère, qui nous donne à lire les féminismes contemporains depuis leur réception par les médias nationaux et la classe politique, rencontre trois limites.

¹¹¹ David Bertrand, *Analyse structuro-cognitive d'une lutte pour la reconnaissance*, p. 35.

¹¹² *Ibid.*, p. 32.

Premièrement, il ne donne pas à voir les « appropriations ordinaires¹¹³ » des discours féministes, c'est-à-dire les formes de réception et d'engagement plus discrètes, en dehors ces circuits médiatiques traditionnels, sur les réseaux sociaux par exemple.¹¹⁴ En effet, l'intérêt pour les mobilisations féministes pourrait aussi se mesurer avec « des pratiques politiques (ordinaires), labiles, atomisées, décentralisées, en apparence sans finalité, incarnées par les commentaires, les (likes), les partages d'information¹¹⁵ ». Porter attention à ces pratiques ordinaires permet de conjuguer une approche par la réception à une approche par l'engagement.

Deuxièmement, la question de la réception des discours féministes par les médias nationaux et la classe politique rend les féminismes d'autant plus dépendants de leur capacité à exister médiatiquement. Or, comme le rappelle Christine Bard, « souvent, du féminisme, nous ne connaissons que ce qui est médiatisé, et médiatisable donc. Les féminismes les plus spectaculaires et les plus ajustés aux désirs des médias bénéficient d'une sur-représentation déformant la réalité militante¹¹⁶. » Les deux facettes de cette « spectacularisation » des féminismes contemporains sont, pour Bibia Pavard, une « recherche de visibilité et de virilité » qui « renforce les effets de marque qui associent les revendications à des symboles, des costumes, des chants, des styles graphiques » ; et une « amplification médiatique » par des interventions de personnalités du milieu du cinéma ou de la chanson¹¹⁷. Cette question n'est toutefois pas nouvelle. En 2008, Antoinette Fouque revient sur la date de naissance du MLF, qu'elle situe en 1968 et non en 1970 comme c'est souvent le cas, et associe la reconnaissance du MLF par les médias en 1970 à « sa légitimation par la société du spectacle¹¹⁸ ».

Troisièmement, la seule étude de la réception ne permet pas d'étudier le rôle et l'espace occupé par des médias qui se définissent comme féministes.

113 Voir Alban Jacquemart et Viviane Albenga, « Pour une approche microsociologique des idées politiques. Les appropriations ordinaires des idées féministes », *Politix*, vol. 109, n° 1, 2015, p. 7-20 ; Franck Babeau, « La participation politique des citoyens (ordinaires) sur l'Internet. La plateforme Youtube comme lieu d'observation », *Politiques de communication*, vol. 3, n° 2, 2014, p. 125-150 ; Viviane Albenga et Laurence Bachmann, « Appropriations des idées féministes et transformation de soi par la lecture », *Politix*, vol. 109, n° 1, 2015, p. 69-89.

114 David Bertrand souligne toutefois ce manque p. 256.

115 Franck Babeau, « La participation politique des citoyens (ordinaires) sur l'Internet ».

116 Christine Bard, « Insaisissable féminisme », *Cités*, vol. 73, n° 1, 2018, p. 26.

117 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », p. 484.

118 Lettre d'Antoinette Fouque, *Le Monde*, 14 décembre 2008, citée dans Christine Bard, « Au sein du MLF, le torchon brûle », dans *Féminismes - 150 ans d'idées reçues*, Paris, Le Cavalier Bleu, coll. « Idées reçues », 2020, 2^e éd., p. 101. L'expression « société du spectacle » vient de l'essai éponyme de Guy Debord en 1967.

« L’explosion » des médias féministes, mise en parallèle¹¹⁹ avec l’explosion de la presse féministe décrite par la sociologue Liliane Kandel dans les années 1980¹²⁰, désigne une multitude de nouvelles formes. Les années 2000 voient l’arrivée de magazines en ligne (*pure-player*) « féminins-féministes¹²¹ » destinés aux jeunes femmes, comme *Madmoizelle*. Les années 2010 sont celles de la multiplication des podcasts, produits par des studios privés (*Les couilles sur la table* ou *Kiffe ta race* chez Binge Audio), des auteuices indépendant·es (*Extimité* par Douce Dibondo et Anthony Vincent) ou des chaînes publiques (*Un podcast à soi*, produit par Arte Radio). La presse féministe connaît également un renouveau avec l’arrivée de multiples titres, édités par des maisons féministes comme la revue *AssiégéEs* chez Syllepse, publiés via des campagnes de financement participatif comme c’est le cas pour *Deuxième page* ou *Les Ourses à Plumes*, avec des financements par le lectorat comme *Panthère Première* et *Censored*, ou avec un fonctionnement plus professionnel et conventionnel comme *La Déferlante*. Le succès médiatique de *La Déferlante*, dont le lancement a été relayé par de multiples médias nationaux et dans une dépêche AFP, la place en figure de proue de cette nouvelle presse, au risque d’invisibiliser d’autres titres¹²².

La presse féministe peut proposer une réflexion sur ses conditions d’existence dans ses propres pages. Dans le troisième numéro de la revue *Les Ourses à plumes*, consacré aux nouvelles manières de lutter, on peut trouver un recensement partiel des périodiques féministes, ainsi que des entretiens avec des éditeuices bénévoles¹²³. Cela permet de créer des relations entre les revues et de rappeler leurs objectifs d’« accompagna[trices] des luttes », ainsi que leurs difficultés de fonctionnement : « les difficultés sont surtout administratives, de financement sur le long terme, et l’enjeu est de conserver un flux suffisant de publications. Toutes les bénévoles ne peuvent pas s’investir de la même manière, nous avons toutes une vie à gérer à côté. L’énergie peut venir à manquer¹²⁴. » Les années 2010 et 2020 voient aussi la création de nombreuses maisons d’édition qui se définissent

119 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », p. 470.

120 Liliane Kandel, « L’explosion de la presse féministe », *Le Débat*, vol. 1, n° 1, 1980, p. 105-128.

121 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », p. 471.

122 La doctorante et éditrice Sarah Ghelam revient sur le qualificatif « première revue » donné dans la presse à la revue *La Déferlante*, dans un billet sur son blog Hypothèses. *La première revue féministe ?* [en ligne], genreed.hypotheses.org/178.

123 Les Ourses à Plumes, « Le renouveau des médias féministes », *Les Ourses à plumes*, n° 3, 7 février 2022, p. 54-55.

124 Propos d’une bénévole de la revue *Deuxième page*, cité dans *Ibid.*

comme engagées, féministes, au croisement d'autres luttes sociales comme l'antiracisme et l'anticapitalisme : Shed, Blast, Daronnes, Divergences, Femmeuses, Hors d'atteinte, etc. Certaines ont publié moins de cinq titres à l'heure actuelle. Ces nouvelles maisons d'édition, centrées pour la plupart sur la publication d'essais francophones ou traduits, s'inscrivent dans un paysage de l'édition féministe aux côtés de maisons historiques comme les Éditions des Femmes, ou plus récentes mais au catalogue déjà conséquent, comme iXe ou Syllepse. Leur arrivée permet un renouveau des discussions sur l'acte d'éditer « en féministe¹²⁵ », question qui se pose pour la presse comme pour les livres.

Pour ces raisons, je ne m'aligne pas avec le premier critère de définition d'une quatrième vague énoncé par David Bertrand. Les apports des travaux sur les tensions entre médias féminins et médias féministes¹²⁶, ainsi que ceux abordant les conditions d'existence et la fragilité de ces médias¹²⁷, semblent indispensables pour aborder l'évolution des relations entre féminismes et médias¹²⁸.

Transformation des pratiques

Le second critère d'émergence de la quatrième vague énoncé par David Bertrand est la transformation des pratiques militantes et l'adaptation à un nouveau contexte. Ce critère est d'une certaine évidence : pour caractériser les mobilisations féministes contemporaines, que l'on souhaite ou non les nommer « quatrième vague », il est logique de se pencher sur leurs possibles spécificités.

Ce critère est toutefois formulé de différentes manières selon les travaux. Christine Bard parle de « répertoire d'action¹²⁹ » comme critère de définition d'une vague, expression que l'on retrouve chez Claire Blandin et Rémi Rieffel

125 Liliane Kandel, « Une édition féministe est-elle possible ? », *Clio. Femmes, Genre, Histoire*, n° 13, 1^{er} avril 2001 ; Roxane Lenz, « Une édition féministe est-elle possible ? L'édition traditionnelle vs l'édition numérique », *Monde du Livre* [en ligne, blog Hypothèses], 24 mars 2014.

126 Aurélie Olivesi, « Médias féminins, médias féministes : quelles différences énonciatives ? », *Le Temps des médias*, vol. 2017/2, n° 29, 19 octobre 2017, p. 177-192 ; Nina Vanspranghe, « Quand la presse féminine s'empare de l'orgasme féminin », *Effeillage*, vol. 4, n° 1, 2015, p. 48-53 ; Bibia Pavard, Sandrine Lévêque et Claire Blandin, « Elle et Marie Claire dans les années 1968 : une « parenthèse enchantée » ? », *Le Temps des médias*, vol. 2017/2, n° 29, 19 octobre 2017, p. 65-78.

127 Liliane Kandel, « L'explosion de la presse féministe » ; Miriame El Yamani, *Médias et féminismes : minoritaires sans paroles*, Paris, l'Harmattan, coll. « Logiques sociales », 1998.

128 Pour une synthèse de ces relations, voir Claire Blandin, Sandrine Lévêque, Simon Massei et Bibia Pavard, « Présentation – Féminismes et médias, une longue histoire », *Le Temps des médias*, vol. 2, n° 29, 19 octobre 2017, p. 5-17.

129 Christine Bard, « Périodiser l'histoire des féminismes », p. 33.

avec de « nouveaux répertoires d'action collective¹³⁰ ». Le concept, devenu un standard en sociologie, vient du sociologue Charles Tilly¹³¹ et désigne « le stock limité de moyens d'action à la disposition des groupes contestataires, à chaque époque et dans chaque lieu¹³². »

1.2.2. Dessiner les grandes lignes des féminismes contemporains

Quantité de travaux proposent une contribution à la description, l'analyse et la classification des caractéristiques des féminismes contemporains. Afin de synthétiser ces caractéristiques, et pour plus de clarté dans l'analyse, je m'appuierai sur un corpus réduit de 13 textes, publiés entre 2011 et 2021 par 14 auteuices.

Ce corpus est composé de textes qui affirment l'existence d'une quatrième vague féministe ou se questionnent sur son émergence, ce que dit leur titre-même : « Y a-t-il une quatrième vague¹³³ ? », « Féminisme : une quatrième vague¹³⁴ ? », « Vers une quatrième vague¹³⁵ ? », ou encore « émergence d'une quatrième vague¹³⁶ ». Les linguistes Stéphanie Pahud et Marie-Anne Paveau n'emploient pas l'expression « quatrième vague » mais celle de « quatrième génération¹³⁷ ». Je rapproche ici les deux expressions, les vagues des féminismes étant parfois comprises en termes générationnels (voir 1.1.2). La moitié des textes s'inscrit pleinement dans l'expression, tandis que l'autre moitié la mentionne de manière plus prudente, sans y adhérer entièrement : emploi du conditionnel, mention de « certains textes » ou de « certaines auteuices ». Qu'ils affirment ou non l'existence d'une quatrième vague, les textes de ce corpus se rejoignent dans un vocabulaire du renouveau. Les auteuices mentionnent une résurgence¹³⁸,

130 Claire Blandin, « Présentation. Le web, de nouvelles pratiques militantes dans l'histoire du féminisme ? », *Réseaux*, vol. 1, n° 201, janvier 2017, p. 9-17.

131 Charles Tilly et Éric Diacon, *La France conteste : de 1600 à nos jours*, Paris, Fayard, 1986.

132 Cécile Péchu, « Répertoire d'action », dans *Dictionnaire des mouvements sociaux*, Paris, Presses de Sciences Po, coll. « Références », 2009, p. 454.

133 Jennifer Baumgardner, « Is There a Fourth Wave? ».

134 Ealasaid Munro, « Feminism: A Fourth Wave? ».

135 Alexandrine Guyard-Nédélec, « Conclusion : Vers une quatrième vague ? ».

136 David Bertrand, *Analyse structuro-cognitive d'une lutte pour la reconnaissance*.

137 Stéphanie Pahud et Marie-Anne Paveau, « Les mondes possibles des féminismes contemporains. Présentation », *Itinéraires. Littérature, textes, cultures*, n° 2017-2, 10 mars 2018.

138 Jonathan Dean et Kristin Aune, « Feminism Resurgent? Mapping Contemporary Feminist Activisms in Europe », *Social Movement Studies*, vol. 14, n° 4, 4 juillet 2015, p. 375-395.

une révolution¹³⁹, l'idée de refaire (*redoing*) les féminismes¹⁴⁰, « la force puissante, voire imparable, de la marée¹⁴¹ », « l'orée d'un renouveau féministe d'une ampleur encore méconnue¹⁴² ». Bien que ce renouveau semble accueilli comme une évidence pour les auteuices, la facilité de nommer la nouveauté n'empêche en rien une analyse fine et variée du paysage.

7 des auteuices représentés dans ce corpus sont anglophones. On compte 2 états-uniennes (Baumgardner et Baer) et 5 britanniques (Cochrane, Munro, Dean and Aune, Chamberlain). 6 textes, les plus récents, sont écrits par des auteuices françaises.

Concernant la nature des textes, on compte :

- 6 articles scientifiques (Munro, Dean and Aune, Baer, Chamberlain, Pahud et Paveau, Guyard-Nédélec), les deux derniers étant respectivement la présentation d'un numéro de revue et la conclusion d'un ouvrage collectif sur les féminismes aux XXI^e siècle ;
- 3 essais (Chamberlain, Koechlin, Delaume) ;
- Un chapitre d'ouvrage d'histoire des féminismes (Pavard, Rochefort et Zancarini-Fournel) ;
- Un article de presse (Cochrane) ;
- Un chapitre d'essai (Baumgardner) ;
- Une thèse de doctorat (Bertrand).

On s'étonnera peut-être de trouver dans ce corpus un essai poétique comme celui de Chloé Delaume, ou un article de presse, aux côtés d'articles scientifiques. À mon sens, l'intérêt de ces textes est qu'ils proposent tous des tentatives, à vocation scientifique ou non, de définition des caractéristiques temporelles, idéologiques ou thématiques des féminismes contemporains.

139 Aurore Koechlin, *La révolution féministe*, Paris, Éditions Amsterdam, 2019.

140 Hester Baer, « Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism », *Feminist Media Studies*, vol. 16, n° 1, 2 janvier 2016, p. 17-34.

141 Alexandrine Guyard-Nédélec, « Conclusion : Vers une quatrième vague ? ».

142 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », p. 484.

- Baer Hester, « Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism », *Feminist Media Studies*, vol. 16, n° 1, 2 janvier 2016, p. 17-34.
- Baumgardner Jennifer, « Is There a Fourth Wave? Does It Matter? », dans *F'em : Goo Goo, Gaga and some thoughts on balls*, Seal Press, 2011, p. 258.
- Bertrand David, *Analyse structuro-cognitive d'une lutte pour la reconnaissance : l'émergence d'une quatrième vague féministe en France*, Thèse de doctorat, Université de Bordeaux, 2021, 784 p.
- Chamberlain Prudence, *The Feminist Fourth Wave*, Cham, Springer International Publishing, 2017.
- Chamberlain Prudence, « Affective temporality: towards a fourth wave », *Gender & Education*, vol. 28, n° 3, mai 2016, p. 458-464.
- Cochrane Kira, « The fourth wave of feminism: meet the rebel women », *The Guardian*, 10 décembre 2013.
- Dean Jonathan et Aune Kristin, « Feminism Resurgent? Mapping Contemporary Feminist Activisms in Europe », *Social Movement Studies*, vol. 14, n° 4, 4 juillet 2015, p. 375-395.
- Delaume Chloé, *Mes bien chères sœurs*, Paris, France, Seuil, 2019, 121 p.
- Guyard-Nédélec Alexandrine, « Conclusion : Vers une quatrième vague ? Réflexions à partir de la situation états-unienne », dans *Féminismes du XXI^e siècle : une troisième vague ?*, 2017.
- Koechlin Aurore, *La révolution féministe*, Paris, France, Éditions Amsterdam, 2019, 168 p.
- Munro Ealasaid, « Feminism: A Fourth Wave? », *Political Insight*, vol. 4, n° 2, 5 septembre 2013, p. 22-25.
- Pahud Stéphanie et Paveau Marie-Anne, « Les mondes possibles des féminismes contemporains. Présentation », *Itinéraires. Littérature, textes, cultures*, n° 2017-2, 10 mars 2018.
- Pavard Bibia, Rochefort Florence et Zancarini-Fournel Michelle, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », dans *Ne nous libérez pas, on s'en charge. Une histoire des féminismes de 1789 à nos jours.*, Paris, La Découverte, coll. « Sciences humaines », 2020, p. 387-485.

	4e vague	autodéclaration	Jeunesse	après post-féminisme	contexte d'émergence	puissance du backlash	date d'émergence
2011 Baumgardner	x	x	x		x	x	2008
2012 Cochrane	x		x	x	x	x	2008
2013 Munro	x						
2015 Dean et Aune	mi			x	x	x	2008
2016 Baer	non			x	x		
2016 et 2017 Chamberlain	x					x	~2012
2017 Guyard-Nedelec	mi				x	x	2016
2018 Pahud et Paveau	mi		x			x	
2019 Delaume	x	x					2010
2019 Koechlin	mi	x			x		2015-2017
2020 Pavard et. al.	mi		x		x	x	2007
2021 Bertrand	x		x				~2010

3 5 3 7 7

	internet/WTC/RS	intersectionnalité	sororité	lutte VSS	témoignages + quotidien	individuel/collectif	corps	nouveau vocabulaire	culture et médias	call-out culture	réflexivité	humour	pluralité
2011 Baumgardner	x	x					x						
2012 Cochrane	x	x		x	x						x		
2013 Munro	x	x		x		x		x					
2015 Dean et Aune	x	x				x	x						
2016 Baer	x	x	x			x	x						
2016 et 2017 Chamberlain	x		x	x	x	x							
2017 Guyard-Nedelec	x											x	
2018 Pahud et Paveau	x	x					x	x					
2019 Delaume	x		x	x	x				x				
2019 Koechlin		x		x	x	x				x			
2020 Pavard et. al.	x	x		x	x		x	x					
2021 Bertrand	x	x			x			x					

11 9 3 6 6 5 5 4 3 3 2 2 1

I11.5 - Étude d'un corpus de textes sur la quatrième vague féministe.

5a. Indices d'émergence d'une quatrième vague féministe ou d'un renouvellement des mobilisations.

5b. Éléments caractéristiques de la quatrième vague féministe.

Appeler le renouveau

L'affirmation la plus directe de l'existence d'une quatrième vague féministe est présente chez Jennifer Baumgardner, qui « croit que la quatrième vague existe, car elle dit qu'elle existe¹⁴³ ». Cet énoncé à vocation performative montre une attitude consciente de la puissance du texte pour faire advenir la vague, que l'on retrouve chez Aurore Koechlin, pour qui « le descriptif est prescriptif. Parler d'une 4^e vague aujourd'hui, c'est donc aussi œuvrer à son avènement¹⁴⁴. » Pour Prudence Chamberlain, les chercheuses peuvent être réticentes à employer l'expression de quatrième vague précisément pour cette raison, par crainte que la nommer trop tôt n'empêche son développement « organique¹⁴⁵ ». Pour Chloé Delaume, « [d]epuis que les réseaux existent, la quatrième vague féministe derrière les écrans se prépareit¹⁴⁶ ». L'autrice l'appelle de ses vœux :

En seconde partie de vie, peut-être au dernier tiers, voir déferler la vague, féministes 2.0, aux claviers citoyennes. Assister de mon vivant à cette libération des paroles et des femmes. Pour que vienne la mise à mort du sexisme ordinaire. [...] Par les fils de la toile partout elles se dévoilent¹⁴⁷ ».

Jeunes féministes

L'« engagement de jeunes militantes¹⁴⁸ » est pour David Bertrand l'un des trois critères permettant de prouver l'émergence d'une quatrième vague féministe. Bien que nouvelle génération ne soit pas systématiquement synonyme de nouvelle vague, ni même de renouvellement conséquent des formes de mobilisation, la jeunesse des militantes est évoquée dans plusieurs autres textes. Pavard, Rochefort et Zancarini-Fournel entendent la quatrième vague comme « marqueur identitaire pour de jeunes féministes qui entendent mener leur propre

143 Jennifer Baumgardner, « Is There a Fourth Wave? ».

144 Aurore Koechlin, *La révolution féministe*, p. 17.

145 Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*, p. 5.

146 Chloé Delaume, *Mes bien chères sœurs*, Paris, Seuil, 2019, p. 22.

147 *Ibid.*, p. 46.

148 David Bertrand, *Analyse structuro-cognitive d'une lutte pour la reconnaissance*, p. 35.

révolution¹⁴⁹ ». Chez Kira Cochrane, on lit une certaine attente, une curiosité pour ce que les jeunes militantes auront à apporter de neuf lorsqu'elles seront confrontées « aux inégalités salariales, aux frais de garde d'enfant¹⁵⁰ », aux violences pendant la grossesse.

Prudence Chamberlain se montre critique envers le mot « génération », qui connote l'idée d'une filiation, et ne serait pas adapté pour parler des relations entre jeunes et moins jeunes militantes. Elle souligne que cette filiation amène un vocabulaire et un imaginaire caricatural des relations mère-fille. Les « mères dépassées » (*outdated*) tenteraient d'imposer aux filles des manières de faire, et les « filles rebelles » (*rebellious daughters*) chercheraient à s'en détacher¹⁵¹. Outre cette caricature, ce rapport militant mère-fille résonne peu avec les féminismes queer, qui en déplaçant les frontières normatives de la famille, explorent au contraire « des relations alternatives aux générations et au temps¹⁵² ». L'autrice reconnaît la présence et l'importance de jeunes féministes dans les mobilisations, mais souhaite éviter de leur attribuer l'exclusivité de certaines pratiques, comme l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication¹⁵³.

Contextes politiques et dates de naissance

On retrouve dans la moitié des textes environ une mise en contexte de ce renouveau féministe dans le paysage politique national et international des années 2010. Les auteuices identifient des moments marquants, des points de bascule, permettant de proposer diverses dates de naissance de cette quatrième vague.

Parmi les textes anglophones, Cochrane, Dean et Aune, ou encore Baer citent la crise économique mondiale de 2008, les politiques d'austérité, des mouvements de lutte contre la précarité et des mobilisations anticapitalistes comme le mouvement Occupy¹⁵⁴, comme facteurs déterminants dans les transformations des luttes sociales et général et des luttes féministes en particulier. Pour Baer, le néolibéralisme crée une précarisation de la vie, notamment par la flexibilisation du

149 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », p. 470.

150 Kira Cochrane, « The fourth wave of feminism ».

151 Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*, p. 32-39.

152 *Ibid.*, p. 47.

153 *Ibid.*, p. 8.

154 Kira Cochrane, « The fourth wave of feminism ».

marché du travail, et un sentiment d'insécurité (d'accès au logement entre autres) qui causent en retour « une vive augmentation des mobilisations féministes transnationales ces dernières années¹⁵⁵ ». Baumgardner évoque brièvement le 11 septembre 2001 et les primaires démocrates de 2008 comme événements dans l'histoire de ces féminismes récents, mais sans explication convaincante. Dean et Aune mentionnent, pour l'échelle européenne, la montée de l'extrême droite, ainsi qu'une « polarisation des débats sur le genre¹⁵⁶ » au début des années 2010.

En France, certaines auteuices perçoivent un tournant dès les années 2000. Pavard, Rochefort et Zancarini-Fournel évoquent l'essor des réseaux sociaux à partir de 2005, la campagne présidentielle de 2007 au cours de laquelle Ségolène Royal subit des attaques sexistes, la campagne de 2009 pour le maintien des subventions au planning familial, l'affaire Dominique Strauss-Kahn en 2011¹⁵⁷. Chloé Delaume date le début de la 4^e vague d'une manière très personnelle et directe : « Le féminisme 2.0, pour moi, en France, le vrai début, c'est 2010. Parce que 2010, c'est *Paye Ta Shnek*¹⁵⁸ ». Le recueil de témoignages de harcèlement sexiste et sexuel date en réalité de 2012, mais erreur mise à part, Chloé Delaume insiste par cette phrase sur l'importance des témoignages en ligne dans sa définition de la quatrième vague. David Bertrand ne propose pas de date fixe ni d'événement fondateur, mais évoque une période similaire : le début des années 2010.

D'autres textes français se concentrent sur des événements qui marquent le paysage politique international. Aurore Koechlin fait remonter la naissance de la quatrième vague féministe à l'assassinat en 2011 de Susana Chavéz, poétesse mexicaine à l'origine du slogan « *Ni una menos* » (pas une de moins), qui a donné son nom à la première manifestation *Ni Una Menos* en Argentine le 10 mai 2015, à la suite du féminicide de Chiara Paéz¹⁵⁹. Cette quatrième vague n'atteindrait pas la France avant 2017¹⁶⁰.

Dans un entretien pour la revue *Les Ourses à plumes*, Koechlin précise qu'elle « ne parlerai[t] pas encore de quatrième vague en France, au sens où la mobilisation en est encore à ses débuts, comparée à d'autres pays d'Europe » ou à

155 Hester Baer, « Redoing feminism ».

156 Jonathan Dean et Kristin Aune, « Feminism Resurgent? ».

157 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », p. 427.

158 Chloé Delaume, *Mes bien chères sœurs*, p. 68. Emphase de Chloé Delaume.

159 Aurore Koechlin, *La révolution féministe*, p. 63.

160 *Ibid.*, p. 77.

l'Amérique latine¹⁶¹. L'appel à une grève féministe internationale pour le 8 mars est un « signe avant-coureur », mais l'auteurice de *La Révolution féministe* considère que c'est la massivité des mobilisations qui est le critère principal d'émergence d'une quatrième vague¹⁶².

L'élection de Donald Trump à la présidence des États-Unis en 2016, et surtout les massives mobilisations féministes qui ont suivi, ouvrent la discussion sur les possibles répercussions de cet événement pour les droits des femmes et pour le futur des mobilisations féministes aux États-Unis comme en France¹⁶³. Le texte d'Alexandrine Guyard-Nédélec paraît peu après cette élection, avant d'autres événements politiques marquants de la fin des années 2010, notamment l'affaire Weinstein et la popularisation du hashtag #MeToo fin 2017. La plupart des textes rédigés après l'explosion de ce hashtag le mentionnent, sinon comme l'origine de la quatrième vague, au moins comme un « moment¹⁶⁴ » qui cristallise les caractéristiques des féminisme contemporains.

Après le post-féminisme

Plusieurs textes allèguent que les féminismes des années 2010-2020 interviennent après une période « post-féministe ». Le post-féminisme est pris ici comme l'idée que l'égalité serait atteinte, que le patriarcat n'existerait plus, ce qui rendrait le féminisme obsolète¹⁶⁵. Rebecca Walker refusait déjà l'expression en 1991, et affirmait « je suis la troisième vague¹⁶⁶ ».

Diane Lamoureux mentionne le même phénomène pour la troisième vague féministe française, « le désarroi d'une nouvelle génération qui est venue au féminisme à l'ère du *backlash*, lorsque l'idéologie dominante serine que nous vivrions dans une ère post-féministe¹⁶⁷ ». Il est difficile de cerner exactement les bornes temporelles et la durée de cette période post-féministe, mais elle semble toujours

161 Les Ourses à plumes et Aurore Koechlin, « De #metoo aux femmes gilets jaunes, quel féminisme révolutionnaire aujourd'hui ? », *Les Ourses à plumes*, n° 2, 2019, p. 26-27.

162 *Ibid.*

163 Alexandrine Guyard-Nédélec, « Conclusion : Vers une quatrième vague ? ».

164 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », p. 453.

165 Prudence Chamberlain, « Affective temporality », p. 48.

166 Rebecca Walker, citée dans Bibia Pavard, « Faire naître et mourir les vagues ».

167 Diane Lamoureux, « Y a-t-il une troisième vague féministe ? », *Cahiers du Genre*, HS n° 1, n° 3, 2006, p. 57-74.

toucher les jeunes militantes du début des années 2010, qui seraient incitées à « remballer leurs pancartes¹⁶⁸ ».

Des travaux lient post-féminisme et néolibéralisme : le néolibéralisme individualise l'émancipation et promet un épanouissement dans le travail¹⁶⁹, la réussite individuelle, la confiance en soi¹⁷⁰. La société néolibérale « défait » le féminisme en offrant aux femmes « une forme théorique d'égalité, concrétisée dans l'éducation et l'emploi, et [dans] la participation à la culture de consommation et à la société civile, en lieu et place de ce qu'une politique féministe réinventée pourrait avoir à offrir¹⁷¹ ». Nous sommes renvoyés ici aux notions de flexibilisation, de précarité et d'insécurité évoquées plus haut.

***Backlash* et formes contemporaines d'antiféminisme**

La notion de *backlash*, issue de l'ouvrage éponyme de la journaliste Susan Faludi¹⁷², désigne un retour de bâton, un moment de montée des antiféminismes, de recul des droits des femmes et des minorités de genre, qui correspond aux années 1980 dans l'ouvrage de Faludi. Le terme n'a pas valeur de concept scientifique, et les travaux sur la question emploient plutôt le terme d'antiféminisme pour désigner ces attaques contre les mobilisations féministes. Qualifier ces attaques d'antiféminisme permet de les replacer dans des contextes plus précis, et sur un temps plus long : l'histoire des féminismes est liée à l'histoire des antiféminismes, jusque dans son nom¹⁷³. Je conserve ici le terme de *backlash* pour deux raisons. D'une part, il est couramment utilisé dans la littérature, particulièrement les textes anglophones, et permet de conserver un vocabulaire commun. D'autre part, ce terme est versatile. Tandis que le mot « antiféminisme » connote une idéologie politique, des formes spécifiques d'organisation et de discours, le

168 Kira Cochrane, « The fourth wave of feminism ».

169 Luc Boltanski et Ève Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, coll. « TEL », n° 380, 2011.

170 Edgar Cabanas et Eva Illouz, *Happycratie : comment l'industrie du bonheur a pris le contrôle de nos vies*, traduit par Frédéric Joly, Paris, Premier Parallèle, 2018.

171 Angela McRobbie, citée dans Hester Baer, « Redoing feminism ».

172 Susan Faludi, *Backlash*.

173 Le premier usage du mot « féminisme » dans un contexte politique est utilisé avec une connotation péjorative par Alexandre Dumas fils en 1872. Les militantes pour les droits des femmes se réapproprient ensuite le terme.

backlash est un fond sonore, une ambiance, un bâton pris de plein fouet par les féministes. Il invite les militant·es à la vigilance sur le fait que les droits ne sont jamais définitivement acquis. Le *back* dans *backlash* évoque conjointement le retour de bâton et le retour en arrière. On assiste à une diversification des antiféminismes : Christine Bard parle d'une « intersectionnalité des haines » qui répond à la pluralité des luttes féministes et « fait converger le sexisme, le racisme, l'antisémitisme, la xénophobie et l'homophobie¹⁷⁴ ». Nous reviendrons plus bas sur ce concept d'intersectionnalité.

Contrairement au modèle suggéré par Susan Faludi, dans lequel le *backlash* intervient peu après une vague de mobilisations féministes, les nouvelles technologies de l'information et de la communication, en particulier les réseaux sociaux, donnent lieu à une simultanéité de la vague et du *backlash*¹⁷⁵. Prudence Chamberlain parle de relation « dialogique¹⁷⁶ », car les féministes doivent répondre en direct à des attaques antiféministes. Les travaux sur les antiféminismes montrent que ces attaques ne sont pas toujours le fait de militants, mettant en regard féminismes et antiféminismes ordinaires¹⁷⁷. Christine Guionnet évoque une « zone grise¹⁷⁸ » entre féminismes et antiféminismes, arguant qu'« étiqueter de façon binaire les discours en ligne comme « féministes » ou « antiféministes » ne suffit pas à prendre en compte la diversité des appropriations ordinaires de ces positionnements politiques. La zone grise désigne donc les discours se trouvant sur un spectre entre ces deux pôles.

Stéphanie Pahud et Marie-Anne Paveau mentionnent elles aussi cette simultanéité de la vague et du *backlash*, ainsi que le développement de stratégies de réponse immédiate ; elles en font même l'une des caractéristiques des féminismes de quatrième génération. Ceux-ci « intègre[nt] un dialogue avec les antiféminismes qui se construisent en symétrie », ce qui pose, pour les deux chercheuses en sémiotique et sciences de l'information et de la communication, la question « de l'incidence des discours et imaginaires antiféministes dans l'émergence d'une nouvelle sémiotique féministe, mais aussi, symétriquement, de l'incidence de cette nouvelle sémiotique féministe dans le renforcement de postures

174 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », p. 477.

175 Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*, p. 137.

176 Prudence Chamberlain, « Affective temporality ».

177 Christine Guionnet, « Troubles dans le féminisme », *Réseaux*, n° 201, 2 mai 2017, p. 115-146.

178 *Ibid.*

antiféministes¹⁷⁹ ». Les stratégies de réponse aux discours antiféminismes se diversifient : des associations dédiées comme Féministes contre le cyberharcèlement¹⁸⁰ voient le jour, des comptes Instagram comme @punchlinettes¹⁸¹ proposent des ressources ou des exemples de répartie cinglante, des créatrices se réapproprient les insultes reçues voire les mettent à profit, comme l’humoriste et vidéaste Klaire fait grrr qui vend des livrets compilant des commentaires haineux au profit du planning familial en 2016¹⁸².

Multiplicité des luttes et intersectionnalité

Les féminismes contemporains sont placés en France sous le signe de d’une « multiplicité de causes, de groupes, d’autopublications, d’initiatives durables ou ponctuelles¹⁸³. » Les sujets et préoccupations des féminismes contemporains dépassent en effet largement les luttes pour les droits des femmes, pour l’égalité des genres, et pour l’abolition du patriarcat. La littérature évoque des convergences avec l’anticapitalisme, les luttes des travailleuses et des étudiantes¹⁸⁴, l’antiracisme, l’écologie (notamment avec les mouvements écoféministes), les droits des personnes LGBTQI+ et les luttes contre les LGBTphobies¹⁸⁵, la lutte contre la grossophobie, le validisme¹⁸⁶, etc. Pour décrire cette multiplicité des luttes, un concept revient tant dans les travaux qu’il est essentiel de l’aborder ici : l’intersectionnalité.

179 Stéphanie Pahud et Marie-Anne Paveau, « Les mondes possibles des féminismes contemporains ».

180 Féministes contre le cyberharcèlement, association loi 1901 (2017). vscyberh.org.

181 Marion Escot, @punchlinettes. [instagram.com/punchlinettes](https://www.instagram.com/punchlinettes).

182 Juliette Gramaglia, « Commentaires anti-IVG : Klaire fait grr... et soutient le Planning familial », *Arrêt sur images* [en ligne], 12 octobre 2016.

183 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, p. 85.

184 Aurore Koechlin, *La révolution féministe*.

185 Sophie Noyé, « Pour un féminisme matérialiste et queer », *Contretemps* [en ligne], 17 avril 2014 ; Karine Espineira, « Un transféminisme ou des transféministes ? Réflexions sur l’émergence d’un mouvement transféministe en France », dans *Féminismes du XXI^e siècle*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. « Archives du féminisme », 2017, p. 147-158.

186 Ludovica Tua, « Mise en scène de femmes en situation de handicap sur Instagram : entre appropriation et marchandisation du récit de soi », *Etudes de communication*, vol. 58, n° 1, 10 octobre 2022, p. 87-104 ; Les Dévalideuses, « Handi-féminisme. La double non-mixité des Dévalideuses », *Travail, genre et sociétés*, vol. 49, n° 1, 2023, p. 183-186.

Le terme d'intersectionnalité est employé pour la première fois dans deux textes en 1989 et 1991 par la juriste Kimberlé Crenshaw¹⁸⁷ pour « désigner et appréhender les processus d'imbrication et de co-construction de différents rapports de pouvoir – en particulier la classe, la race et le genre¹⁸⁸. » Le vocable est nouveau, mais l'articulation du genre et de la race était déjà présente chez les féministes noires et Chicanas aux États-Unis. On trouve en effet ce prisme d'analyse dans la déclaration du Combahee River Collective¹⁸⁹ en 1974, dans la notion de « *double jeopardy* » (« double fardeau » d'être femme et noire¹⁹⁰), ou même dans le discours prononcé par la militante abolitionniste Sojourner Truth en 1851¹⁹¹. Le titre de ce discours, *Ain't I a Woman ?* (Ne suis-je pas une femme ?), est repris en 1981 par bell hooks¹⁹². Elle y relate la double exclusion des femmes noires, du fait d'une hégémonie blanche bourgeoise dans les mouvements féministes, et d'une hégémonie masculine dans les mouvements pour les droits civiques. Elle revient également sur l'histoire des femmes esclaves et sur leur oppression spécifique (reproduction forcée, viol par les maîtres blancs) souvent ignorée.

Le concept d'intersectionnalité prend de l'ampleur outre-Atlantique, au point d'être qualifié en 2005 de « plus importante contribution théorique à ce jour dans les études féministes¹⁹³ ». Kathy Davis décortique les raisons de l'engouement pour ce « mot à la mode » : tour à tour compris comme métaphore, paradigme pour l'étude d'une matrice des dominations, dispositif heuristique ou angle de lecture, cette flexibilité participe de son succès¹⁹⁴. L'intersectionnalité entre en collision avec l'idée d'un féminisme inclusif et universel en plein essoufflement. En déstabilisant les acquis du féminisme, il lui redonnerait un nouveau souffle.

187 Kimberlé Crenshaw, « Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color », *Stanford Law Review*, vol. 43, n° 6, 1991, p. 1241-1299.

188 Éléonore Lépinard et Sarah Mazouz, *Pour l'intersectionnalité*, Paris, Anamosa, 2021, p. 10.

189 Combahee River Collective, « Déclaration du Combahee River Collective », *Les cahiers du CEDREF. Centre d'enseignement, d'études et de recherches pour les études féministes*, traduit par Jules Falquet, n° 14, 1^{er} janvier 2006, p. 53-67.

190 Deborah K. King, « Multiple Jeopardy, Multiple Consciousness: The Context of a Black Feminist Ideology », *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, vol. 14, n° 1, octobre 1988, p. 42-72.

191 Marie-Anne Paveau, « Une analyse du discours contre-hégémonique. Intersectionnalité critique et pluriversalité décoloniale », *Langage et société*, vol. 178, n° 1, 2023, p. 161-190.

192 bell hooks, *Ain't I a woman: Black women and feminism*, Second ed., New York, Routledge, 2015.

193 Leslie McCall (2005), citée dans Sirma Bilge, « Théorisations féministes de l'intersectionnalité », *Diogene*, vol. 225, n° 1, 2009, p. 70-88.

194 Kathy Davis, « L'intersectionnalité, un mot à la mode. Ce qui fait le succès d'une théorie féministe », *Les cahiers du CEDREF*, n° 20, 1^{er} janvier 2015.

La troisième raison du succès de l'intersectionnalité évoquée par Davis est sa capacité à attirer un large public à la fois universitaire et militant, ce qui crée de nouvelles passerelles. Son usage se déplace. D'outil théorique, il devient dans des travaux plus récents un « *instrument* intersectionnel qui transformerait les politiques de justice sociale et les dispositifs de lutte des discriminations¹⁹⁵ », ce qui soulève pour Sirma Bilge des questions concernant les lieux de production des savoirs féministes.

Le succès français de l'intersectionnalité est plus tardif. Il faut attendre les années 2010 pour le voir arriver dans les travaux de sciences humaines, mais aussi dans la presse, les discours politiques et le vocabulaire militant. Cette acclamation de l'intersectionnalité et son succès dans les sciences humaines s'accompagnent toutefois d'une dépolitisation du concept, vidé de son histoire contestataire¹⁹⁶. Pour Bilge, la légitimation et l'élévation de l'intersectionnalité au rang de concept scientifique l'arrachent aux militant·es qui en ont besoin et conduit à son blanchiment, qui « se concrétise par notre travail d'universitaires, nos pratiques de citations, nos valeurs adulant la théorie (générale de surcroît) et méprisant les savoirs activistes, notre fétichisme méthodologique¹⁹⁷ ».

La relation entre institutionnalisation et blanchiment de l'intersectionnalité est également relevée par les militant·es afroféministes du collectif Mwasi¹⁹⁸, qui rappellent qu'il « n'a jamais été et ne sera jamais pour les femmes blanches¹⁹⁹ ». Les auteu·ices remarquent l'utilisation croissante de l'intersectionnalité comme adjectif :

Ces dernières années ont vu fleurir les féministes intersectionnelles, le nec plus ultra du fourre-tout. C'est sans étonnement que nous avons constaté qu'il s'agissait en majorité de groupes ou de personnes blanches. Ne sachant comment confronter leurs positions racistes, l'adjectif « intersectionnel » est venu comme un remède. Les féministes blanches libérales sont une version 2.0 du féminisme blanc. [...]Elles font des choses où il y a un peu de tout : une Noire, une Arabe, une musulmane visible, mais bizarrement, ce sont toujours elles qui décident des lignes politiques et

195 Sirma Bilge, « Théorisations féministes de l'intersectionnalité ».

196 Sirma Bilge, « Le blanchiment de l'intersectionnalité », *Recherches féministes*, vol. 28, n° 2, 2015, p. 9-32.

197 *Ibid.*

198 Mwasi, *Afrofem*, Paris, Éditions Syllepse, 2018, p. 27.

199 Carmen Glover, 2017, citée dans *Ibid.*

stratégiques même si elles ne parlent pas. Elles font du féminisme cool, tip-top avec des vidéos punchy, parce qu'il ne faudrait pas que les hommes aient peur du féminisme. On ne les voit pas trop en manifestation (à part le 8 mars, journée internationale de la femme), elles sont plutôt dans les conférences inspirantes²⁰⁰.

Dans les réponses à leur enquête en 2017, les Ourses à plumes relèvent une contradiction similaire. 44% des organisations répondantes se disent intersectionnelles, tout en répondant de manière contradictoire sur d'autres caractéristiques : certaines ne cochent pas « antiracisme » ou « anti-islamophobie » dans la liste de leurs actions, d'autres se décrivent à la fois comme intersectionnelles et comme universalistes, ces deux positions étant pourtant opposées par définition²⁰¹.

En s'adjectivant, le mot « intersectionnel » ou « féminisme intersectionnel » peut en effet devenir confus. Dans le texte de Mwasi, l'adjectivation de l'intersectionnalité est décrite comme le fait de féministes blanches, libérales, ayant recours à des registres du pop-féminisme, et considérant le féminisme comme une forme de développement personnel, comme le laisse entendre l'expression « conférences inspirantes ». À travers ces réappropriations, le terme est dépolitisé, réduit ou confondu avec la notion de diversité²⁰².

Dans le présent travail de recherche, la notion de matrice des dominations, qui considère que les systèmes de domination se coconstruisent et s'entretiennent mutuellement²⁰³, permettra d'éclairer certaines pratiques militantes. Au-delà de la question de l'égalité des genres et de l'abolition du patriarcat, les pratiques graphiques féministes observées se conjuguent parfois avec d'autres luttes sociales, comme les luttes anticapitalistes, antiracistes, anti LGBT-phobies. Faut-il pour autant parler d'intersectionnalité ?

D'une part, cette multiplicité des luttes n'est pas toujours directement visible dans les objets produits, et nous fait sortir du champ du design graphique. Les

200 *Ibid.*, p. 27-28.

201 Les Ourses à Plumes, « Quelles tendances dans le mouvement féministe aujourd'hui en France ? », *Les Ourses à plumes* [en ligne], 1^{er} octobre 2018.

202 Sirma Bilge, « Le blanchiment de l'intersectionnalité ».

203 Patricia Hill Collins, *La pensée féministe noire : savoir, conscience et politique de l'empowerment*, Montréal, Les Éditions du Remue-ménage, 2017.

travaux décrivant ce que serait une « pratique intersectionnelle²⁰⁴ » du design graphique se heurtent à un flou sur leur définition, et aux critiques déjà énoncées par Mwasi. Quel sens donner à ces pratiques lorsqu'elles sont reprises par des designereuses blanches ? C'est pourquoi je m'en tiendrai ici à la notion de pratiques graphiques féministes.

D'autre part, indiquer ici mon inscription dans un féminisme intersectionnel, ou une observation centrée sur des initiatives féministes intersectionnelles, se heurterait aux mêmes limites et ne me semble pas pertinent conceptuellement. Me concentrer sur la notion d'intersectionnalité, bien qu'elle soit tentante dans le paysage actuel, aurait eu pour effet une exclusion du corpus des pratiques des féministes antiracistes qui n'emploient pas le mot, ainsi que de féministes moins au fait du vocabulaire militant, ou qui choisissent de ne pas employer ce jargon. Plutôt que de convoquer l'intersectionnalité de manière maladroite et inadaptée au sein de l'enquête, je laisse à d'autres chercheuses le soin de formuler un travail précis sur le concept. À ce titre, la thèse de Jaércio Da Silva sur les appropriations et la « circulation à bas bruit » de l'intersectionnalité, qui se fait par des militantes concernées par l'intersection de la race, de la classe et du genre, décrit de façon fine l'intersectionnalité comme un ensemble de pratiques en circulation, et non une forme d'identité militante²⁰⁵.

204 Jacqueline Shaw, *Towards An Intersectional Praxis In Design*, Master of Design in Strategic Foresight & Innovation, OCAD University, Toronto, 2019 ; Ece Canli, « Design and Intersectionality », *Politics and Power*, 2016, p. 6.

205 Jaércio Da Silva, *Un concept sur la toile. Circulation et traduction à bas bruit de l'intersectionnalité*, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université Paris-Panthéon-Assas, Paris, 2022.

1.3. *L'usage d'internet, caractéristique principale des féminismes des années 2010-2020*

Dans le corpus restreint sur lequel je m'appuie ici comme dans d'autres travaux sur les féminismes contemporains, l'importance des technologies numériques est partout remarquée, et constitue le marqueur le plus important de renouvellement des féminismes dans les années 2010.

Pourtant, il y a dans la littérature une certaine prudence autour de ce critère. La très grande majorité des textes le considère comme essentiel, évident, massif, tout en se refusant à le considérer comme suffisant pour affirmer l'existence d'une quatrième vague féministe²⁰⁶. Armelle Weil émet des réserves : « ce qui serait donc à l'œuvre, ce n'est pas un changement radical dans les modes d'action, la manière d'envisager l'activisme ou les formes routinisées de contestation. [...] On voit plutôt émerger, et de manière plus mesurée, de nouvelles « performances²⁰⁷ » ». David Bertrand, l'auteur le plus attaché dans la littérature

206 Ealasaid Munro, « Feminism: A Fourth Wave? ».

207 Armelle Weil, « Vers un militantisme virtuel ? Pratiques et engagement féministe sur Internet », *Nouvelles Questions Féministes*, Vol. 36, n° 2, 2017, p. 66-84.

francophone à fournir des preuves de l'existence de cette vague, insiste sur l'usage massif d'internet comme « condition sociale nécessaire, mais non suffisante, de ce renouveau²⁰⁸ ». Je lis plusieurs causes de cette prudence.

1.3.1. **Nouvelles technologies et viralité**

D'abord, l'usage des nouvelles technologies numériques par les militant·es féministes n'est pas nécessairement le symptôme d'une révolution féministe. Il peut être un simple signe de la démocratisation de ces technologies, de leur « encastrement dans la vie quotidienne²⁰⁹ », les militant·es s'emparant des outils les plus efficaces de leur temps. Les chercheur·es se trouvent alors dans une position inconfortable, celle de saisir le degré de nouveauté de ces outils et pratiques, sans minimiser ni exagérer leur impact.

L'idée d'internet comme symptôme d'une révolution féministe, ou du moins d'une transformation substantielle des mobilisations, se lit dans le vocabulaire de la rapidité retrouvé dans de nombreux textes. Ceux-ci évoquent un relais instantané des informations²¹⁰, diverses « explosions » – celle d'internet et des réseaux sociaux²¹¹, des médias féministes²¹², du hashtag #MeToo. La viralité et le buzz sont également cités comme stratégies de visibilité²¹³. Pour Prudence Chamberlain, internet permet une vitesse (*speed*) de circulation des informations, pétitions, hashtags, récits d'événements isolés, ce qui jouerait un rôle déterminant dans la formation des affects collectifs des féministes de la quatrième vague²¹⁴.

Cette insistance sur la rapidité contraste avec des descriptions plus fines des pratiques militantes. Josiane Jouët rappelle à plusieurs reprises que les pratiques des féministes en ligne qui partagent ou créent des images et des vidéos effectuent

208 David Bertrand, « L'essor du féminisme en ligne ».

209 Dominique Cardon, *La démocratie Internet : promesses et limites*, Paris, Seuil, 2010, p. 55.

210 Josiane Jouët, « Le Web et les réseaux sociaux, dernière vague du féminisme ? », *La Revue des Médias* [en ligne], 8 mars 2019.

211 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, p. 21.

212 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », p. 470.

213 Josiane Jouët, Katharina Niemeyer et Bibia Pavard, « Faire des vagues » ; Hélène Breda, *Les féminismes à l'ère d'Internet : lutter entre anciens et nouveaux espaces médiatiques*, Bry-sur-Marne, INA Éditions, 2022, p. 45 ; Johanna Luyssen, « Pop féminisme », dans *Dictionnaire des féministes : France, XVIII^e-XXI^e siècle*, Paris, PUF, 2017.

214 Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*, p. 107-108.

bien un travail, « qui requiert du temps et des compétences techniques²¹⁵ ». Jaércio Da Silva examine plus précisément l'importance du temps consacré au travail militant, à partir d'entretiens avec des créateuices de podcasts, comptes Instagram ou chaînes YouTube afroféministes et antiracistes²¹⁶. Il relève que les créateuices peinent à trouver du temps, que ce soit pour produire, pour acquérir les compétences techniques nécessaires à la production, pour « avancer dans [leur] réflexion personnelle²¹⁷ ». Il leur est difficile de faire comprendre à leur public ces différentes contraintes, ce qui crée un écart entre le professionnalisme du contenu produit et la précarité des conditions de production. Face à ces difficultés se trouve toutefois un sentiment d'urgence de faire et de dire : « malgré la précarité que cela impose, c'est la nécessité politique qui prend le dessus²¹⁸ ». L'urgence d'agir est d'ailleurs un des facteurs invoqués par les interrogés pour expliquer leur choix de privilégier leur engagement dans une production personnelle plutôt qu'un engagement collectif.

Après l'enquête menée conjointement par Jouët, Niemeyer et Pavard entre 2015 et 2017, qui relevait un nouveau profil de militant^{es} expert^{es} en communication et maniant avec aisance les outils numériques²¹⁹, l'analyse de Jaércio Da Silva nuance donc l'idée d'un militantisme en ligne placé sous le signe de la rapidité et d'une maîtrise des outils numériques. Ces travaux offrent des pistes intéressantes pour ma propre enquête. Quelles sont les compétences de design graphique mobilisées par les féministes ? Quelle part de ces compétences est acquise spécifiquement dans le cadre de leur pratique militante ? Les objets graphiques produits comportent-ils des indices du temps passé à leur réalisation ?

215 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, p. 165.

216 Jaércio Da Silva, *Un concept sur la toile*, p. 88-92.

217 *Ibid.*, p. 88.

218 *Ibid.*, p. 91.

219 Josiane Jouët, Katharina Niemeyer et Bibia Pavard, « Faire des vagues ».

1.3.2. « Libération de la parole » et témoignages

Un autre thème lexical récurrent est celui de la liberté, de la libération par les « armes numériques » (pour reprendre l'expression de Divina Frau-Meigs²²⁰). Pour Chloé Delaume, « Internet a libéré la femme, là où Moulinex a échoué²²¹ ». Cette formule drôle et enthousiasmante se confronte à une plus dure réalité.

Les féminismes entretiennent avec l'expression d'une « libération » un scepticisme qui n'est pas nouveau. La libération sexuelle ou révolution sexuelle associée à l'après-mai 68 est remise en question dès les années 1970 dans la presse féministe²²², et cette critique se poursuit dans les travaux de sociologie de la sexualité²²³. Les débats autour d'une libération ou révolution sexuelle et romantique sont réactivés dans les années 2010. Cette décennie voit en effet une multiplication de contenus « sex-positive » sur les réseaux sociaux, et une abondance de représentations d'organes génitaux telle que Camille Froidevaux-Mettrie parle d'un « tournant génital du féminisme²²⁴ ». Si ce phénomène a permis des discussions plus ouvertes sur la sexualité féminine et une amélioration des connaissances sur l'anatomie du clitoris, le cycle menstruel ou le désir, une grande partie de ces discours est restée hétérocentrée et cis-centrée²²⁵. Le journaliste et militant Tal Madesta a développé dans son essai *Désirer à tout prix*²²⁶ l'aspect excluant et capitaliste de cette nouvelle révolution sexuelle. Le désir et de la sexualité épanouie deviennent de nouvelles injonctions, qui ont leur propre mode et leur propre marché, celui des sex-toys, livres, jeux, coachings spécialisés, etc.

Alors que le hashtag #MeToo est souvent associé à une libération de la parole des victimes de violences sexuelles, force est de constater que cette libération n'a pas eu lieu, ou du moins n'a pas eu l'effet escompté. Bien qu'il ait permis à beaucoup de victimes de témoigner et de trouver une solidarité en ligne ou

220 Divina Frau-Meigs, « Les armes numériques de la nouvelle vague féministe », *The Conversation* [en ligne], 12 février 2018.

221 Chloé Delaume, *Mes bien chères sœurs*, p. 22.

222 Collectif, *Le torchon brûle n° 5*, Paris, 1973, p. 5.

223 Michel Bozon, *Sociologie de la sexualité*, Malakoff, Armand Colin, 2018 ; Lucile Ruault, « Libération sexuelle ou pression à soulager ces messieurs ? Points de vue de femmes dans les années 68 en France », *Ethnologie française*, vol. 49, n° 2, 2019, p. 373-389.

224 Camille Froidevaux-Mettrie citée dans Hélène Breda, *Les féminismes à l'ère d'Internet*, p. 106.

225 *Ibid.*

226 Tal Madesta, *Désirer à tout prix*, Paris, Binge Audio Éditions, coll. « La Collection sur la table », 2022.

auprès d'associations, une enquête de la Fondation des femmes relève que les réponses de l'État sont insuffisantes²²⁷. Le procès en diffamation qui a opposé Amber Heard à Johnny Depp en 2022 a donné lieu sur les réseaux sociaux à une humiliation publique d'Amber Heard, dont les moindres gestes étaient scrutés et amplifiés pour la discréditer²²⁸, au point que l'événement signe pour certaines « la mort de #MeToo²²⁹ ».

L'intensité et l'ampleur du hashtag #MeToo peut faire oublier que les témoignages de violences ne sont pas nés avec le hashtag, pas plus que l'expression « *me too* » d'ailleurs. Une première association avait été lancée sous ce nom par la travailleuse sociale Tarana Burke en 2006, pour accompagner les femmes et surtout les filles noires victimes de violences sexuelles²³⁰. Elle aborde dans une interview pour le journal *Le Monde* le biais de classe et de race qui a contribué au succès du hashtag, porté par des actrices blanches : « si #MeToo est devenu viral, c'est parce que les victimes étaient des femmes très privilégiées. Riches, célèbres, et surtout blanches. Même les célébrités noires n'ont pas été incluses dans le mouvement²³¹. » Cet exemple montre qu'aborder les féminismes sur les réseaux sociaux sous l'angle de la « libération » tend à privilégier les moments les plus intenses, viraux et spectaculaires, au détriment de mouvements qui se construisent sur le temps long. Parler du *moment* #MeToo de 2017 contribue à effacer le *mouvement me too* qui a cours depuis 2006²³².

Le hashtag #MeToo, par son ampleur, représente un moment marquant de la décennie 2010 pour la lutte contre les violences sexuelles, et pour les mouvements féministes en général. Aurore Koechlin l'évoque comme moment d'origine de la quatrième vague féministe, du moins en France. Jouët, Niemeyer et Pavard lui consacrent une partie du chapitre sur les féminismes au XXI^e siècle dans leur

227 Fondation des femmes, *Enquête #metoo, la parole au pied du mur*, 2018.

228 Préparez-vous pour la bagarre (Rose Lamy), « Procès Amber Heard - Johnny Depp : l'empire des hommes contre-attaque ». *Mediapart* [en ligne, blog des abonnés de Mediapart], 13 mai 2022.

229 Jeanne Fourneau, « Procès. Johnny Depp contre Amber Heard, « la mort de #MeToo » », *Courrier international* [en ligne], 20 mai 2022.

230 <https://metoomvmt.org/get-to-know-us/tarana-burke-founder/>.

231 Christelle Murhula, « Tarana Burke, la lanceuse méconnue de #metoo », *Le Monde* [en ligne], 5 octobre 2022.

232 « Me too est un mouvement, pas un moment » (*Me too is a movement, not a moment*) est le titre d'une conférence TED de Tarana Burke, mise en ligne le 1^{er} mars 2019.

ouvrage²³³. Une série de journées d'étude organisées par le laboratoire junior VisaGe (Violences fondées sur le genre) de la Cité du Genre et de l'université Paris-Cité, et le Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaire sur les médias (Carism) du 29 mars au 1^{er} avril 2021 et intitulée « Les violences sexistes après #MeToo », complétée par un ouvrage²³⁴, a permis de faire l'état des lieux du mouvement, de ses conséquences et de sa circulation transnationale. Au croisement des études sur les violences sexistes et sexuelles et des études médiatiques, les contributions à ce colloque ont porté sur la circulation des témoignages de violences sexistes et sexuelles, sur les réponses militantes, politiques et médiatiques au mouvement dans plusieurs pays, et sur les outils mis en place dans les institutions, notamment à l'université ou dans les espaces militants²³⁵. En dehors du monde universitaire, plusieurs livres ont abordé *Le monde avant #MeToo*²³⁶, *L'amour après #MeToo*²³⁷, *Baiser après #MeToo*²³⁸, *MeToo, au-delà du hashtag*²³⁹, etc.

Bien que #MeToo semble incontournable pour évoquer les féminismes en ligne aujourd'hui, il n'aura pourtant pas une place centrale dans ce travail de recherche. Les témoignages ayant été relayés majoritairement sur Twitter, #MeToo est un mouvement qui repose peu sur l'image et sur les pratiques graphiques. Par ailleurs, les recueils massifs de témoignages de violences sexistes et sexuelles en France commencent bien avant #MeToo. L'espace de recueil de témoignages de harcèlement de rue Paye Ta Shnek²⁴⁰ court de 2012 à 2019, suivi entre 2015 et 2019 par d'autres déclinaisons : Paye ton couple, Paye ta police, Paye ton IVG, etc. L'association Polyvalence née en 2013 propose également des recueils de témoignages portant sur les violences sexuelles, la sexualité, le corps,

233 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », p. 453-477.

234 Catherine Cavalin, Jaécio Da Silva, Pauline Delage, Irène Despontin Lefèvre, Delphine Lacombe, Bibia Pavard, Seema Sarangi, Centre de recherches interdisciplinaires sur les médias et Réseau Violences fondées sur le genre, *Les violences sexistes après #MeToo*, Paris, Presses des Mines-Transvalor, 2022.

235 Charlotte Buisson, « Recherche - Actualités », *Le Temps des médias*, vol. 37, n° 2, 2021, p. 230-244.

236 Agnès Grossmann, *Le monde avant #MeToo*, Paris, Hors collection, 2018.

237 Fiona Schmidt, *L'Amour après #MeToo : Traité de séduction à l'usage des hommes qui ne savent plus comment parler aux femmes*, Vanves, Hachette Pratique, 2018.

238 Ovidie et Diglee, *Baiser après #MeToo : lettres à nos amants foireux*, Vanves, Hachette livre-Marabout, 2020.

239 Rose Lamy, Angèle, Rokhaya Diallo et Elvire Duvelle-Charles, *Moi aussi : MeToo, au-delà du hashtag*, Paris, Lattès, 2022.

240 payetashnek.tumblr.com.



Ill.6 - Paye Ta Shnek, mise en forme de témoignages en ligne.

Anaïs Bourdet est designeuse graphique. Elle administre le recueil de témoignages de harcèlement de rue Paye Ta Shnek de 2012 à 2019.

6a. Anaïs Bourdet, Paye Ta Shnek, capture d'écran d'une publication Facebook, 28 mai 2014.

6b. Capture d'écran de l'onglet « Photos » de la page Facebook Paye Ta Shnek.

les addictions, les troubles mentaux, l'adolescence²⁴¹. Dans le cas de Paye Ta Shnek, les témoignages sont mis en forme graphiquement, édités sur Tumblr et composés en format carré sur Facebook et Instagram (I11.6). Polyvalence propose des témoignages illustrés, sous forme de post de blog mais aussi rassemblés thématiquement et mis en page dans des fanzines à télécharger.

Ces deux exemples montrent que les recueils féministes de témoignages en France analysés au cours de mon travail de recherche s'inscrivent certes dans ou après le « moment #MeToo », mais aussi dans une histoire plus longue des recueils de témoignage en ligne, dans laquelle la circulation de la parole ne se fait pas directement par l'emploi d'un hashtag, mais par l'intermédiaire d'une mise en forme (ou en page) graphique. Cette médiation suppose elle aussi un temps plus long que l'immédiateté associée à l'explosion du hashtag #MeToo.

1.3.3. **Fragmentations et initiatives individuelles**

La multiplication des recueils de témoignage en ligne amène avec elle la question du prétendu individualisme des luttes contemporaines, au sens où celles-ci seraient centrées sur l'agrégation d'initiatives individuelles plutôt que sur la lutte collective. Pour Josiane Jouët, la toile féministe est « tissée par la trame des grands collectifs et par les fils de micro-militantismes qui, de manière certes diverse, participent tous au renouvellement de la fabrique du féminisme²⁴² ». Cette prise en compte des plus petites structures ou des initiatives individuelles contraste avec une conception plus traditionnelle de l'action militante, qui serait syndicale ou associative.

Dans *L'internet militant*, Fabien Granjon décrit cette fragmentation militante comme caractéristique des « néo-militants » et de leur utilisation des technologies numériques²⁴³, à partir des années 2000. On ne mesure plus l'engagement par une « adhésion inconditionnelle » mais plutôt par le choix d'agir. L'adhésion

²⁴¹ Au moment de la mise en ligne du présent texte, le site internet n'est plus en ligne. on peut y accéder par le biais de la Wayback Machine sur web.archive.org.

²⁴² Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, p. 91.

²⁴³ Fabien Granjon, « Section 1 : De la critique sociale par plans à la critique sociale par projets », in *L'Internet militant : Mouvement social et usage des réseaux télématiques*, Rennes, Apogée, 2001, p. 15-76.

et l'encartage ne sont donc plus aussi importants²⁴⁴, et ce même dans des associations de grande ampleur comme ATTAC. Une militante explique dans un entretien « en fait je me définis comme une militante free-lance²⁴⁵ ». Ce qualificatif exprime l'adaptabilité et l'autonomie de cette militante, et se rapproche d'une conception de l'engagement comme prestation. Clin d'œil au sujet qui m'occupe, le terme freelance évoque aussi un statut d'auto-entrepreneuse, fréquent chez les designers graphiques.

Les travaux de Fabien Granjon mettent également en évidence une « pluri appartenance » des sujets militants : il est fréquent d'être engagé dans plusieurs mouvements, ou d'en changer au gré de l'actualité et de ses préoccupations personnelles. Fabien Granjon s'appuie sur les travaux de Jacques Ion²⁴⁶ sur l'individualisation dans les mouvements sociaux. Il reprend de Luc Boltanski et Ève Chiapello²⁴⁷ les notions de critique sociale par plan et de critique sociale par projet. La critique sociale par plan « est celle qui s'exprime dans le militantisme traditionnel, les grandes organisations hiérarchiques, composées d'adhérents, et la constitution d'un nous (le collectif) dans lequel disparaissent les je (les individus) qui le composent », tandis que la critique sociale par projet désigne des formes moins stables, plus spontanées et plus éphémères, organisées en réseau²⁴⁸.

Chez Granjon, la critique sociale par projet repose néanmoins sur une forme de collectif, même s'il est éphémère. Mais comme le rappelle Josiane Jouët, si les collectifs et associations traditionnelles sont les plus visibles dans le paysage féministe, les réseaux sociaux permettent la création d'une « myriade d'espaces personnels²⁴⁹ » qui ne sont pas toujours reliés aux réseaux militants.

Des auteuices se sont donc intéressés au choix de certaines féministes de s'engager uniquement de manière individuelle, par la production de vidéos sur

244 Fabien Granjon, *L'Internet militant : mouvement social et usages des réseaux télématiques*, Rennes, Apogée, 2001, p. 40.

245 *Ibid.* p33.

246 Jacques Ion, *La fin des militants ?*, Paris, les Éditions de l'Atelier - les Éditions ouvrières, 1997.

247 Luc Boltanski et Ève Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*.

248 Patricia Vendramin, « L'engagement militant : la rencontre entre un individu, une cause et une organisation », dans *L'engagement militant*, Louvain, UCL, Presses universitaires de Louvain, 2013, p. 15-34.

249 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, p. 85.

Youtube²⁵⁰, la lecture²⁵¹, le suivi de comptes féministes et l'engagement dans des discussions au quotidien²⁵², la pratique du blog²⁵³, le témoignage en ligne²⁵⁴, ou encore la création de fanzines²⁵⁵. Pour Jennifer Baumgardner, le déplacement des féminismes vers une multitude d'initiatives individuelles – tournées vers la vie quotidienne, l'histoire personnelle et l'identité – est déjà amorcé pendant la quatrième vague²⁵⁶. Le *je* ne s'efface pas derrière le *nous*, mais il ne le supprime pas pour autant : Prudence Chamberlain montre à travers plusieurs études de cas (Slut Walks, projet Everyday Sexism) comment des événements isolés ou des initiatives d'origine individuelle peuvent s'agréger, « prendre de l'élan » (*gain momentum*) et faire advenir un autre « nous » féministe²⁵⁷.

Le récit des appropriations ordinaires des féminismes, en dehors de figures classiques de militantes chevronnées et des associations installées, permet de retracer des parcours « au bord de ce qui permet de se dire et de se faire dire féministe²⁵⁸ ».

250 Irène Despontin Lefèvre, « Féminisme et genre en débat sur Youtube », *Politiques de communication*, vol. 13, n° 2, 2019, p. 31-66.

251 Viviane Albenga et Laurence Bachmann, « Appropriations des idées féministes et transformation de soi par la lecture ».

252 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*.

253 Jessalynn Marie Keller, « Virtual Feminisms », *Information, Communication & Society*, vol. 15, n° 3, 1^{er} avril 2012, p. 429-447.

254 Kaitlynn Mendes, Jessica Ringrose et Jessalynn Keller, « #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism », *European Journal of Women's Studies*, vol. 25, 1^{er} mai 2018, p. 236-246.

255 Chelsea Reynolds, « “My zines, so far, aren't as political as other works I've produced”: Communicative Capitalism Among Queer Feminist Zinesters », *Communication, Culture and Critique*, vol. 13, n° 1, 29 avril 2020, p. 92-110.

256 Jennifer Baumgardner, « Is There a Fourth Wave? ».

257 Prudence Chamberlain, « Affective temporality ».

258 Joane Chabassier, « Être, se dire, se faire dire féministe : des rapports au politique en tension au sein d'un espace de la cause des femmes », dans *Féminismes du XXI^e siècle*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. « Archives du féminisme », 2017, p. 207-219.

1.3.4. Une chambre d'écho ?

D'après Eli Pariser, les expériences de navigation, notamment sur les réseaux sociaux, favorisent l'homophilie et amplifient les liens entre partisans d'une même mouvance politique²⁵⁹. David Bertrand évoque à la suite de Pariser l'existence de « constellations rassemblées par connivence idéologique et qui ne dialoguent que très peu entre elles²⁶⁰ ». Par cette image, il invite à la prudence, à ne pas confondre un mouvement d'une grande ampleur avec le leurre d'une chambre d'écho. On comprend comment cela peut créer un biais de confirmation, car plus je suis et lis des comptes et sites militants, plus on m'en suggère, plus j'en découvre, et plus le phénomène me paraît important.

Cependant, l'argument de Bertrand se heurte au fait que les contenus militants et, pour ce qui nous occupe ici, féministes sur les réseaux sociaux, ne bénéficient pas toujours des algorithmes de recommandation. Un groupe de 14 militantes a ainsi assigné Instagram en justice en 2021²⁶¹ suite à la suppression systématique par la plateforme de publications contenant la phrase « Comment faire pour que les hommes arrêtent de violer ? ». Cet épisode ravive d'autres sujets de tensions : suppression d'images contenant de la nudité, inaction de la plateforme face au cyberharcèlement et aux contenus homophobes, *shadowban*. Le *shadowban* – terme utilisé par les internautes qui en sont la cible – est une forme de modération de contenu exercée par les plateformes comme Instagram. Alternative à la suppression des publications, il consiste à réduire la visibilité ou la portée des contenus jugés proches des limites des « règles de la communauté » des réseaux sociaux numériques²⁶². Ce type de modération de contenu est officialisé en 2018 pour Facebook et Instagram, mais les conditions d'application et les contenus ciblés restent imprécis. De nombreux comptes féministes et LGBTQI+ observent cette perte de visibilité, et des travaux récents confirment, pour le cas de Twitter,

259 Azi Lev-On et Bernard Manin, « Internet : la main invisible de la délibération », *Esprit*, n° 5, 2006, p. 195.

260 David Bertrand, « L'essor du féminisme en ligne », *Réseaux*, vol. 2-3, n° 208-209, 25 mai 2018, p. 232-257.

261 Valentin Dunate, « Censurées sur Instagram, des féministes poursuivent Facebook en justice et dénoncent un « deux poids, deux mesures » », *France Info* [en ligne], 10 mars 2021.

262 Tarleton Gillespie, « Do Not Recommend? Reduction as a Form of Content Moderation », *Social Media + Society*, vol. 8, n° 3, 1^{er} juillet 2022.

que cette forme de modération touche en particulier les groupes minorisés comme les personnes LGBTQI+ et les travailleuses du sexe²⁶³.

Un autre problème se pose dans le fait de définir la quatrième vague prioritairement par l'usage des technologies numériques : cela en fait la seule vague décrite par ses outils plutôt que par ses principales thématiques de lutte. Des travaux d'histoire des médias, comme le numéro 29 de la revue *Le temps des médias* consacré aux féminismes, s'attachent alors à replacer les techniques des féministes contemporaines dans le temps long des relations entre féminismes et médias. Ils nous rappellent que chaque vague a ses médias et ses objets de prédilection, qui sont la presse de masse pour la première vague, la presse féministe pour la deuxième, la pop culture pour la troisième²⁶⁴. Si l'étude des registres d'expression des féminismes contemporains nécessite bien évidemment des approches et méthodes spécifiques, cette contextualisation historique permet d'inscrire les féminismes contemporains en continuité et non en rupture avec les mouvements précédents. Cela nuance la nouveauté de ces « nouvelles technologies ». Le web existe depuis 1990, et les relations entre technologies numériques et genre nourrissent déjà des réflexions cyberféministes. Les études des médias féministes nous invitent à penser l'histoire des conditions matérielles et techniques des mobilisations féministes : accès aux moyens d'impression, de composition, de diffusion, de prise de vue.

L'histoire du graphisme féministe vient se joindre à cette histoire des médias, et invitera dans l'enquête à une forme de dézoom, de prise de recul, pour replacer les pratiques graphiques féministes contemporaines dans une histoire graphique. Ces moments de dézoom peuvent aider à ne pas voir les féminismes contemporains uniquement par le miroir déformant des algorithmes de recommandation.

263 Thibault Grison, Virginie Julliard, Félix Alié et Victor Écrement, « La modération abusive sur Twitter. Étude de cas sur l'invisibilisation des contenus LGBT et TDS en ligne », *Réseaux*, vol. 237, n° 1, 2023, p. 119-149.

264 Claire Blandin, Sandrine Lévêque, Simon Massei et Bibia Pavard, « Présentation - Féminismes et médias, une longue histoire ».

1.3.5. **Féminismes et internet : un point vocabulaire**

Cette mention du cyberféminisme dans le paragraphe précédent invite à faire un point sur le vocabulaire des féminismes contemporains, qui ne semble pas complètement fixé. Outre l'absence de consensus autour de la dénomination « quatrième vague », plusieurs expressions cohabitent : cyberféminisme, féminisme virtuel²⁶⁵, numérique²⁶⁶, *digital* dans les textes anglophones, en ligne, 2.0²⁶⁷, ou dernièrement « à l'ère d'internet²⁶⁸ » chez Hélène Breda.

Le cyberféminisme tel qu'il émerge dans les années 1990 n'est pas un mouvement à proprement parler, mais plutôt un ensemble de théories et de pratiques autour des relations entre genre et technologies²⁶⁹, fondé notamment sur les écrits de Sadie Plant²⁷⁰ ou Donna Haraway²⁷¹. Le cyborg, figure mi-humaine mi-machine, est emblématique de cette « vision utopique postcorporelle²⁷² » de destruction du patriarcat. Le cyberféminisme connaît un renouveau dans les années 2010 avec le manifeste Xénoféministe²⁷³ du collectif Laboria Cuboniks. Le terme cyberféminisme désigne donc un champ spécifique, différent des féminismes en ligne. Je laisse aussi de côté l'adjectif « virtuel », qui connote une trop grande séparation entre les espaces en ligne et hors-ligne, et « numérique », trop vague²⁷⁴.

Si « féminismes en ligne » est une expression adaptée, elle ne couvre pas toutes les pratiques féministes qui seront étudiées dans cette recherche, les collages féministes ou les fanzines par exemple. J'emploierai donc l'expression

265 Armelle Weil, « Vers un militantisme virtuel ? ».

266 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*.

267 Marie-Anne Paveau, « Féminismes 2.0. Usages technodiscursifs de la génération connectée », *Argumentation et Analyse du Discours*, n° 18, 14 avril 2017.

268 Hélène Breda, *Les féminismes à l'ère d'Internet*.

269 Jessie Daniels, « Rethinking Cyberfeminism(s) : Race, Gender, and Embodiment », *WSQ: Women's Studies Quarterly*, vol. 37, 1^{er} janvier 2009, p. 101-124.

270 Sadie Plant, *Zeros + ones: digital women + the new technoculture*, Londres, Fourth Estate, 1998.

271 Donna Jeanne Haraway, *Manifeste cyborg et autres essais : sciences, fictions, féminismes*, Paris, Exils éditeurs, 2007. Le manifeste cyborg est publié pour la première fois en anglais, en 1984.

272 Jessie Daniels, « Rethinking Cyberfeminism(s) ».

273 Laboria Cuboniks et Émilie Notéris, « Manifeste xénoféministe », *Revue du Crieur*, n° 12, n° 1, 21 février 2019, p. 22-35.

274 Le mot numérique semble pouvoir être accolé à tous les substantifs : économie numérique, fracture numérique, appareil photo numérique... Sans compter l'expression vague « le numérique », tout court.

« féminismes à l'ère d'internet », ou plus spécifiquement encore, « féminisme à l'ère des réseaux sociaux », pour désigner les féminismes des années 2010-2020.

Cela ne signifie pas que les réseaux sociaux sont le principal terrain d'action de toutes les féministes, ni même que toutes utilisent les réseaux sociaux. Cela signifie en revanche que l'on peut les considérer aujourd'hui comme inévitables. Chaque initiative féministe individuelle ou collective, chaque association, se positionne nécessairement sur ou contre ces espaces.

1.3.6. **Féminismes et design graphique à l'ère des réseaux sociaux**

Les féminismes des années 2010-2020 doivent composer et négocier avec les contraintes des plateformes propriétaires. La démocratisation des réseaux sociaux est associée à l'émergence d'un capitalisme de plateforme²⁷⁵, qui induit de nouvelles dynamiques économiques, dont la récolte et revente de données personnelles, les algorithmes de suggestion, ou encore le marketing d'influence.

Dans un tel contexte, gérer sa présence ou son absence des réseaux sociaux a un coût, documenté dans la littérature et par les féministes elleux-mêmes : épuisement, réaction constante à l'actualité, rythme effréné, difficulté du maintien de la visibilité²⁷⁶. Jaércio Da Silva mentionne l'association afroféministe Mwasi, qui fait le choix de « se désengager des commentaires de l'actualité²⁷⁷ ». Anaïs Bourdet, sur son compte @mauvaisecie, livre ses « conseils pour survivre aux réseaux sociaux » et incite les créateurices à faire des pauses, à suivre leur propre rythme sans s'imposer de publier tous les jours²⁷⁸.

Cette négociation avec les contraintes des plateformes touche également le secteur de l'art et du design. Instagram est une plateforme très utilisée par les artistes et les designers pour présenter leur travail, et remplace peu à peu les sites personnels ou les sites de portfolio en ligne comme Cargo Collective ou Behance, au point que l'association La Maison des artistes publie en 2021 un guide d'usage d'Instagram à destination des artistes²⁷⁹. La nécessité de publier régulièrement pour ne pas perdre en visibilité, l'exposition constante aux productions d'autres

275 Robert Boyer, « Le capitalisme de plateforme, une question de pouvoir », *Germinal*, vol. 4, n° 1, 2022, p. 54-69.

276 Irène Despontin Lefèvre, « Féminisme et genre en débat sur Youtube ».

277 Jaércio Da Silva, *Un concept sur la toile*, p. 123.

278 Mauvaise Compagnie (Anaïs Bourdet), @mauvaisecie, publication Instagram, 1^{er} mars 2022.

279 Maison des Artistes et Alexia Guggémos, « Instagram à l'usage des artistes – les bonnes pratiques », *La Maison des artistes* [en ligne], juin 2020.

travailleuses de l'art, créent une forme de pression²⁸⁰ et contribuent aux blocages créatifs²⁸¹.

J'ai pu constater empiriquement ce phénomène. Tenir un compte Instagram pendant la thèse m'a apporté son lot de réflexions sur les meilleures heures pour publier, la régularité, l'impression que d'autres faisaient la même chose que moi, et en mieux. Des discussions en classe avec des étudiant·es de L3 Arts plastiques, de 3^e année de DNMADE design graphique et de L2 design ont fait émerger des constats similaires : angoisses sur la qualité des productions, incompatibilité entre le sentiment d'une nécessité absolue de « montrer son travail sur les réseaux », et les blocages créatifs que crée cette injonction²⁸².

Je fais ce rapprochement entre pratiques d'étudiant·es en design et pratiques féministes sur Instagram, car questionner la façon dont les designers graphiques, les étudiant·es en art et en design ou d'autres acteuices du design produisent et consomment des images sur les réseaux sociaux informe mon regard sur les pratiques graphiques féministes, sur leur résistance ou leurs négociations avec ces logiques de visibilité.

280 L'illustratrice Marie Boiseau critique par exemple le format des *reels*, courtes vidéos sur Instagram, coûteuses en temps pour les illustreuses. *Mini blabla* – *Et si on arrêtait de faire des reels ?* [vidéo YouTube], 1^{er} avril 2023.

281 Cécile Dormeau, *A creative block story* [vidéo YouTube], 6 octobre 2021.

282 Voir à ce sujet Megg Miller, Cem Eskinazi, YuJune Park et Dori Tunstall, « What Is Instagram's Place in Design Education? », *Eye on Design Magazine* [en ligne] n° 5, 12 décembre 2019.

1.4. *Conclusion*

Ce chapitre aura permis de revenir sur un élément phare de l'historiographie féministe : la métaphore des vagues. J'ai montré quels étaient les avantages et les limites de cette métaphore. La définition mouvante de la notion de vague lui permet de s'adapter à plusieurs contextes de mobilisation au cours du XX^e siècle, et lui donne une portée pédagogique, mais son insistance sur les moments de rupture ne permet pas de rendre compte des mobilisations dont les temporalités seraient décalées. Pourtant, la métaphore persiste à travers de nouvelles interprétations, comme celle de Prudence Chamberlain²⁸³, qui rapproche la métaphore de la vague des théories féministes de l'affect²⁸⁴.

Je fais l'hypothèse qu'une attention portée à d'autres métaphores employées dans les textes féministes et queer peut renouveler nos manières d'étudier et de penser les féminismes. En effet, la métaphore des vagues, du volcan ou du feu, par leur insistance sur les moments d'intensité, ne rendent pas compte des mobilisations qui se tiennent sur un temps plus long ou sont moins spectaculaires. Les métaphores qui portent le plus de potentiel en ce sens sont les métaphores réticulaires et les métaphores textiles.

Les métaphores réticulaires, comme la constellation ou le rhizome, ne s'appliquent pas à la temporalité des féminismes mais à leur organisation, en insistant sur l'horizontalité et l'organicité des liens créés. Les métaphores textiles quant

²⁸³ Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*.

²⁸⁴ Entre autres Sara Ahmed, *Living a feminist life*.

à elles relie le l'imaginaire du web (toile), de l'organisation de la société (lien social, tissu social) et des artisanats traditionnellement féminins. S'appuyer sur les métaphores textiles pour parler des féminismes contemporains et plus spécifiquement des féminismes en ligne permet d'affirmer le féminisme comme une pratique. Cela redonne de la matérialité, de la tangibilité, aux pratiques en ligne parfois décrites comme virtuelles. Poursuivant la métaphore du patchwork de Sheila de Bretteville, pour qui une pratique féministe du design graphique est une pratique d'assemblage non hiérarchique, je fais l'hypothèse qu'envisager les pratiques graphiques féministes à l'ère des réseaux sociaux par leur aspect de patchwork permet de rendre compte de leurs savoir-faire, de leurs assemblages, de leurs souplesses.

Revenant aux féminismes contemporains, je dégage plusieurs caractéristiques émergeant de la littérature.

Le renouveau des féminismes au XXI^e siècle, qu'il soit appelé ou non quatrième vague féministe, prend place dans les années 2010. Le contexte politique mondial est caractérisé par la crise économique de 2008, les mobilisations contre les féminicides en Argentine sous le slogan *Ni Una Menos*, la montée des extrêmes-droites en Europe, l'élection de Donald Trump aux États-Unis, et l'ampleur de #MeToo. En France, les années 2010 marquent également la démocratisation des réseaux sociaux et l'arrivée des premiers recueils en ligne de témoignages de violences sexistes et sexuelles.

Ce renouveau arrive après une période dite « post-féministe », dans laquelle l'opinion publique considère le féminisme comme obsolète. Alors que le conservatisme des années 1980 est un *backlash* qui précède la troisième vague, le *backlash* de la quatrième vague ne la suit pas mais lui est simultané. Les antiféminismes se renouvellent en ligne, et la simultanéité des mobilisations féministes et antiféministes entraîne le développement de stratégies discursives conçues spécifiquement pour répondre avec efficacité et rapidité²⁸⁵.

Si la troisième vague est la période de théorisation de l'intersectionnalité, la quatrième vague est sa période de démocratisation, que ce soit dans les travaux de sciences humaines en France, dans la sphère politique, et chez les militantes féministes elleux-mêmes. Cette démocratisation amène des mésusages et une

285 Stéphanie Pahud et Marie-Anne Paveau, « Les mondes possibles des féminismes contemporains ».

dépolitisation du terme, à la fois dans un contexte universitaire et dans un contexte militant.

Concernant les techniques, la troisième vague était déjà un moment d'appropriation des technologies numériques par les femmes et les féministes. La quatrième vague, au-delà d'être un féminisme « à l'ère d'internet²⁸⁶ » pour reprendre l'expression de Hélène Breda, est un féminisme à l'ère des réseaux sociaux. Dans les années 2010, alors qu'internet est intégré à la vie quotidienne, l'utopie d'horizontalité et de partage des savoirs liée aux premières années du web²⁸⁷ laisse place à une banalisation, voire à un désenchantement. Cette présence quotidienne des réseaux sociaux rend bien plus floue la délimitation des espaces militants. Des espaces numériques conçus pour l'expression personnelle, comme le blog, le compte Facebook ou Instagram, sont réinvestis par des militantes individuelles ou des collectifs. Ces espaces favorisent l'émergence de nouvelles formes d'expression militante, en dehors des modèles associatifs ou syndicaux traditionnels.

L'usage des nouvelles technologies numériques, en particulier des réseaux sociaux, est cité comme caractéristique première et essentielle des féminismes des années 2010-2020 dans de nombreux travaux. Toutefois, l'apparente rapidité et viralité des féminismes en ligne a tendance à occulter la lenteur et l'aspect laborieux des pratiques militantes, comme le rappelle le travail de thèse de Jaércio Da Silva²⁸⁸. Les recueils de témoignage en ligne, forme caractéristique des années 2010-2020, ont la particularité de se dérouler en dehors d'associations traditionnelles. Ce sont des actions spontanées, non-concertées, individuelles. La gestion de ces recueils est d'ailleurs fréquemment le fait d'une seule personne : Laura Bates pour le recueil *Everydaysexism* ou Anaïs Bourdet pour *Paye Ta Shnek* par exemple. Ces recueils constituent des exemples de la collectivisation d'une parole individuelle, du passage de l'individuel au collectif décrit par Prudence Chamberlain²⁸⁹ et par Keller, Mendes et Ringrose²⁹⁰.

286 Hélène Breda, *Les féminismes à l'ère d'Internet*.

287 Dominique Cardon, *La démocratie Internet*.

288 Jaércio Da Silva, *Un concept sur la toile*, p. 88.

289 Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*.

290 Kaitlynn Mendes, Jessica Ringrose et Jessalynn Keller, *Digital Feminist Activism: Girls and Women Fight Back Against Rape Culture*, Oxford, Oxford University Press, 2019.

Les réseaux sociaux semblent ainsi inévitables pour les féminismes contemporains, ce qui me conduit à parler de « féminismes à l'ère des réseaux sociaux » pour désigner les féminismes des années 2010-2020. Les travaux universitaires sur ce renouveau des mobilisations féministes soulèvent plusieurs questions en lien avec le design graphique.

Premièrement, si l'on considère, à la suite de Baer et Rentschler notamment, que les féminismes sont un ensemble de pratiques sociales, discursives, langagières, que le féminisme est quelque chose qui se *fait*²⁹¹, on peut considérer le design graphique comme partie intégrante des manières de pratiquer le féminisme. Quelles sont ces pratiques graphiques féministes aujourd'hui en France et comment les classer, si tant est que cela soit possible ?

Deuxièmement, bien que les féminismes à l'ère des réseaux sociaux soient souvent placés sous le signe de la rapidité, de la viralité, de la maîtrise des codes et stratégies de communication, Jaércio Da Silva a montré que le temps est un facteur essentiel à prendre en compte dans l'étude des pratiques militantes en ligne²⁹². Le temps dont il est question est celui de l'acquisition des compétences nécessaires à la production de médias en ligne, celui de la construction de la réflexion personnelle des créateurs, et celui de l'urgence de porter la parole des personnes minorisées et de transmettre de l'information. Partant de ce constat, je chercherai à saisir quelles sont les compétences graphiques des féministes, comment celles-ci sont-elles acquises et consolidées, et comment les objets graphiques produits donnent ou non des indices du temps et des compétences investies dans leur réalisation.

Troisièmement, l'ampleur des recueils de témoignages comme registre d'expression des féminismes à l'ère des réseaux sociaux révèle un manque actuel dans les travaux : peu de recherches ont été effectuées sur les spécificités graphiques de ces recueils de témoignages. Quelles sont les formes graphiques du témoignage et de la parole rapportée ? Que disent ces choix graphiques du soin apporté à la médiation et la diffusion de cette parole ?

291 Hester Baer, « Redoing feminism » ; Marianne Maeckelbergh, « Doing is Believing: Prefiguration as Strategic Practice in the Alterglobalization Movement », *Social Movement Studies*, vol. 10, n° 1, 1^{er} janvier 2011, p. 1-20 ; Carrie Rentschler, « Making culture and doing feminism », dans *Routledge handbook of contemporary feminism*, Londres, Routledge, 2019.

292 Jaércio Da Silva, *Un concept sur la toile*, p. 88-92.

Quatrièmement, la simultanéité de la quatrième vague féministe et de son *backlash*²⁹³, ainsi que les nouvelles formes d'antiféminisme en ligne²⁹⁴, conduisent pour Stéphanie Pahud et Marie-Anne Paveau à de nouvelles stratégies discursives²⁹⁵. Comment ces stratégies de réponse à la violence sexiste, aux antiféminismes ordinaires et virulents, se traduisent-elles graphiquement ?

Cinquièmement enfin, les féminismes à l'ère des réseaux sociaux induisent des pratiques et des contraintes spécifiques. Les logiques d'audience et de visibilité et la « spectacularisation²⁹⁶ » des actions féministes privilégient les formes marquantes et virales aux pratiques plus ordinaires. Il ne s'agit pourtant pas de céder à nouveau à une mise en opposition et à une hiérarchisation entre féminismes en ligne et féminismes de terrain. Contrairement à la superficialité que l'on peut lui prêter, je postule qu'Instagram est autant un espace de mise en scène du féminisme qu'un espace de construction d'un féminisme quotidien, qui passe par des pratiques graphiques ordinaires comme la mise en page d'une story. Une nouvelle difficulté découle de cette hypothèse. Alors qu'il existe déjà de nombreux travaux sur des objets graphiques militants comme le fanzine, l'affiche ou la presse, comment regarder et comment étudier des pratiques graphiques plus ordinaires encore ? Que dire de ce graphisme qui s'appuie sur des *templates* plutôt que sur une connaissance de la grille, sur Canva plutôt que sur une photocopieuse, sur un travail long et fastidieux plutôt que sur ce qu'on aimerait être une pure effervescence créative ?

Ces questions ne sont pas que théoriques, elles impliquent aussi la méthodologie et le positionnement de la recherche : après une histoire du design graphique qui ne retient parfois du graphisme militant que les affiches de mai 68 et les met au musée, comment éduquer le regard à étudier d'autres pratiques ?

293 Prudence Chamberlain, *The Feminist Fourth Wave*.

294 Christine Guionnet, « Troubles dans le féminisme ».

295 Stéphanie Pahud et Marie-Anne Paveau, « Les mondes possibles des féminismes contemporains ».

296 Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », p. 484.

chapitre 2

*graphisme et
féminismes :
construction
d'un regard*

2.1. *HistoireS du design graphique*

Tout comme l'histoire du féminisme a sa métaphore phare et ses points de repère principaux, l'histoire du design et l'histoire du design graphique ont leurs habitudes historiographiques. Les objets et pratiques graphiques féministes étant collectives, parfois non-professionnelles, féminines, réalisées avec peu de moyens, elles s'éloignent d'une historiographie centrée sur le design professionnel, industriel, et sur les designeuses les plus influentes. Le graphisme militant en général, et féministe en particulier, est donc très peu présent dans les pages des ouvrages généraux d'histoire du design graphique. On le retrouve davantage dans des histoires critiques¹ ou des ouvrages dédiés aux productions des luttes sociales², encore peu nombreux. Certaines productions semblent toutefois transcender leur statut militant pour devenir des images incontournables de l'histoire du graphisme : les affiches contre la guerre du Vietnam et celles de mai 68 en font partie. La définition du design explicitée ou sous-entendue dans les ouvrages généralistes, leurs habitudes historiographiques, et le statut particulier de certaines productions militantes, construisent le regard des chercheuses

¹ Johanna Drucker et Emily McVarish, *Graphic Design History: a Critical Guide*, 2^e édition., Upper Saddle River, Pearson Prentice Hall, 2012.

² Liz McQuiston, *Suffragettes to She-Devils: Women's Liberation and Beyond*, London, Phaidon Press, 1997 ; Liz McQuiston, *Protest! A History of Social and Political Protest Graphics*, Frances Lincoln Publishers, 2019.

sur les productions graphiques féministes. Cela influence le choix et l'analyse des objets étudiés. Poser un regard neuf et adéquat sur les pratiques graphiques féministes contemporaines nécessite donc de revenir sur ces récits de l'histoire du design.

2.1.1.1. **Bornes chronologiques**

On peut relever deux grandes orientations chronologiques : la première présente une histoire du design qui démarre au XIX^e siècle, comme dans l'ouvrage de Richard Hollis³. La seconde remonte bien plus loin, jusqu'à Gutenberg au XIV^e siècle pour Michel Wlassikoff⁴, ou jusqu'aux os gravés de la préhistoire ou tablettes d'argile de l'antiquité, comme chez Philip Meggs dans les multiples éditions de *Meggs' History of Graphic Design*⁵, chez Roxane Jubert dans *Graphisme, typographie, histoire*⁶, ou encore chez Johanna Drucker et Emily McVarish dans *Graphic Design History: a Critical Guide*⁷.

Une histoire du design graphique centrée sur le XIX^e et le XX^e siècle envisage le design avant tout comme un champ professionnel né avec la révolution industrielle. Cette histoire du design graphique comme profession est liée à l'histoire de l'affiche de masse et de la publicité⁸. La définition du designer graphique est très claire pour Hollis : il répond à la commande d'un client^e et conçoit pour la reproduction mécanisée. Le design graphique transmet un message reconnaissable et lisible par sa cible⁹. Cette définition distingue le champ du design graphique de celui de la communication visuelle non-professionnelle, mais aussi du champ de l'art. Cela éclaire le choix de Hollis de commencer son livre avec les affichistes comme Jules Chéret, qui se situent justement à la frontière entre

3 Richard Hollis, *Graphic Design: A Concise History*. Revised and Expanded edition. New York : Thames & Hudson, 1994.

4 Michel Wlassikoff, *Histoire du graphisme en France*, 3^e édition., Paris, Musée des arts décoratifs, 2021. L'ouvrage commence succinctement par le XVI^e siècle et couvre trois siècles en une trentaine de pages pour arriver en 1880 au début du deuxième chapitre.

5 Philip B. Meggs et Alston W. Purvis, *Meggs' History of Graphic Design*, 5^e édition., Hoboken, John Wiley & Sons, 2011.

6 Roxane Jubert, *Graphisme, typographie, histoire*, Paris, Flammarion, 2005.

7 Johanna Drucker et Emily McVarish, *Graphic Design History*.

8 Nolwenn Maudet et Vivien Philizot, « Dire et faire le graphisme. Où l'on apprend que personne ne s'entend sur les mots du design graphique et que les distinctions terminologiques ont des conséquences sur la pratique », *Graphisme en France*, 2020, p. 51.

9 Richard Hollis, *Graphic Design: A Concise History*, p. 8.

ces deux champs : professionnel et artistique. Cette chronologie du design graphique se rapproche des histoires du design « tout court », c'est-à-dire du design d'objet ou design industriel. Les ouvrages d'introduction comme le *Court traité du design* de Stéphane Vial évoquent une première occurrence du mot en 1849 dans le *Journal of design and manufactures*, fondé par Henry Cole¹⁰, mais ce sont des exemples plus tardifs qui marquent le début du design. Vial cite une première origine dans le mouvement Arts and Crafts, porté par William Morris, « qui voit dans les arts décoratifs un moyen de faire progresser la société moderne et de la sauver du fléau de l'industrie¹¹ ». Mais le design a pour réel point de départ le travail de l'architecte Peter Behrens : « Cole avait inventé le mot, Behrens invente la chose¹². » Membre du Werkbund, Behrens devient directeur artistique d'AE-G¹³ en 1907, et dessine aussi bien le bâtiment de l'usine, les logements des ouvriers, les produits électriques, l'identité graphique de l'entreprise¹⁴. Richard Hollis cite ce même exemple comme première occurrence d'un projet de « design global », intégré à la politique de l'entreprise¹⁵. L'histoire du design industriel et celle du design graphique se rejoignent autour de noms et exemples communs, et d'une même tension entre art et industrie.

Richard Hollis centre sa définition du design graphique sur la relation entre le designer et le client. À contrario, les ouvrages qui remontent jusqu'à l'antiquité ou la préhistoire envisagent le design davantage comme une pratique sociale et culturelle, dont la professionnalisation au XX^e siècle n'est qu'une des étapes. Philip Meggs évoque notamment « des manières de donner une forme visuelle aux idées et aux concepts, de conserver de la connaissance sous forme graphique, d'apporter de l'ordre et de la clarté à l'information¹⁶ », pratiques qui remontent à la préhistoire. Il est rejoint par Johanna Drucker et Emily McVarish, qui voient dans les artefacts du paléolithique (les galets du mas d'Azil par exemple) « l'origine du design graphique, dans la mesure où ils présentent des preuves évidentes de décision formelles conscientes¹⁷ ». Le paléolithique et l'Antiquité sont présentes en bordure de ces histoires du graphisme : Philip Meggs

10 Stéphane Vial, *Court traité du design*, Paris, Presses Universitaires de France, 2010, p. 20.

11 *Ibid.*, p. 22.

12 *Ibid.*, p. 25.

13 *Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft*, entreprise allemande d'équipements électriques.

14 Andrea Branzi, cité dans Stéphane Vial, *Court traité du design*, p. 25.

15 Richard Hollis, *Graphic Design: A Concise History*, p. 30.

16 Philip B. Meggs et Alston W. Purvis, *Meggs' History of Graphic Design*, p. VIII.

17 Johanna Drucker et Emily McVarish, *Graphic Design History*, p. 4.

parle de « prologue¹⁸ », Roxane Jubert citant Barthes parle de « pré-graphisme des cavernes¹⁹ ». Cette posture vient entre autres de l'importance que certains auteurs accordent à la typographie. Liée à l'histoire de l'écriture et de l'imprimerie, elle exige des repères temporels bien différents de l'histoire du design industriel. L'uniformisation de l'écriture en France avec l'émergence de la minuscule caroline au VIII^e siècle, l'invention de l'imprimerie en Chine au IX^e siècle²⁰, l'invention de l'imprimerie à caractères mobiles en Europe par Gutenberg au XV^e siècle, sont autant de moments qui inscrivent le design graphique dans une histoire technique et politique sur le temps long.

Toutefois, une fois arrivés au XX^e siècle, ces ouvrages reprennent des points de repère plus classiques : les grands affichistes, les avant-gardes européennes et le mouvement moderne, la propagande de guerre, la culture de masse, le style international Suisse, le pop et le psychédélique, le graphisme post-moderne, la révolution apportée par les technologies numériques. Certains repères sont communs à l'histoire du design graphique et à l'histoire du design industriel, moderne et postmoderne notamment. Ces histoires se rejoignent également sur un récit centré autour d'un « panthéon de génies individuels²¹ ».

En s'appuyant sur des exemples d'ouvrages généralistes d'histoire du graphisme, et sur des travaux d'histoire critique et féministe, il s'agit ici de comprendre les limites de cette approche « panthéon » de la définition du design et ses conséquences pour les travaux contemporains sur le design graphique. La réflexion suivante reprend de manière plus étoffée ma contribution parue dans les actes du colloque Discours critique en arts et en design qui s'est tenu à Saint-Étienne en 2021²².

18 Philip B. Meggs et Alston W. Purvis, *Meggs' History of Graphic Design*, p. 2.

19 Roxane Jubert, *Graphisme, typographie, histoire*, p. 18.

20 Le Sūtra du Diamant, cité par Meggs comme le plus ancien document imprimé conservé, est daté de 868.

21 Ellen Lupton et Laurie Haycock Makela, « Underground matriarchy », *Eye*, vol. 4, n° 14, 1994.

22 Elise Goutagny, « Promenade bibliographique dans les critiques féministes du design », dans *Le Discours critique en art & en design : Pratiques et enjeux contemporains*, Saint-Étienne, Fabelio, 2022, p. 90-96.

2.1.2. Un panthéon de grands designers

Une sélection d'individus

La *Concise History of graphic design* de Richard Hollis est, parmi les ouvrages cités ci-dessus, l'exemple le plus parlant d'une histoire du design graphique construite autour de grands noms. L'auteur explicite dans l'introduction qu'il s'appuie « sur l'exemple des designers qui ont le plus manifestement contribué à l'évolution du graphisme ou qui sont les plus typiques de leur époque²³ », et réitère cette affirmation dans un entretien pour *Eye Magazine*, en précisant qu'il conçoit l'écriture d'une histoire du design graphique comme une façon de « payer nos dettes à nos prédécesseurs, de célébrer leurs réussites en suivant leur exemple²⁴ ». Écrire l'histoire autour de grands noms apparaît donc comme un choix réfléchi et conscient chez Hollis. Pourtant, toujours dans l'introduction de sa *Concise History*, il écrit :

Malgré les progrès technologiques réalisés depuis les années 1960, qui permettent d'envoyer des messages sur des satellites en orbite et de partager des images, les évolutions restent étonnamment localisées, et bien que la plupart des designers travaillent au sein d'une équipe, le changement est toujours associé à des individus pionniers²⁵.

Dans ce passage, il met en contraste les changements technologiques profonds de la seconde moitié du XX^e siècle et une relative constance dans les manières de travailler des designers. Ici, mettre la focale sur les individus n'est plus présenté comme une posture spécifique de Hollis mais comme le choix le plus évident, le plus naturel. On retrouve cette ambivalence dans les dernières éditions de *Meggs' History of Graphic Design*, éditions posthumes dirigées par Alston W. Purvis, collègue et ami de Philip Meggs. Dans la préface de l'ouvrage, il écrit : « Se concentrer uniquement sur les designers individuels et leurs travaux les plus importants, ou replacer ces designers dans telle école ou tel mouvement de manière systématique ne répond pas de manière adéquate à nos besoins²⁶. »

²³ Richard Hollis, *Graphic Design: A Concise History*, p. 10.

²⁴ Richard Hollis et A. M. Cassandre, « Have you ever really looked at this poster? », *Eye*, vol. 4, n° 13, 1994.

²⁵ Richard Hollis, *Graphic Design: A Concise History*, p. 10.

²⁶ Philip B. Meggs et Alston W. Purvis, *Meggs' History of Graphic Design*, p. VI.

Pourtant quelques paragraphes plus loin seulement, Purvis écrit avec d'ailleurs la même syntaxe qu'Hollis : « Bien qu'il y ait dans l'histoire du design graphique des moments où des visions partagées défient toute attribution à un seul designer, il y a aussi des individus qui ont tracé de nouvelles voies²⁷. » Il détaille ensuite les difficultés de choisir ces individus à mettre en avant, et les critères d'un tel choix : un travail remarquable et immédiatement identifiable, un « rôle majeur dans le développement de la profession de graphiste », une vision unique, une philosophie au-delà du *problem-solving*²⁸.

Un flou persiste pourtant sur les critères exacts de sélection, la « vision unique » étant une expression peu précise. Clive Dilnot, dès 1984, repère cette obscurité dans le processus de sélection :

Nous assistons à une différenciation nette entre les productions « importantes » et « sans importance », ce qui tend à exclure les productions sans importance de la définition du design et à restreindre le matériau que nous discutons réellement. L'histoire du design se rapproche en ce sens d'une récitation de ces œuvres « importantes », avec pour conséquence que les processus historiques qui les ont engendrées disparaissent peu à peu. Les valeurs que possèdent les œuvres « importantes » sont de plus en plus tacitement acceptées comme se situant en dehors du domaine de l'histoire²⁹.

C'est exactement ce qui se passe chez Hollis et Purvis : utiliser « bien que » suivi d'une évolution, pour ensuite revenir à des individus, présente l'importance de ces individus comme naturelle et extérieure à leur processus de décision.

Dans le cas de la préface de Purvis, cela contraste pourtant avec le ton, la structure et la chronologie de l'ouvrage. Les deux premiers chapitres portent en effet sur des productions préhistoriques, antiques, médiévales et de la Renaissance, qui sont parfois anonymes, et l'accent est mis sur les techniques de l'époque ou la fonction sociale de ces objets graphiques. Une liste de repères chronologiques accompagne chaque chapitre, divisée en « événements mondiaux » et « événements en design graphique ». L'ouvrage est pensé comme un manuel, et la préface de Philip Meggs contraste avec celle de Purvis : le designer est présenté

²⁷ *Ibid.*

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Clive Dilnot, « The State of Design History, Part I: Mapping the Field », *Design Issues*, vol. 1, n°1, 1984.

comme « héritier de l'histoire³⁰ », et le design comme un moyen de restaurer les liens avec notre environnement manufacturé.

On peut lire dans ces deux exemples des indices d'une relation inconfortable avec ce panthéon de designers : une volonté de leur rendre hommage tout en admettant la difficulté de les choisir, la reconnaissance de l'existence de pratiques collectives tout en choisissant de conserver un récit de parcours individuels... Purvis admet qu'il est plus difficile de rendre compte du graphisme contemporain, car moins d'individus se détachent du lot, les designeuses travaillent en entreprise, ou avec des équipes changeantes et des stagiaires. De fait, leurs projets sont « le fruit du travail de nombreux individus, et il est rarement possible de reconnaître [*acknowledge*] toutes les personnes impliquées³¹ ». La préface de Purvis, centrée sur les évolutions et révolutions du design graphique et sur les difficultés de sélectionner les designers présentés – peut-être pour se prémunir des déceptions de ceux qui ne sont pas cités – a ainsi tendance à minimiser l'attention que Philip Meggs porte dans l'ouvrage à une histoire du design graphique qui s'écrit sur le temps long. Sélectionner des designers influents au travail remarquable et reconnaissable, ce que fait Hollis avec un vocabulaire souvent superlatif, mais aussi Meggs qui décrit une dizaine de designers par leur qualité de « génie », rentre en contradiction avec une définition du design graphique centrée sur la réponse aux besoins d'un client. Nous retrouvons ici un dilemme récurrent dans le milieu du design graphique, qui exprime l'importance du commanditaire et de la réponse à une commande, tout en encourageant et célébrant les designeuses dont le travail est reconnaissable.

Pourquoi n'y a-t-il pas eu de grandes femmes artistes designeuses ?

Pour Cheryl Buckley, le rôle central du designer est « légitimé par les précédents de l'histoire de l'art, dans lesquels la figure de l'artiste est primordiale³² ». S'appuyant sur l'approche d'historiennes féministes de l'art comme Griselda Pollock, Buckley fait un parallèle entre histoire de l'art et histoire du design pour mettre en évidence deux aspects de cette approche centrée sur les individus. D'une part, le sens et la valeur attribués à un objet sont rattachés à son

30 Philip B. Meggs et Alston W. Purvis, *Meggs' History of Graphic Design*, p. VIII.

31 *Ibid.*, p. VI.

32 Cheryl Buckley, « Made in Patriarchy », *Design Issues* 3, n° 2, 1986 : 3-14.

auteur plutôt qu'aux conditions de production et de consommation. D'autre part, les historien·nes du design analysent les productions avec pour point de départ l'intention du designer et les qualités formelles de l'objet, comme le ferait une historien·ne de l'art avec un tableau. Par conséquent, le design se retrouve « isolé de ses origines matérielles et de sa fonction³³ ». C'est surtout la conformité de l'objet aux valeurs du « *good design* » et le nom de son auteur qui en font « des candidats évidents pour les livres d'histoire³⁴ ». Le rapprochement avec la figure de l'artiste permet d'étendre au designer la critique que fait Linda Nochlin de l'artiste comme génie mythique détaché du monde, le génie étant d'ailleurs une figure masculine³⁵.

Qui sont ces génies auprès de qui nous serions endettés ? En 1991, Martha Scotford s'attelle au décorticage de cinq ouvrages d'histoire du design graphique publiés entre 1968 et 1988, afin de déterminer s'il existe un canon de la discipline³⁶. Son étude repose sur la liste des designer·euses cités et la surface occupée par les reproductions de leur travail. Scotford produit 2 listes, la première composée des 205 designer·euses dont le travail est reproduit dans les ouvrages, la seconde réduite aux 63 designer·euses dont le travail est reproduit en plus grand, plus fréquemment en couleur et en plus grand nombre. Un « canon » émerge de cette liste, composé de huit designers graphiques, tous des hommes blancs européens nés avant 1920. Ce sont ceux dont le travail est le plus souvent cité et le plus reproduit³⁷, notamment en couleur. Dans la liste de 63 designer·euses retenues pour établir le canon, on compte seulement 4 femmes designer·euses indépendantes.

Ce canon identifié par Scotford mériterait d'être mis à jour³⁸ en reproduisant l'enquête, par exemple avec des ouvrages des années 1990 et 2000 cités dans ces pages. Outre une attention plus grande à la représentation des femmes dans

33 *Ibid.*

34 *Ibid.*

35 Linda Nochlin, « Why Have There Been No Great Women Artists? », *ARTnews*, 1971.

36 Martha Scotford, « Is There a Canon of Graphic Design History? », dans Sarah De Bondt et Catherine de Smet (dir.), *Graphic design: history in the writing, 1983-2011*, Londres, Occasional Papers, 2012. Texte publié pour la première fois en 1991.

37 Rick Poyner revient d'ailleurs sur l'importance de la répétition de mêmes exemples dans la constitution d'un canon. Voir « Absolutely the worst », *Eye*, vol. 17, n° 68, 2008.

38 Eye a publié en 2008 un graphique représentant succinctement les résultats des requêtes Google pour chacune des 63 designer·euses de la liste, et de 30 autres créateur·ices. Sans plus d'explication sur les choix des noms et l'affinage des résultats, ce graphique ne constitue pas une actualisation du canon. Martha Scotford, « Googling the design canon », *Eye*, vol. 17, n° 68, 2008.

l'histoire du design graphique, on pourrait espérer que les contraintes de coût liées à l'impression d'images, surtout en couleur, soit moins importante dans les années 2000 que dans les années 1960 à 1980, ce qui pourrait favoriser la reproduction d'un plus grand nombre et d'une plus grande variété de travaux.

Même en l'absence d'un tel travail, un regard sur les index des ouvrages révèle pourtant bien peu de noms féminins : une dizaine chez Richard Hollis, et chez Meggs les femmes sont plus nombreuses dans la bibliographie que dans l'index. Catherine de Smet remarque que l'entrée « *woman/women* » dans l'index de l'ouvrage de Meggs renvoie essentiellement aux femmes comme objets de représentation, et non comme créatrices³⁹. Cela est toujours le cas pour la cinquième édition publiée en 2011. Scotford suppose que ce canon n'est pas nécessairement issu d'une démarche volontaire des auteurs des publications, mais la notoriété de certains de ces ouvrages, notamment celui de Meggs qui est considéré comme *le* manuel du design graphique, amplifie d'autant plus l'importance de certains noms.

Autour ce canon principal qui constitue en quelque sorte le noyau dur de l'histoire du design graphique, gravitent quelques dizaines de figures récurrentes... Et des historiennes du graphisme montrent les absences les plus flagrantes. Rentrer dans les critères de notoriété et d'excellence ne semble en effet pas garantir aux femmes designeuses de rentrer dans ce panthéon, ce qui révèle d'autres limites de cette approche. Martha Scotford se penche dans *The Tenth Pioneer*⁴⁰ sur la designeuse graphique étasunienne Cipe Pineles (1908-1991). Directrice artistique des magazines *Seventeen* et *Charm*, lauréate de plusieurs prix, elle est absente de l'ouvrage de R. Roger Remington et Barbara J. Hodik, *Nine Pioneers in American Graphic Design*⁴¹, alors même que ses deux maris y figurent. Scotford fait alors un portrait de Cipe Pineles comme possible « dixième pionnière ». L'exemple de Cipe Pineles, sans être généralisable à toutes les femmes designeuses au XX^e siècle, permet d'aborder avec un cas concret les travaux des historiennes féministes du design, expliquant causes possibles de certaines absences féminines.

39 Catherine de Smet, « Pussy Galore et Bouddha du futur. Femmes, graphisme, etc. », dans *Pour une critique du design graphique : dix-huit essais*, Paris, B42, 2012, p. 17-23.

40 Martha Scotford, « The tenth pioneer », *Eye*, vol. 5, n° 18, 1995.

41 R. Roger Remington et Barbara J. Hodik, *Nine pioneers in American graphic design*, Cambridge, Mass., MIT Press, 1989.

Le premier argument de Scotford est l'insistance sur la notion même de « pionnier », qui « privilégie l'innovation formelle et esthétique⁴² » au détriment de considérations sociales et culturelles. Scotford revient sur plusieurs obstacles dans la carrière de Pineles : elle fait face à plusieurs refus d'embauche au début de sa carrière lorsque les employeurs apprennent qu'elle est une femme, et elle est refusée pendant plus de dix ans dans le *New York Art Directors Club*. Dans ces conditions, qu'elle n'est pas la seule femme à affronter, comment avoir l'influence nécessaire sur la profession pour être qualifiée de pionnière ? Cet argument évoque une autre absence : celle de Muriel Cooper dans les premières éditions de l'ouvrage de Philip Meggs. Contrairement à l'ouvrage de Remington et Hodik, celui de Meggs n'est pourtant pas restreint à dizaine de designers pionniers, mais comporte plusieurs centaines de références. Designeuse, chercheuse et enseignante étasunienne, directrice artistique de MIT Press, Cooper réunissait pourtant les mêmes critères de qualité et d'influence que ses pairs. Comme le pointe Catherine de Smet : « Rien ne justifie donc l'oubli de Meggs – si ce n'est que Cooper était une femme qui, par ailleurs, ne cherchait pas à promouvoir son propre nom, œuvrant au contraire dans l'esprit qui caractérise la pratique du design, celui d'un travail collectif assumé par un groupe⁴³. »

Mais revenons à Scotford. La deuxième cause possible de l'exclusion de Cipe Pineles, présentée sur un ton ironique, est sa relation avec les autres designers du livre : « Ou bien les auteurs n'étaient-ils pas à l'aise de mettre Pineles en compagnie de ses deux maris, son mentor (Agha), son principal concurrent (Brodovitch) et son âme-sœur stylistique (Thompson⁴⁴) ? » Scotford ajoute que Pineles a commencé sa carrière avant ses maris. Ce passage est représentatif de la situation de nombreuses femmes designeuses. Amies, épouses, collègues d'autres designers, leur travail est souvent minimisé, mal ou non crédité, ou systématiquement associé à leur entourage masculin. Richard Hollis nous donne un exemple de cette pratique : il mentionne bien Charles et Ray Eames pour leur travail chez IBM⁴⁵, mais le film *A Communications Primer* présenté quelques pages plus loin est crédité uniquement au nom de Charles Eames⁴⁶, alors que le géné-

42 Martha Scotford, « The tenth pioneer ».

43 Catherine de Smet, « Pussy Galore et Bouddha du futur », p. 18.

44 Martha Scotford, « The tenth pioneer ».

45 Entreprise d'informatique états-unienne née en 1911. Acronyme de International Business Machines Corporation.

46 Richard Hollis, *Graphic Design: A Concise History*, p. 122.

rique mentionne pourtant les deux prénoms. Ces mauvaises habitudes de crédit semblent difficiles à enrayer : dans un article proposant une perspective féministe sur l'histoire de l'architecture, Sarah Chaplin raconte que les architectes Robert Venturi et Denise Scott-Brown auraient même « inventé un système de fiches d'information sur chaque projet, détaillant la contribution des différents membres du personnel, ce qui n'a pas empêché leurs critiques de regrouper tous leurs travaux sous le nom de Venturi⁴⁷ ».

La troisième hypothèse à propos de l'exclusion de Cipe Pineles est une forme de naturalisation de ses compétences : une femme directrice artistique de magazines féminins est perçue comme naturellement proche de son sujet, ce qui minimise ses compétences et sa créativité⁴⁸. Malgré la carrière prolifique de Pineles, son éthique de travail et son respect pour les artistes avec qui elle collaborait, sa manière de « prendre au sérieux » les lectrices des magazines qu'elle dirige, elle est considérée par Remington et Hodik comme pionnière... « pour les femmes dans la profession⁴⁹ ». Cheryl Buckley dans « Made in Patriarchy⁵⁰ » se penche sur la façon dont l'historiographie exclut les femmes de l'histoire du design. La thèse centrale de Buckley est que la place des pratiques et productions des femmes dans l'histoire du design est inévitablement inscrite dans un « contexte patriarcal » qui se manifeste par l'existence d'une « hiérarchie de valeurs et de compétences basée sur le sexe⁵¹ », échelle sur laquelle les productions et formes dites féminines se trouvent dévaluées.

Cheryl Buckley prend un exemple dans le champ de l'art, dans le traitement différencié des peintres Robert et Sonia Delaunay : « Sonia Delaunay, peintre et designer, est remarquée par les historiens pour son sens (instinctif) de la couleur, tandis que son mari, Robert, est réputé avoir formulé une théorie de la couleur⁵². » Dans un autre texte portant sur Susie Cooper, céramiste anglaise du début du XX^e siècle, Buckley montre que les collections d'assiettes dessinées par Cooper sont définies par les critiques et les revues professionnelles de l'époque tantôt comme un travail typiquement féminin, tantôt comme un travail

47 Sarah Chaplin, « Architecture », dans *Feminist Visual Culture*, Edinburgh, Routledge, 2000, p. 134.

48 Martha Scotford, « The tenth pioneer ».

49 *Ibid.*

50 Cheryl Buckley, « Made in Patriarchy ».

51 *Ibid.*, p. 6.

52 Cheryl Buckley, « Made in Patriarchy ».

typiquement moderne, et ce alors que les motifs étudiés sont similaires. Est-ce à dire que le fait que Susie Cooper soit une femme retarde la qualification de son travail comme moderne ? Dans le même article, Buckley revient sur la division genrée du travail dans le milieu de la céramique industrielle de la moitié du XX^e siècle : les femmes sont le plus souvent embauchées pour la peinture des céramiques, et non pour la conception de collection. Cette division genrée du travail se retrouve dans d'autres disciplines : l'assignation des femmes à l'atelier textile du Bauhaus en est un autre exemple.

On retrouve une critique saillante de cette échelle de valeurs chez l'historienne du design Judy Attfield, dans un texte intitulé « LA FORME/féminin SUIT LA FONCTION/masculin ». Ce texte est publié initialement comme tout dernier chapitre de l'ouvrage de John Albert Walker *Design History and the History of Design*⁵³ en 1989, et traduit en français en 2021⁵⁴. Détournant la formule de Louis Sullivan « Toujours la forme suit la fonction⁵⁵ », Attfield rend visible dès le titre la binarité genrée d'une définition du design réduite à ses principes modernes : les hommes sont assignés à la fonction, la technologie, l'industrie, la machine ; les femmes au corps, à l'espace domestique, à la décoration⁵⁶. Attfield remarque un manque de considération des historien·es pour les productions non-professionnelles et non-industrielles, qui ne se « conforment pas aux règles du bon design⁵⁷ ». Elle est rejointe par Cheryl Buckley :

Exclure l'artisanat [*craft*] de l'histoire du design, signifie, en effet, exclure de l'histoire du design à peu près tout ce que les femmes ont conçu [*designed*]. Pour beaucoup de femmes, les modes de production artisanaux étaient les seuls disponibles, parce qu'elles n'avaient accès ni aux usines du nouveau système industriel, ni à la formation offerte par le nouveau design⁵⁸.

53 Judy Attfield, « FORM/female FOLLOWS FUNCTION/male: Feminist Critiques of Design », dans John A. Walker et Judy Attfield, *Design history and the history of design*, Londres, Pluto, 1996, p. 199-225.

54 Judy Attfield, « LA FORME/féminin SUIT LA FONCTION/masculin », traduit par Hélène Sarende, *RADDAR*, n° 3, 2021, p. 172-193. Le texte, publié en français et en anglais, est précédé d'un propos liminaire d'Elise Goutagny et suivi d'un commentaire de Catherine Geel.

55 Louis H Sullivan, « The Tall Office Building Artistically Considered », *Lippincott's Magazine*, 1896.

56 Judy Attfield, « FORM/female FOLLOWS FUNCTION/male », p. 201.

57 *Ibid.*, p. 207.

58 Cheryl Buckley, « Made in Patriarchy », p. 7.

Les conséquences de cette échelle de valeur entre productions « masculines » et « féminines » sont multiples pour les femmes. D'une part, le fait d'être assignées à des pratiques non-industrielles les exclut de fait d'une histoire du design centrée sur l'industrie. D'autre part, le fait d'être assignées à des activités traditionnellement vues comme féminines diminue doublement la valeur de leurs contributions : ces activités sont moins considérées, et lorsqu'elles le sont, la qualité du travail des femmes peut être réduite à leur proximité « naturelle » avec leur objet. Ces freins à la valorisation de leurs contributions conduit à l'incapacité des femmes à répondre aux critères d'entrée du panthéon.

2.1.3. **La fin du panthéon ?**

Écrire autrement, oui mais comment ?

L'approche panthéon fait l'objet de critiques dès les années 1980 et pas uniquement dans une perspective féministe. Sa parenté avec les habitudes de l'histoire de l'art est répétée dans de nombreux textes, qu'ils portent sur l'histoire du design en général, ou sur celle du design graphique en particulier. Dès 1984, Clive Dilnot revient dans un article en deux parties sur les habitudes et les limites de l'histoire du design⁵⁹. Nombre de ses constats sont applicables aussi à l'histoire du design graphique : hégémonie de la tradition moderne, lien avec l'histoire de l'art, trop grande importance des individus... Pour le design graphique spécifiquement, Bridget Walkins en 1992 pointe les limites d'un récit modelé sur l'histoire de l'art, qui se concentre sur des « héros » et sur un enchaînement linéaire de styles chacun associé à une période⁶⁰.

Elle enjoignait les historien·es à « examiner des questions plus profondes et plus larges que l'aspect purement visuel⁶¹ » du design graphique.

Malgré ces nombreuses critiques, l'approche panthéon persiste dans les ouvrages. En 2007, la sortie d'une nouvelle histoire du design graphique par

59 Clive Dilnot, « The State of Design History, Part I » ; « The State of Design History, Part II: Problems and Possibilities », *Design Issues*, vol. 1, n° 2, 1984, p. 3-20.

60 Bridget Wilkins, « No more heroes », *Eye*, vol. 2, n° 6, 1992.

61 *Ibid.*

Steven J. Eskilson fait l'objet d'une critique d'Alice Twemlow et Lorraine Wild dans *Design Observer*⁶².

La critique est sévère, ironique, et se demande quelle peut bien être la nouveauté de l'histoire d'Eskilson :

A-t-il identifié un nouveau point de départ de l'histoire, par exemple, ou un filtre sélectif inhabituel, tel que le choix de ne montrer que des exemples ordinaires et vernaculaires, plutôt qu'avant-gardistes, de design graphique ?

A-t-il une nouvelle histoire à raconter du point de vue du genre ou de la race, par exemple ? Ou bien a-t-il amélioré d'autres histoires, comme celle de Meggs, en actualisant le récit par des aperçus de travaux récents et de nouvelles technologies⁶³ ?

L'ouvrage ne satisfait malheureusement aucune de ces attentes. Le ton de l'article montre des autrices lassées de répéter des arguments critiques devenus pourtant des poncifs : « Ce n'est pas parce que présenter l'histoire comme une litanie de noms n'est pas à la mode qu'Eskilson ne devrait pas le faire. Cependant, il devrait au moins reconnaître le débat méthodologique qui entoure une telle approche⁶⁴. » Cet exemple montre que les nombreux textes critiques et la réorientation des travaux vers le design graphique comme culture matérielle et technique n'empêchent pas certains auteurs d'employer une approche panthéon sans la contextualiser, sans la présenter comme un choix conscient. En ce sens, malgré les critiques que j'ai pu faire à Purvis et Hollis plus haut, leur posture a le mérite d'être explicite, et n'est pas présentée comme naturelle.

On voit aussi dans le dialogue de Twemlow et Wild que cette approche panthéon ne s'exerce pas que sur les designeuses, mais aussi sur les travaux sélectionnés pour les représenter. Le choix d'Eskilson de représenter Paula Scher à travers une « pochette d'album nulle », considérée comme mineure, plutôt qu'avec des éléments « majeurs » de son travail, questionne les autrices⁶⁵. Elles pointent des tentatives ratées d'Eskilson de s'intéresser à des objets plus

62 Lorraine Wild et Alice Twemlow, « A New Graphic Design History? », *Design Observer* [en ligne], 12 juin 2007.

63 *Ibid.*

64 *Ibid.*

65 *Ibid.*

« prosaïques », comme des publicités pour les orgues Wurlitzer : pourtant intrigantes et inédites dans un ouvrage d'histoire du design graphiques, elles sont sous-analysées.

On lit dans ces critiques acerbes un Eskilson toujours entre deux eaux : s'il s'intéressait aux stars, il aurait dû le faire jusqu'au bout en présentant leurs productions majeures. S'il voulait adopter une approche liée aux cultures matérielles, il aurait dû produire des descriptions moins superficielles et évidentes.

L'exemple pour moi le plus complet d'une histoire du design graphique qui envisage le design comme pratique sociale, culturelle et politique plutôt que comme une profession réduite à une « litanie de noms » est l'ouvrage de Johanna Drucker et Emily Mc Varish *Graphic Design History: A Critical Guide*⁶⁶. Le refus d'une approche panthéon est affirmée partout dans l'ouvrage : dans l'introduction sous forme de manifeste en dix points, dans le ton général de l'ouvrage, dans la composition des mises en exergue, qui coupent horizontalement certaines pages avec une phrase forte sur une ligne, orange, sur le tiers inférieur. La lecture peut se faire de manière non linéaire : les légendes des images sont souvent très détaillées et donnent des pistes de réflexion sur des sujets connexes, non abordés dans le texte principal. Dans le chapitre sur la Renaissance par exemple, la légende d'une gravure de Stradanus représentant un atelier d'imprimerie mentionne l'organisation et la hiérarchie dans les ateliers, la place des femmes dans le milieu, et quelques anecdotes sur le jargon des imprimeurs. Contrairement à Rick Poynor, j'ai apprécié cette manière du livre de « tirer sur [ma] manche » dans plusieurs directions⁶⁷. La mise en retrait des individus dans l'ouvrage prend également pour Poynor un risque de distorsion du discours sur les designeuses : « Pour un lecteur qui ne connaît pas le futuriste Marinetti, qu'est-ce qui donne l'impression la plus efficace (ou la moins déformée) de ce qu'il représente ? Un échantillon bien choisi de ses propres mots ? Ou un résumé filtré par les préoccupations d'une tierce personne⁶⁸ ? »

Choisir de ne pas citer les designeuses dans le texte ne serait alors plus le signe d'une histoire du design graphique centrée sur les objets et leur contexte de production, mais une expression de la prévalence de l'autorité des autrices,

66 Johanna Drucker et Emily McVarish, *Graphic Design History*.

67 Rick Poynor et Denise Gonzales Crisp, « A Critical View of Graphic Design History », *Design Observer* [en ligne], 2008.

68 *Ibid.*

des historiennes, sur l'autorité des designeuses. En fin de compte, il se rejoue dans ces ouvrages d'histoire du design graphique et dans leurs comptes-rendus critiques une question de posture et de présence, similaire à celle que l'on pose aux designeuses : faut-il s'effacer ? L'histoire du design doit-elle être, comme la typographie, un gobelet de cristal⁶⁹ ? On voit dans le dialogue de Twemlow et Wild que le renouvellement des approches de l'histoire du design graphique ne peut pas être uniquement déclaratif : ce qui est reproché à Eskilson est moins la maladresse de ses descriptions, que le contraste entre ce qui est proposé en début d'ouvrage et l'argumentaire développé. L'introduction annonce que « l'histoire du graphisme a trop souvent été présentée sous la forme d'un défilé de styles et de réalisations individuelles dépourvues de contexte social, et que cette tendance a occulté une grande partie de la richesse et de la complexité de son développement⁷⁰ », mais le texte ne suit pas.

La lecture de critiques comme celles de Bridget Wilkins, Martha Scotford, Alice Twemlow et Lorraine Wild, peut amener des interrogations similaires à celle de manifestes du design comme *First Things First*⁷¹ : d'un côté, comment ne pas être d'accord⁷² ? De l'autre, comment implémenter réellement ces propositions ?

Un supplément à l'histoire du design ?

Face à cet effacement des femmes de l'histoire du design, une première réponse peut être d'expliquer, compléter, rectifier, ajouter des noms féminins à ce panthéon. Des étudiant·es en design ont investi ces questions pour leur mémoire de fin d'études ou leur projet de diplôme, ce qui témoigne de leur diffusion en dehors des cercles d'historien·es critiques du design. En 2016 pour son projet de diplôme de DNSEP en design graphique (**Ill. 7b**), Ève-Lise Kern propose des

69 La métaphore du gobelet de cristal vient d'un essai éponyme de Beatrice Warde. « The Crystal Goblet, or Printing Should Be Invisible », *British & Colonial Printer & Stationer*, 1930.

70 Stephen J. Eskilson, cité dans Lorraine Wild et Alice Twemlow, « A New Graphic Design History? ».

71 Ken Garland, *First Things First*, Londres, 1964.

72 Voir Michael Bierut, « A Manifesto With Ten Footnotes », dans William Drenttel, Steven Heller et Michael Bierut (dir.), *Looking closer 4: Critical Writings on Graphic Design*, New York, Allworth Press, 2002, p. 26-31.

fascicules à ajouter aux livres d'histoire du graphisme⁷³. En 2020, Lorette Collard propose pour son diplôme de Master 2 Recherche en design un jeu de société sur les mécanismes d'effacement des femmes de l'histoire du design (Ill. 7a). Le point de départ de l'enquête est une demande simple, envoyée à ses pairs et diffusée sur Instagram : citer les premiers noms de designers qui leur viennent à l'esprit... Et constater que l'immense majorité sont des hommes. Cet exercice dessine l'existence d'un autre canon, à partir des noms que retiennent les étudiant·es en design de leurs cours d'histoire.

Je me suis investie au cours de mes études dans des sujets similaires : en Master 2 recherche, lors d'un workshop sur les designers radicaux italiens, nous nous interrogeons dans mon groupe sur l'invisibilité des femmes dans la contre-école expérimentale Global Tools, à partir de la photo la plus connue du groupe⁷⁴ : aucune femme parmi la trentaine de personnes sur la photo. La découverte au début de ma thèse des textes de Judy Attfield, Martha Scotford ou Cheryl Buckley m'a apporté un sentiment d'euphorie de constater que ces intuitions d'étudiant·es ont fait l'objet de « vrais » travaux. Cette euphorie reste teintée de frustration : pourquoi les ai-je découverts aussi tard ? Au-delà de l'absence des femmes dans l'histoire du design, et par extension dans les cours d'histoire du design, les perspectives théoriques féministes sont elles aussi plutôt rares dans les écoles. Cela peut être dû au fait que ces textes sont peu accessibles car peu traduits, à l'exception de *Politiques Sexuelles du Goût* de Penny Sparke⁷⁵ et « LA FORME/féminin SUIV LA FONCTION/masculin » de Judy Attfield⁷⁶. On peut également supposer que les cours d'histoire du design ne permettent pas toujours de prendre le temps de la lecture. Ces hypothèses sont à manier avec prudence, et nécessiteraient une étude spécifique de la place des perspectives féministes dans les cours d'histoire du design, avec ou sans appui théorique sur ces historien·nes.

En réponse à ces oublis, des ouvrages se donnent pour objectif de mettre en lumière le travail des femmes designeuses : *Women in design*⁷⁷, *Women in*

73 Eve-Lise Kern, *Graphisme Héroïsme Féminisme*, mémoire de DNSEP design graphique, ESAD Reims, Reims, 2016.

74 *Casabella* n°377, mai 1973. Couverture d'Adolfo Casalini d'après une photo de Carlo Bachi.

75 Penny Sparke, *Politiques sexuelles du goût*, traduit par Antoine Cazé, Monlet, T&P Publishing, 2022.

76 Judy Attfield, « LA FORME/féminin SUIV LA FONCTION/masculin ».

77 Liz Mc Quiston, *Women in Design*, New York, Rizzoli, 1988.



Ill.7 - Diplômes de fin d'études : les femmes dans l'histoire du design.

7a. Lorette Collard, *Femmes designers : exposer les mécanismes d'invisibilisation*, projet étudiant de Master 2 Recherche, ENS Paris-Saclay, 2022. (photo. Lorette Collard).

7b. Ève-Lise Kern, *Estellina*, Projet de diplôme de DNSEP, ESAD Reims, 2016. (photo. Ève-Lise Kern).

*Graphic Design*⁷⁸, *Design{h}ers*⁷⁹, *Women Of Design*⁸⁰ et bien d'autres. Ce sont pour la plupart de beaux livres, des volumes imposants, riches en illustration. Comme l'évoque Teal Triggs dans sa critique de l'ouvrage de Breuer et Meer : « Leur poids et leur volume leur confèrent une présence physique, une autorité. Les gros livres suggèrent qu'un sujet a une certaine importance. Un gros livre réussi abordera de grandes questions⁸¹... » Toutefois, ces gros et beaux livres peuvent conserver un aspect de catalogues de grandes figures, féminines certes, mais toujours pionnières et exceptionnelles. C'est le cas dans l'ouvrage de Liz McQuiston *Women in Design*, abondant en superlatifs.

Pour Judy Attfield, il est urgent « de mettre en lumière le travail des pionnières afin de fournir des modèles aux jeunes femmes qui se lancent dans des carrières de design⁸² », mais cette approche n'est pas suffisante. Comme le dit Ellen Lupton, il ne s'agit pas non plus de « remplacer un vieux réseau masculin – qui a pendant longtemps exclu les femmes, les designers plus jeunes et les personnes travaillant dans les marges de la profession – par un réseau féminin tout aussi exclusif⁸³ ». L'enjeu est davantage un déplacement du regard, « de l'individu comme créateur ex-nihilo vers l'individu comme acteur dans un contexte social⁸⁴ ». L'approche est délicate et contradictoire en apparence : comment mettre en lumière le travail de femmes designeuses, proposer des « *role models* », sans reproduire cet effet panthéon ?

78 Gerda Breuer et Julia Meer, *Women in Graphic Design 1890-2012*, Berlin, Jovis, 2012.

79 Victionary, *Design{h}ers: A Celebration of Women in Design Today*, Hong-Kong, Victionary, 2019.

80 Armin Vit, *Women Of Design: Influence And Inspiration From The Original Trailblazers To The New Groundbreakers*, Cincinnati, Ohio, HOW Books, 2008.

81 Teal Triggs, « Women's Work », *Print*, octobre 2012.

82 Judy Attfield, « LA FORME/féminin SUIT LA FONCTION/masculin », p. 178.

83 Ellen Lupton et Laurie Haycock Makela, « Underground matriarchy ».

84 *Ibid.*

Vers une *messy history*

En 1994, dans « Neat history vs. Messy History », Martha Scotford propose de troquer une histoire du design centrée sur l'histoire de quelques grands génies isolés contre une histoire *messy*, soit brouillonne, désordonnée⁸⁵. La *neat history*, l'histoire soignée, repose sur un « packaging » bien rôdé : « un designer, un contexte organisationnel explicite, un client, une note d'intention simple, une proposition de solution [design solution], un public clairement défini, une réponse attendue⁸⁶ ». La *messy history* que propose Scotford s'intéresse à une variété d'activités :

[D]es designeuses qui ne travaillent pas seuls mais dans le cadre de collaborations changeantes ; des travaux de design qui ne sont pas produits pour de grandes institutions mais pour de petites entreprises ou des causes locales ; des travaux qui ne sont pas produits en grand nombre et peuvent même être à l'échelle d'une « industrie artisanale » ; des travaux qui peuvent utiliser des codes culturels ne faisant pas partie de la culture dominante ; des travaux s'adressant à un public restreint et spécialisé ; des travaux aux formes plus personnelles et expressives ; des pratiques de design organisées autour de la vie de famille et de questions intimes ; un design qui tourne le dos à la conception dominante, etc⁸⁷.

Beaucoup d'exemples de cette liste ont tout à voir avec les productions graphiques féministes : les causes locales, les codes culturels extérieurs à la culture dominante, le public restreint et spécialisé, les formes personnelles et expressives... La mention de collaborations changeantes et le lien avec la vie familiale évoquent également les notions de « relationalité » et de temps « fragmenté » très présentes chez Sheila de Bretteville⁸⁸ (cf. 1.1.4).

Comme premier mouvement de cette *messy history*, Scotford poursuit son texte avec une typologie des activités des femmes dans le milieu du design graphique. Elle mentionne les employées d'agence, les femmes qui quittent le milieu

85 Martha Scotford, « Messy History vs. Neat History: Toward an Expanded View of Women in Graphic Design », *Visible Language*, vol. 28, n° 4, 1994, p. 368-388.

86 Martha Scotford, « Messy History vs. Neat History ».

87 *Ibid.*

88 Sheila Levrant de Bretteville, « Some Aspects of Design from the Perspective of a Woman Designer », *Iconographic*, n° 6, 1973.

du design, les enseignantes, les étudiantes, les femmes ayant un rôle de soutien émotionnel et de relation humaine comme les épouses et les partenaires de travail⁸⁹.

La notion de *messy history* de Martha Scotford, et sa typologie qui affirme une diversité de situations comme dignes d'intérêt et d'étude, sont des propositions de réponse à une histoire du design centrée sur un panthéon d'individus remarquables. La typologie énoncée n'est pas le résultat d'une enquête mais un prélude, une invitation à se pencher sur d'autres parcours.

L'approche de Scotford porte toujours sur des individus, en ôtant la dimension de génie pour se concentrer sur les rôles et les relations des actrices du milieu du design, dans une ébauche presque sociologique. Une autre perspective, portée entre autres par Judy Attfield, propose de centrer les recherches sur les objets ou les contextes sociaux plutôt que sur les actrices. Dans *Wild Things*⁹⁰, Attfield développe une histoire du design comme histoire des objets quotidiens et des cultures matérielles, par des emprunts aux études culturelles et à l'anthropologie⁹¹, disciplines qui permettent « une analyse moins hiérarchique et non esthétique des objets conçus⁹² ». Ce qu'entend Attfield par « quotidien » (*everyday*) n'est pas uniquement l'attention aux objets ordinaires, c'est aussi une attention à la vie ordinaire des objets :

[C]e qui ne semble pas attirer beaucoup d'attention, c'est cette partie plus importante de la biographie de l'objet, lorsqu'il n'est plus sacré, lorsqu'il fait partie du désordre encombré [*clutter*] du quotidien, et qu'il rejoint le chaos/désordre [*disarray*] des choses sauvages qui n'ont de place nulle part – les indisciplinées⁹³.

La notion de *clutter* empruntée à Jane Graves et Steve Baker⁹⁴ véhicule à la fois le désordre et l'encombrement, ce qui la rend difficile à traduire en un mot en français. Ce désordre fait écho à la notion de *messy* chez Martha Scotford, j'y

89 Ce paragraphe est repris de Elise Goutagny, « Promenade bibliographique dans les critiques féministes du design ».

90 Judy Attfield, *Wild Things: The Material Culture of Everyday Life*, Oxford, Berg Publishers, 2000.

91 *Ibid.*

92 Judy Attfield, « FORM/female FOLLOWS FUNCTION/male », p. 207.

93 Judy Attfield, *Wild things*, p. 5.

94 Symposium *Clutter: Disorder in the Spaces of Design, the text and Imagination*, Art Workers Guild, Londres, 1996, cité dans *Ibid.*, p. 150.

lis le même mouvement contre une histoire du design qui serait trop bien rangée, dans son rapport aux individus pour Scotford, dans son rapport aux objets pour Attfield. Cette perspective est fertile pour étudier les pratiques graphiques féministes contemporaines, car elle invite à poser un regard non sur des pratiques spectaculaires et exceptionnelles, mais au contraire sur la variété, le désordre et la densité des pratiques féministes quotidiennes. Le désordre, l'encombrement et l'excès du *clutter* nécessitent aussi une attention à la matérialité, à la présence des objets.

Ce regard me semble particulièrement adapté pour l'étude des réseaux sociaux et du flux d'images présent sur Instagram. Beaucoup de comptes se ressemblent au premier abord, et utilisent les mêmes applications de mise en page, les mêmes templates, les mêmes pictogrammes. On peut rapprocher ce flot continu du *clutter* chez Attfield : les posts Instagram n'ont pas l'aura graphique des affiches ou même des pancartes de manifestation, ils se succèdent semble-t-il à l'infini, on peut s'y perdre ou ressentir un certain encombrement par la quantité d'image et de texte. J'ai parlé plus haut de l'illusion de rapidité véhiculée par les réseaux sociaux (cf. 1.3.1) ; son pendant est une illusion de transparence et de fluidité, on parle en anglais de navigation *seamless*, sans couture, pour reprendre la métaphore textile. Résistant à ce lissage, l'observation et l'analyse des pratiques graphiques féministes nécessitera alors, en adaptant la formule de Donna Haraway *staying with the trouble*⁹⁵, une manière de rester avec le désordre, *staying with the clutter*.

Une histoire du design centrée sur des individus décrits comme « génies » ou « pionniers » est donc réductrice de plusieurs façons.

Elle réduit le design à « ce que font les designers », mettant de côté les pratiques non-professionnelles, pourtant majoritaires dans l'histoire. Clive Dilnot rappelle, à la suite de Rudofsky, que le monde a tout à fait « survécu » sans design professionnel la majeure partie du temps⁹⁶.

Cette histoire du design se concentre ensuite sur les productions identifiables et facilement attribuables à une auteuice, excluant les productions collectives, les collaborations informelles ou les productions anonymes, ce qui rejoint d'ailleurs l'opposition entre professionnel et non-professionnel. Elle privilégie des individus qui donnent forme à la profession de designer ou de directeur artistique,

95 Donna Jeanne Haraway et Vivien García, *Vivre avec le trouble*, Vaulx-en-Velin, Les éditions des mondes à faire, 2020.

96 Clive Dilnot, « The State of Design History, Part II », p. 15.

et ce critère nécessite des cercles d'influence conséquents, un certain équilibre entre inscription dans le style d'une époque et innovation.

Les historien·nes critiques et féministes du design montrent en quoi cette approche exclut de fait certains groupes sociaux : les femmes designers comme on l'a vu plus haut, mais aussi les jeunes designers, les praticien·nes non-blanches⁹⁷ ou non-occidentales. Ces mêmes critères excluent des pages de l'histoire du design une grande partie des productions militantes : non-professionnelles, collectives, difficilement attribuables, influençant peu la profession de designer·se, elles ne rentrent pas non plus dans les critères du « bon design ».

Reste que certains objets graphiques militants, comme les affiches de l'atelier des Beaux-Arts de Paris en 1968, ou celles contre la guerre du Vietnam, parviennent bien à entrer dans les pages des histoires généralistes du graphisme. Les productions féministes, en ce qu'elles sont à la fois militantes et majoritairement féminines, se trouvent au carrefour de deux exclusions.

Un examen de l'approche panthéon nous a donné quelques explications sur les choix des auteur·ices et a permis d'introduire les principales critiques féministes de l'histoire du design, ainsi que des pistes possibles pour des écritures désordonnées. Un examen de la place accordée aux productions militantes constituera un second éclairage.

2.1.4. **Quelle place pour les productions militantes dans les pages de l'histoire du design graphique ?**

Au nom de la fluidité du récit

Les ouvrages généralistes d'histoire du design graphique sont centrés sur l'histoire du design professionnel et de la profession de designer·se. Il est somme toute attendu que la présence de productions graphiques militantes dans leurs pages soit une exception plutôt qu'une règle. Ce qui me questionne ici est plutôt la place accordée à ces exceptions : quelles sont-elles ? Comment sont-elles introduites ?

97 Cheryl D. Miller, « Black Designers: Missing in Action », *Print*, vol. 41, n° 5, octobre 1987 ; Sylvia Harris, « Searching for a Black Aesthetic in American Graphic Design », dans *The Education of a Graphic Designer*, New York, Allworth Press, 1998, p. 125-129.

Dans les pages de l'ouvrage de Philip Meggs, le contexte politique de chaque époque est précisé mais sert essentiellement d'arrière-plan pour la présentation de certaines productions de designeres, comme c'est le cas pour le magazine *Avant Garde* : « Né au milieu des bouleversements sociaux du mouvement pour les droits civiques, du mouvement de libération des femmes, de la révolution sexuelle et des manifestations contre la guerre, ce magazine est devenu l'une des réalisations les plus novatrices de Lubalin⁹⁸. » Quelques dizaines de pages plus loin, mai 68 est mentionné uniquement pour introduire trois nouveaux personnages : Pierre Bernard, François Miehé et Gérard Paris-Clavel, cofondateurs du collectif Grapus qui occupe la page suivante⁹⁹.

Tout au long de l'ouvrage, les principaux événements politiques sont mentionnés, mais pas d'une façon qui permette un réel ancrage dans l'époque. Meggs ne dit pas clairement quelle influence le mouvement de libération des femmes et les manifestations contre la guerre ont concrètement sur les productions de Lubalin et Ginzburg, alors même qu'une des images représentant *Avant Garde* deux pages plus loin est une publicité pour un concours d'affiche contre la guerre, proposé par le magazine¹⁰⁰. Les événements politiques évoqués dans le corps du texte ne se retrouvent pas toujours dans la frise chronologique proposée en introduction de la section, ce qui laisse un certain flou sur la nature de la chronologie proposée : s'agit-il d'une liste d'événements que Meggs considère comme majeurs, ou d'une alternance d'événements graphiques et d'événements politiques supposés comme déjà connus des lecteurs ?

Les designeres et les historiennes du graphisme ne sont bien sûr ni historiennes des mouvements sociaux, ni sociologues. Il semble donc logique que les objets graphiques soient le point de départ et le point central de leur analyse. Toutefois, cet effacement du contexte politique des productions ou sa réduction à quelques lignes est frustrant lorsqu'on travaille spécifiquement sur les productions militantes. Cela laisse penser que les productions graphiques militantes ne sont plus que des symboles, des icônes et sont là pour représenter une révolution graphique plus que d'une révolution sociale. Ces images sont en effet incluses soit comme contre-exemple d'un *corporate style*, soit comme exemples d'une période pop – d'ailleurs essentiellement étasunienne.

98 Philip B. Meggs et Alston W. Purvis, *Meggs' History of Graphic Design*, p. 407.

99 *Ibid.*, p. 455.

100 *Ibid.*, p. 409.

Les décennies 1960-1970, au-delà d'être une période de renouvellement des luttes sociales, sont un moment de renouvellement des techniques et registres graphiques : pochoir, sérigraphie, essor de la photocomposition, etc. Cette période représente donc une parenthèse idéale pour faire la transition entre le style international Suisse et le design postmoderne, une forme de respiration graphique. C'est la place qu'occupe ce chapitre aussi bien chez Philippe Meggs que chez Richard Hollis, Johanna Drucker et Emily McVarish, ou Michel Wlassikoff (voir tableau, Ill. 8).

L'ouvrage de Roxanne Jubert est absent de ce tableau en raison de son découpage très différent : la seconde moitié du XX^e siècle est en deux parties, couvrant les trente glorieuses et le dernier tiers du XX^e siècle, avec un découpage géographique. Dans les ouvrages cités ci-dessus, l'accent est mis davantage sur la professionnalisation du design graphique et sur les avancées techniques comme la photocomposition¹⁰¹ que sur les contre-cultures.

Le vocabulaire associé aux affiches des années 1960-1970 dans les ouvrages montre bien cette respiration enthousiasmante : « *poster mania*¹⁰² » et « *poster craze* » chez Meggs, « vague d'énergie graphique » et « inondation d'affiches¹⁰³ » chez Hollis. Les années 1960-1970 sont la période par excellence d'une révolution culturelle, politique, technique, graphique. Pourtant, les sous-cultures ou contre-cultures ne s'arrêtent pas à la fin des années 1970 : le punk ou les fanzines qui gagnent en popularité dans les années 1970¹⁰⁴, donnent lieu à une contre-culture florissante dans les années 1980 et 1990 : le mouvement Riot Grrrl en est un exemple féministe¹⁰⁵. L'impressionnante collection rassemblée par Lisa Darms¹⁰⁶ et les travaux d'Alison Piepmeyer sur les zines des Riot Grrrls¹⁰⁷ montrent que le détournement d'images, la mise en page, la démocratisation des photocopieuses Xerox, jouent un rôle fondamental dans l'expression politique féministe des Riot Grrrls et sont une manière de « faire le féminisme »

101 Roxane Jubert, *Graphisme, typographie, histoire*, p. 344.

102 Philip B. Meggs et Alston W. Purvis, *Meggs' History of Graphic Design*, p. 448.

103 Richard Hollis, *Graphic Design: A Concise History*, p. 180.

104 Teal Triggs, *Fanzines*, Londres, Thames & Hudson, 2010.

105 Manon Labry, *Riot Grrrls : chronique d'une révolution punk féministe*, Paris, Zones, un label des éditions La Découverte, 2016.

106 Lisa Darms et Johanna Fateman, *The Riot Grrrl Collection*, New York, The Feminist Press, 2013.

107 Alison Piepmeyer, *Girl zines: making media, doing feminism*, New York, New York University Press, 2009.

	Chapitre/section précédente	Chapitre/ section présentant des affiches des années 1960-1970	Chapitre/section suivante
Meggs 2011 (1983)	Corporate Identity and Visual Systems	The Conceptual Image	Postmodern Design
Hollis 1994	Variants of Modernism in Europe	Psychedelia, Protest and New Techniques	New Waves: Electronic technology
Drucker et McVarish 2012 (2008)	Corporate Identities and International Style. 1950-1970s.	Pop and Protest. 1960-1970s	Postmodernism in Design. 1970-1980s
Wlassikoff 2021 (2005)	L'apport Suisse et le début des images de marque (1955-1965)	De la contestation à la conception d'un nouvel environnement (1965-1975)	Grands travaux et entrée en scène du numérique (1975-1994)

Ill.8 - Placement des chapitres sur les décennies 1960-1970 dans 4 ouvrages d'histoire du graphisme.

(*doing feminism*) pour reprendre l'expression de Piepmeyer. Il ne s'agit pas de minimiser le tournant graphique et politique que représentent les années 1960-1970. Toutefois, cela montre que condenser les représentant·es du graphisme dit « militant » sur ces décennies dépend moins de la richesse ou de la profusion des productions que de la cohérence narrative souhaitée par les auteurs.

Cela peut expliquer l'absence de productions graphiques issues des luttes sociales au sein de chapitres consacrés à d'autres périodes, au début du XX^e siècle par exemple. Sur les 250 pages de *Suffragettes to She-Devils*, Liz McQuiston consacre près de 40 pages, soit 15% de l'ouvrage, aux militantes suffragettes anglaises¹⁰⁸ : les cartes postales, bannières et mouchoirs brodés, médailles, services à thé, ainsi que les affiches anti-suffrage qui leur répondent, témoignent d'un mouvement riche et novateur dans son utilisation des objets graphiques comme support des luttes. Cela témoigne d'une circulation d'images que l'on dirait volontiers « virales » aujourd'hui. Postures « d'exaltation », code couleur identifiable : la rhétorique visuelle des suffragettes n'a rien à envier à la publicité¹⁰⁹. Ces éléments font des objets graphiques des suffragettes anglaises des candidates recevables pour entrer dans les pages des ouvrages d'histoire du design graphique. Inopportunément, la période ne colle pas.

La lutte pour le suffrage féminin au début du XX^e siècle coïncide avec une période déjà très dense pour l'histoire du design et du design graphique : les avant-gardes artistiques et le tout nouveau Bauhaus remplissent déjà largement les pages des ouvrages. Philip Meggs évoque bien le droit de vote des femmes en 1918, mais uniquement à travers le travail de Lucian Bernhard, pionnier du *Plakatstil* (« style affiche ») allemand¹¹⁰. L'absence de productions des Guerrilla Girls ou de Gran Fury relève du même problème : elles s'insèrent difficilement dans un chapitre sur les années 1980 consacré au postmodernisme.

Johanna Drucker et Emily McVarish au contraire se saisissent du contraste de certaines productions avec l'ambiance d'une époque. Dans le chapitre consacré aux années 1960, une affiche pour le Planning familial britannique représentant un homme enceint côtoie la masculinité stéréotypée du cowboy des publicités pour Marlboro¹¹¹. Ce contraste permet de dépeindre l'époque de manière plus

108 Liz McQuiston, *Suffragettes to She-Devils*, p. 19-61.

109 Myriam Boussahba-Bravard, « Vision et visibilité : la rhétorique visuelle des suffragistes et des suffragettes britanniques de 1907 à 1914 », *LISA. Littératures, Histoire des Idées, Images, Sociétés du Monde Anglophone*, I, n° 1, 2003, p. 42-53.

110 Philip B. Meggs et Alston W. Purvis, *Meggs' History of Graphic Design*, p. 283.

111 Johanna Drucker et Emily McVarish, *Graphic Design History*, p. 275-276.

nuancée : associée à la libération des femmes certes, mais marquée aussi par le rôle grandissant de la publicité dans le renforcement des stéréotypes de genre. Les affiches de lutte contre le Sida dessinées par le collectif Gran Fury s'insèrent également comme contre-exemple dans le chapitre sur le graphisme postmoderne, montrant que cette période en apparence « sans règles » produit aussi les visuels clairs et professionnels¹¹². Cela ne signe pas pour autant une plus grande importance des productions militantes dans l'ensemble de l'ouvrage. La condition féminine est évoquée à plusieurs reprises, mais majoritairement à travers des exemples de représentation dans des affiches publicitaires, dans lesquelles elles sont objets de désir, essentielles à l'effort de guerre ou nouvelles consommatrices. La lutte pour le droit de vote des femmes dans les années 1910 est évoquée, mais avec un exemple curieux : une affiche contre le suffrage des femmes¹¹³.

De fait, contrairement à ma première impression de cet ouvrage, envisager le design graphique comme une pratique socialement et politiquement ancrée et adopter une perspective féministe dans l'analyse de certaines images ne garantit pas une plus grande attention accordée aux productions graphiques militantes dans l'histoire du design graphique.

L'hypothèse de la fluidité de la narration comme critère essentiel d'inclusion ou d'exclusion des pratiques militantes n'explique pas toutes les absences. Le travail d'Emory Douglas pour le Black Panther Party rassemble tous les critères d'admission : graphisme professionnel, style reconnaissable, emploi de la bichromie et du photomontage en plein dans les registres graphiques de l'époque... Douglas produit pour le Black panther Party des supports variés essentiels pour l'image du parti et le recrutement¹¹⁴ : tracts, affiches, illustrations de couverture et maquettes du journal du parti, dont des exemplaires sont aujourd'hui conservés au MoMA¹¹⁵. Il est alors difficile de trouver les raisons d'un tel oubli dans les pages des ouvrages de Hollis ou Meggs. Il en va de même pour certaines productions féministes : les affiches du See Red Women's Workshop, collectif féministe de sérigraphie actif de 1974 à 1990, utilisent aussi le photomontage, la photocomposition et la sérigraphie. Les affiches sont souvent monochromes, comportent

112 *Ibid.*, p. 304.

113 *Ibid.*, p. 187. L'image semble d'ailleurs être mal légendée puisqu'on lit « *suffragist poster* ».

114 Nicolas Lampert, *A people's art history of the United States: 250 years of activist art and artists working in social justice movements*, New York, The New Press, coll. « New press people's history », 2013, p. 200.

115 moma.org/artists/70943.

du texte manuscrit et représentent des corps expressifs, combattifs. Le collectif produit des représentations frappantes de l'aliénation due au travail domestique : *Alone We Are Powerless, Together We Are Strong* (1976) représente une mère et son enfant dans un cube aux faces recouvertes de pointillés et de rayures noires. Ce cube répété sur toute la page rend les rayures noires étouffantes, enfermantes, effet renforcé par la phrase « qu'est-ce que tu as fait aujourd'hui, chérie ? » à peine visible en bas à gauche. D'autres affiches emploient une iconographie proche de celle de mai 68 : usines fumantes en monochrome rouge. Ces affiches, qui ont fait l'objet d'un ouvrage monographique en 2016, sont, elles aussi, absentes des pages des cinq ouvrages étudiés ici. Dans les ouvrages francophones, on pouvait espérer voir apparaître *Le Torchon Brûle*, exemple emblématique de la décennie MLF, qui s'insérerait sans difficulté dans un chapitre sur le graphisme psychédélique. Encore une absence.

Comme Martha Scotford avec Cipe Pineles et Catherine de Smet avec Muriel Cooper, j'ai montré ici quelques « oublis » curieux. Toutefois, l'inclusion de ces exemples dans les pages des histoires généralistes du design graphique ne réglerait pas mon problème : ce serait toujours réduire les luttes sociales à quelques images les plus emblématiques, les plus attribuables à une auteuice identifiée¹¹⁶. Même au sein de l'histoire graphique des luttes sociales, ces oublis se font sentir.

Le fantôme de mai 68

Je parle de fantôme, car le spectre de ces affiches de mai 68 semble planer au-dessus de plusieurs histoires : celle de la politique française, celle de l'affiche, du design graphique, du graphisme militant. On les a tellement vues qu'on ne sait plus quoi en dire. Laurent Gervereau écrit : « considérées comme un ensemble, presque un en-soi, les affiches de « mai 68 » souffrent de ce qui s'attache à la célébrité : l'approximation. Trop repérées pour être étudiées, trop marquées d'une époque pour être resituées, elles cumulent des écueils qui frappent souvent l'histoire contemporaine¹¹⁷. » L'expression « affiches de mai 68 » désigne les affiches de juin, voire celles des mois suivants, en France et dans d'autres pays

116 La facilité d'attribution est en effet pour Cheryl Buckley un des indices d'une écriture de l'histoire du graphisme centrée sur les individus, voir « Made in Patriarchy ».

117 Laurent Gervereau, « Les affiches de « mai 68 » », *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, vol. 11, n° 1, 1988, p. 160-171. Les volumes 11-13 de la revue paraissent pour les 20 ans des événements de mai 68.

européens, ce qui est un abus de langage¹¹⁸, mais je la conserve car il s'agit moins d'un déroulé d'événements que d'un mythe. Les affiches de mai 68 figurent une sorte d'étalon tacite de l'affiche militante, étalon à la fois visuel, technique et politique. C'est l'exemple parfait : l'occupation de deux écoles d'art – les Beaux-Arts et les Arts Décoratifs à Paris – une effervescence constante, une découverte collective de la sérigraphie, une solidarité avec les grèves ouvrières et étudiantes, des affiches anonymes mais immédiatement reconnaissables. Leur style est une conjonction des contraintes techniques de la sérigraphie, qui fonctionne mieux avec des aplats, et d'une « recherche d'efficacité qui interdisait les fantaisies personnelles d'artistes¹¹⁹ ».

Les affiches sont approuvées en assemblée générale avant d'être imprimées, et les affiches refusées montrent quelques règles tacites : les représentations de foule, d'armes, les phrases longues et « verbeuses » sont rarement retenues¹²⁰. On peut lire sur une photographie d'un mur d'affiches dans l'école des Beaux-Arts que « la sincérité est préférable à la technique¹²¹ ». Ces quelques règles, ainsi que les aplats de noir ou de couleurs franches, l'écriture manuscrite épaisse, contribuent à créer un style mai 68, une « impression vigoureuse qui frappe¹²² ». Dans la lignée des mouvements situationnistes, mai 68 signe aussi un moment où la créativité est envisagée comme moyen de lutte et de révolution¹²³. En témoignent la création de plusieurs groupes d'action comme le CRAC, Comité révolutionnaire d'agitation culturelle. La libération de la créativité est pensée « comme l'instrument le plus révolutionnaire contre l'aliénation et la division du travail qui enferme les individus dans des identités, des pensées, des places et des rôles prédéterminés¹²⁴ ». Cet aspect est repris par Michel Wlassikoff pour contextualiser les changements et tensions dans la profession de graphiste dans les années 1970¹²⁵. Cela paraît particulièrement pertinent pour le contexte français, mais n'est pas repris dans d'autres ouvrages : Richard Hollis évoque mai 68

118 *Ibid.*

119 *Ibid.*

120 Pascale le Thorel, « L'atelier populaire à l'école des Beaux-Arts, mai et juin 1968 », dans Jean-Marc Bustamante et École Nationale Supérieure des Beaux-Arts, *Images en lutte : la culture visuelle de l'extrême-gauche en France, 1968-1974*, Paris, Beaux-Arts de Paris éditions, 2018, p. 73.

121 Photographie reproduite dans Jean-Marc Bustamante et École Nationale Supérieure des Beaux-Arts, *Images en lutte : la culture visuelle de l'extrême-gauche en France, 1968-1974*, Paris, Beaux-Arts de Paris éditions, 2018, p. 119.

122 Laurent Gervereau, « Les affiches de « mai 68 » ».

123 Boris Gobille, *Mai 68*, Paris, La Découverte, 2018.

124 *Ibid.*, p. 32.

125 Michel Wlassikoff, *Histoire du graphisme en France*, p. 216.

seulement comme un mouvement étudiant, sans faire de lien avec les grèves ouvrières, alors même que le passage sur mai 68 est accompagné d'une petite reproduction d'une affiche représentant des ouvriers¹²⁶. Le passage est centré sur la sérigraphie, l'urgence de produire et le caractère direct et sans nuance des affiches¹²⁷.

Laurent Gervereau relève en 1988 les difficultés d'écrire sur mai 68 dans les années suivantes, évoquant un « interdit quasi-religieux d'étudier un phénomène sous prétexte de l'enterrer ou qu'il y perdrait sa vitalité¹²⁸ » qui commence ensuite à tomber – l'auteur ne précise pas quand. Il décrit une ambiance dans laquelle les affiches de mai 68 paraissent si évidentes que toute analyse est perçue comme « louche » ou superflue.

Les « années 68 » devenant au fil du temps « un objet nostalgique d'une grande intensité¹²⁹ » selon les mots de Philippe Artières, cette méfiance à l'égard du discours sur les affiches ne les empêche nullement d'être collectionnées dès leur impression¹³⁰, muséifiées, « patrimonialisées », arrachées à leur contexte politique. Chercheuses, médias ou commissaires d'exposition sont coincés : transformer les affiches en icônes nostalgiques d'une révolution les fétichise et les patrimonialise, mais un excès d'analyse est perçu comme niant leur capacité de parler par elles-mêmes, comme sur-intellectualisant leur portée. Dans les deux cas, les affiches sont vidées de leur substance. Contre cette « casse domestiquée » et « esthétisée », Julien Hage se penche sur les photographies qui documentent mai 68, la « peau » d'un Paris recouvert d'affiches¹³¹. Elles permettent en effet de retrouver un paysage politique plutôt qu'une série d'images, et montrent les affiches collées, superposées, répétées. *L'Histoire du graphisme en France* de Michel Wlassikoff, qui laisse la plus large place aux affiches de mai 68 parmi les ouvrages illustrés d'histoire du graphisme précédemment cités, offre d'ailleurs

126 Richard Hollis, *Graphic Design: A Concise History*, p. 184.

127 *Ibid.*, p. 184.

128 Laurent Gervereau, « Les affiches de « mai 68 » ».

129 Philippe Artières, « Il est venu le temps du gauchisme », dans Jean-Marc Bustamante et École Nationale Supérieure des Beaux-Arts, *Images en lutte : la culture visuelle de l'extrême-gauche en France, 1968-1974*, Paris, Beaux-Arts de Paris éditions, 2018, p. 14.

130 Laurent Gervereau et Gérard Fromanger, « L'atelier populaire de l'ex-École des Beaux-Arts. Entretien avec Gérard Fromanger », *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, vol. 11, n° 1, 1988, p. 184-191.

131 Julien Hage, « La casse graphique au regard photographique en mai-juin 68. Politisation et patrimonialisation visuelle », *Raison présente*, vol. 216, n° 4, 2020, p. 45-54. Voir aussi la journée d'études dédiée à cette question qui s'est tenue à l'université de Dijon en 2018, notamment la contribution de Bertrand Tillier, « Le photographique des affiches de Mai 68 », Université de Bourgogne, Dijon, 2018.

plusieurs reproductions pleine page de ces photographies en noir et blanc¹³². Contrairement aux reproductions habituelles qui ont tendance à lisser la texture et faire oublier qu'il s'agit bien d'une affiche, les photographies nous laissent voir la texture des murs, les plis des feuilles, le contexte de l'affichage. C'est une manière d'entrer dans le chapitre sur la contestation par le paysage graphique plutôt que par l'image.

Cet exemple des affiches de mai 68, racontées, patrimonialisées, documentées, amène avec lui une question méthodologique pour l'étude des pratiques graphiques féministes contemporaines qui m'occupe ici. Quelle est la bonne posture, le bon regard s'il en est un ? Il s'agit de comprendre et analyser ces pratiques et productions graphiques sans les vider de leur substance politique, sans les fétichiser.

132 Michel Wlassikoff, *Histoire du graphisme en France*, p. 212, 224-227.

2.2. *Esthétisation des luttes et graphisme*

2.2.1. « Les collages sont politiques, pas artistiques »

Dans l'ouvrage collectif *Notre colère sur vos murs*¹³³ paru en 2021, le groupe de colleureuses contre les féminicides et les violences patriarcales Collages Féminicides Paris explique ses revendications et ses actions à travers des articles, des témoignages et des photographies. Les thématiques abordées sont, entre autres, la réappropriation de l'espace public, la lutte contre les violences, le relai des images sur les réseaux sociaux. Dans le chapitre de présentation du groupe, un texte intitulé « Les collages sont politiques, pas artistiques¹³⁴ » revient sur la relation entre art, esthétique et politique.

Les autrices insistent sur le fait que « réduire [les collages] à un objet d'art est une démarche esthétisante et, par-là, dépolitisante : nous refusons que les collages soient désarmés de leur potentiel révolutionnaire¹³⁵ ». La dimension esthétique des collages est présentée comme secondaire : « Notre propos n'est

133 Collages Féminicides Paris, *Notre colère sur vos murs*, Paris, Denoël, 2021.

134 Alice Mesnage et Marie G., « Les collages sont politiques, pas artistiques », dans *Notre colère sur vos murs*, Paris, Denoël, 2021, p. 25-32.

135 *Ibid.*, p. 26.

pas de dire que les collages sont ou ne sont pas esthétiques : il appartient à chacun d'en juger – cette dimension nous importe peu¹³⁶ ». Elles évoquent la « récupération » des collages féministes par des militantes d'extrême-droite et anti-IVG, ainsi que dans les publicités comme celle pour la radio Europe 1 en 2020, qui représentait une photographie d'un mur sur lequel était collé le slogan de la radio, avec la même technique – lettres peintes en noir sur des feuilles A4 format portrait collées côte-à-côte. Cette récupération est aussi inévitable qu'absurde pour les autrices : « l'harmonie qui existe dans notre démarche entre le fond et la forme est absente dans la leur¹³⁷. » L'investissement émotionnel, politique et graphique qui se concrétise dans l'acte du collage est absent de sa reprise publicitaire.

La dénonciation d'une esthétisation des luttes des colleureuses féministes a ressurgi en 2022 après la sortie du film *Riposte féministe* de Marie Perennès et Simon Depardon, documentaire suivant plusieurs groupes de colleureuses. La collective Lesbiennes contre le patriarcat a appelé au boycott du film¹³⁸. La principale raison évoquée dans leur communiqué est le non-respect du droit à l'image de certains protagonistes, qui n'ont pas consenti à apparaître dans le film. Cette question du droit à l'image amène avec elle une remise en cause de la posture même du documentaire. La collective explique que filmer des manifestations féministes et surtout LGBTQI+ peut mettre en danger ses participantes, « qui peuvent être la cible d'attaques fascistes mais aussi de violences pour les personnes qui n'étaient jusque-là pas out auprès de certains de leurs proches et collègues¹³⁹ ». Cette mise en danger des personnes filmées contredit pour la collective la posture affirmée par les réalisatrices.

La collective questionne également les choix de réalisation, et le pourquoi de certaines scènes filmées : s'agit-il bien d'archiver les luttes ou plutôt de susciter l'émotion ?

Les émotions très fortes que nous avons ressenties, la fierté, la joie, le choc, la peur, le courage et la solidarité entre lesbiennes, sont ici instrumentalisées et esthétisées à notre insu. Le montage des images et des sons

136 *Ibid.*

137 *Ibid.*, p. 31.

138 Lesbiennes contre le patriarcat, « Appel à boycotter le film « Riposte féministe » : Communiqué de la collective « Lesbiennes contre le patriarcat » », *Rebellyon* [en ligne], 9 novembre 2022.

139 *Ibid.*

trahit l'expérience vécue de ce moment et contribue de manière ironique à perpétuer la mauvaise connaissance de nos luttes¹⁴⁰.

Avant même de visionner le film, sa promotion est centrée autour d'éléments graphiques et discursifs qui disent la puissance, l'émotion militante : l'affiche représente une personne de dos, tenant à bout de bras un fumigène noir. La colorimétrie de la photographie initiale de Simon Depardon est modifiée pour créer un dégradé rose et orange. Le titre, tout en capitales dans une linéale grasse, est lui aussi dégradé avec des couleurs plus saturées de l'orange au bleu, et légèrement texturé, brumeux. Rien dans l'affiche ne laisse présager un film portant sur les collages féministes, on imaginerait plutôt un documentaire suivant des manifestant·es, comme l'évoque le fumigène. La posture du personnage et le fumigène créent une ambiance héroïque. Le film alterne entre scènes de conversations entre colleu·euses en terrasse d'un café, peinture de slogans, séances nocturnes de collages, manifestations. Le film est par moments contemplatif, des colleu·euses roulent à vélo dans Marseille au petit matin. L'émotion des réalisateu·ices est aussi lisible dans l'anecdote choisie pour raconter l'origine du film, que l'on retrouve dans les interviews données à la presse et dans le livre *Riposte Féministe*, tiré du film. Les réalisateu·ices racontent que le fait de voir un collage en bas de leur immeuble avec la colle encore fraîche a suscité un sentiment de rencontre ratée et une envie d'autant plus forte de pouvoir suivre les colleu·euses et documenter leur action¹⁴¹. Ces choix esthétiques portés sur l'héroïsme éloignent le film de sa vocation d'archive, et confirment les doutes de la collective : il s'agit bien de susciter l'émotion.

Ces affirmations des lesbiennes contre le patriarcat ou de Collages Féminicides Paris contre une esthétisation des luttes ne contredisent pas pour autant l'existence d'une beauté ou d'une esthétique des collages. Outre le format des lettres peintes, très reconnaissable, les manières de publier les photographies des collages montrent une certaine attention à la cohérence visuelle chez certains groupes. Chez Collages Féminicides Paris par exemple, les photos ne sont pas au format carré comme il est d'usage sur instagram, mais sont entourées d'un cadre blanc. Cela permet de préserver le format initial des images, et de les séparer visuellement les unes des autres. Ce choix peut venir de l'objet photographié,

140 *Ibid.*

141 « franceinfo à Cannes : Marie Perennès et Simon Depardon parlent de Riposte féministe », *France Info* [reportage vidéo sur YouTube], 25 mai 2022.

les collages très longs risquant d'être coupés par un format carré, mais on peut supposer une imitation des pratiques de photographes professionnelles qui ont documenté le mouvement : la photographe Tay Calenda présente ses photos de cette façon sur son compte. Sur les comptes de @collages_feministes_marseille et @collages_feministes_lyon, les photos sont toutes en noir et blanc, avec une retouche pour accentuer le contraste. Certaines photos ont même des qualités visuelles dans leur sujet ou leur cadrage : gros plans sur des mains, embrassades, pose longue qui floute le passage d'un véhicule...

La revendication d'une pratique qui n'est pas artistique ne signifie donc pas qu'elle est dénuée d'esthétique, ni même que les colleuses n'accordent aucune attention à la forme. Le problème ne réside pas dans l'esthétique mais dans « l'esthétisation » de la lutte. On retrouve le vocabulaire présent dans les textes cités à propos de mai 68 : patrimonialiser, fétichiser, esthétiser, sont pour les militantes des opérations de dépolitisation.

Il s'agira donc d'une part de revenir sur cette notion d'esthétisation, et d'autre part de chercher quelle posture adopter pour la recherche en design graphique : peut-on parler de graphisme sans esthétiser ?

2.2.2. **Esthétisation du monde**

L'esthétisation est définie par Alloa et Haffter comme « l'acte ou le processus par lequel on transforme un objet ou un domaine, afin de conférer à celui-ci des qualités esthétiques qui lui étaient jusque-là étrangères (ou de lui reconnaître ces qualités qu'on lui refusait jusque-là¹⁴²) ». Pris dans ce sens, c'est un processus qui concerne un objet ou domaine précis. L'esthétisation est également un concept mobilisé en philosophie par Lipovetsky et Serroy¹⁴³ et par Yves Michaud¹⁴⁴, qui parlent plus globalement d'esthétisation du monde.

Michaud, Lipovetsky et Serroy décrivent un double mouvement des sociétés contemporaines : on assisterait à la fois à une esthétisation du monde et de la vie quotidienne, et à une dé-esthétisation de l'art. Cela est dû pour Lipovetsky

142 Emmanuel Alloa et Christoph Haffter, « De quoi l'esthétisation est-elle le nom ? », *Nouvelle revue d'esthétique*, vol. 28, n° 2, 2021, p. 5-23.

143 Gilles Lipovetsky et Jean Serroy, *L'esthétisation du monde : vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Paris, Gallimard, 2013.

144 Yves Michaud, « *L'art, c'est bien fini* » : *essai sur l'hyper-esthétique et les atmosphères*, Paris, Gallimard, 2021.

et Serroy à une nouvelle forme de système capitaliste, qu'ils nomment « capitalisme artiste », en référence aux travaux des sociologues Luc Boltanski et Ève Chiapello dans *Le Nouvel esprit du capitalisme*¹⁴⁵. L'idée de départ n'est pas nouvelle : Michaud reprend la pensée de Walter Benjamin dans *L'art à l'épreuve de sa reproductibilité technique*, qui notait en conclusion que l'humanité « peut jouir de son propre anéantissement comme d'un plaisir esthétique de premier ordre. Voilà ce qu'il en est de l'esthétisation de la politique que le fascisme encourage. Le communisme réplique par la politisation de l'art¹⁴⁶ ». Benjamin s'inscrit lui-même dans les travaux de Marx sur la transformation par le capitalisme des conditions de production, et entend les étendre aux biens culturels¹⁴⁷.

Boltanski et Chiapello analysent deux formes de critique du capitalisme. Pour la critique sociale, d'inspiration socialiste et marxiste, le capitalisme est source d'inégalités, d'exploitation, de misère, de rupture du lien social. Pour la critique artiste, le capitalisme est « source de désenchantement et d'inauthenticité des objets, des personnes, des sentiments et, plus généralement, du genre de vie qui lui est associé ; [...] source d'oppression, en tant qu'il s'oppose à la liberté, à l'autonomie et à la créativité des êtres humains¹⁴⁸ ». Cette critique artiste est représentée au XIX^e siècle par les figures du dandy et de l'artiste bohème, qui s'opposent à celle du bourgeois. Dans les années 1960, elle se manifeste par la libération de la créativité. C'est là que nous retrouvons mai 68, moment d'alliance entre la critique sociale et la critique artiste¹⁴⁹. Les auteuices relèvent trois effets possibles de la critique artiste. Elle peut pousser le capitalisme au déséquilibre, le pousser à se justifier et à prendre en compte certains aspects de la critique, ou le pousser à « brouiller les cartes », à se reconfigurer en absorbant la critique tout en évitant d'y répondre¹⁵⁰. L'esthétisation du monde relève de cette troisième réaction. Le capitalisme reprend à son compte les critiques d'inauthenticité, d'aliénation, d'oppression des forces créatrices, en incluant une dimension de réalisation de soi et d'épanouissement dans sa reconfiguration.

C'est ce qui donne lieu pour Boltanski et Chiapello à un « nouvel esprit du capitalisme », s'exprimant notamment au travers de nouvelles pratiques

145 Luc Boltanski et Ève Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, coll. « TEL », n° 380, 2011 [1999].

146 Walter Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, traduit par Lionel Duvoy, Paris, Éditions Allia, 2011, p. 94.

147 *Ibid.*, p. 13.

148 Luc Boltanski et Ève Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, p. 86.

149 *Ibid.*, p. 262.

150 *Ibid.*, p. 73.

managériales qui cherchent à reconfigurer le marché du travail à partir d'arguments qui portent sur l'épanouissement personnel des employés, la créativité, la mobilité. Pour Boltanski et Chiapello, c'est essentiellement l'absorption de la critique artiste qui est la cause de cette reconfiguration du capitalisme. Pour Lipovetsky et Serroy, ce rôle de la critique artiste est surestimé. Les philosophes y voient plutôt une réponse à un impératif commercial de trouver de nouveaux arguments de vente dans un monde de consommation de masse où prolifèrent des objets standardisés, « inutiles et laids¹⁵¹ ». En effet, l'association du capitalisme et de l'esthétique paraît contradictoire au premier abord. Le capitalisme « ruine les éléments poétiques de la vie sociale », rend les paysages froids et monotones, génère de la pollution visuelle avec la publicité, il crée un monde de conformisme, de surconsommation. En cela, il semble incompatible avec la notion même d'esthétique. En réponse à ces critiques d'inauthenticité, le capitalisme artiste « produit à grande échelle des biens et des services à finalité commerciale mais chargés d'une composante esthétique-émotionnelle, [...] utilise la créativité artistique en vue de la stimulation de la consommation marchande et du divertissement de masse¹⁵² ».

Le capitalisme artiste marque le passage de la production à la séduction¹⁵³. En cela, il esthétise la vie quotidienne, ne vend plus des biens mais des expériences, et s'insère dans tous les aspects de la vie : citons par exemple les travaux de Jonathan Crary sur le sommeil¹⁵⁴, ceux d'Eva Illouz et Edgar Cabanas sur les émotions¹⁵⁵, l'amour¹⁵⁶ et le bonheur¹⁵⁷, ceux d'Anne Jourdain sur l'entrepreneuriat créatif et la professionnalisation des loisirs¹⁵⁸.

Michaud, Lipovetsky et Serroy décrivent cette esthétisation du monde à travers les objets et expériences de la vie courante : la consommation de biens culturels, la cosmétique, le design, l'architecture.

151 Gilles Lipovetsky et Jean Serroy, *L'esthétisation du monde*, p. 123.

152 *Ibid.*, p. 67.

153 *Ibid.*, p. 40.

154 Jonathan Crary, *24-7 : le capitalisme à l'assaut du sommeil*, traduit par Grégoire Chamayou, Paris, la Découverte, 2016.

155 Eva Illouz, *Les sentiments du capitalisme*, traduit par Jean-Pierre RICARD, Paris, Seuil, 2006.

156 Eva Illouz, *Pourquoi l'amour fait mal : l'expérience amoureuse dans la modernité*, traduit par Frédéric JOLY, Paris, Editions du Seuil, 2014.

157 Edgar Cabanas et Eva Illouz, *Happycratie : comment l'industrie du bonheur a pris le contrôle de nos vies*, traduit par Frédéric JOLY, Paris, Premier Parallèle, 2018.

158 Anne Jourdain, « Faites de votre passion un métier », *La nouvelle revue du travail*, n° 13, 1^{er} novembre 2018 ; « Au nom de la qualité de vie. De l'entrepreneuriat créatif au travail domestique des artisanes d'art et des vendeuses sur Etsy », *Sociétés contemporaines*, vol. 128, n° 4, 2022, p. 93-120.

Le design occupe une place ambiguë dans cet argumentaire, et certains exemples me paraissent confus. Chez Lipovetsky et Serroy, le design est invoqué surtout pour le montrer comme faisant le jeu du capitalisme, dans une litanie de noms de designers industriels d'époques et de styles différents. Le renouvellement rapide des styles est illustré par une suite d'exemple d'assises très connues : le tabouret Tam Tam d'Henri Massonnet, le sofa Bocca du studio 65, le fauteuil Donna de Gaetano Pesce, etc. Les auteurs nous livrent peu d'information sur le statut, le prix ou les conditions de production, ces assises servent d'exemple d'objets à la mode.

De même, Yves Michaud liste plusieurs opérations d'esthétisation du monde : la cosmétique esthétique, la plastique esthétique – la fabrique de la beauté – et la conception esthétique entre autres. Le design est évoqué dans toutes ces catégories. Quand il est plastique ou cosmétique, il est question de « l'esthétique au sens le plus banal – celui des rayons de produits de beauté, de la chirurgie esthétique et du design¹⁵⁹. » Quand le design est conception, il est confondu avec l'architecture et désigne une sorte d'esthétique « by design ». Sans donner de définition explicite, Michaud semble envisager le design uniquement comme la partie esthétique de la conception, ce qui sert son propos, mais témoigne d'un manque d'intérêt pour l'histoire de la discipline, ce qui cause généralisations et confusions, travers relevés par les critiques de l'ouvrage¹⁶⁰. Sa description de l'absence d'esthétisation est la suivante :

Dans la vie ordinaire, c'est assez simple : absence d'esthétisation veut dire que « c'est comme c'est », « tel quel », nu. On ne fait rien. Un monte-charge plutôt qu'un ascenseur, un terrain vague, une chambre d'hôtel passe-partout par opposition à une chambre plus ou moins décorée, un immeuble d'habitation économique avec le minimum de prestations dans les parties communes, des vêtements de travail, une chambre d'hôpital avec son mobilier et ses appareils médicaux, une salle d'opération,

159 Yves Michaud, *L'art, c'est bien fini*, p. 18.

160 Jérôme Glicenstein, « Yves Michaud, (L'Art, c'est bien fini). Essai sur l'hyper-esthétique et les atmosphères », *Marges. Revue d'art contemporain*, n° 34, 27 avril 2022, p. 190-191.

tout ce qui n'a été ni rénové, ni redessiné, ni relooké : autant d'illustrations de ce qui n'est pas esthétisé, de ce à quoi on n'a ajouté ni art ni design ni décoration ni ornementation – rien pour être agréable¹⁶¹.

En associant dans la même phrase le design à l'ajout, l'embellissement et la décoration, Michaud fait fi de tout le pan moderne du design qui rejette précisément ces dimensions – ou bien ne prend pas le temps d'expliquer pourquoi il choisit de les exclure – et participe dans le même temps à l'esthétisation qu'il dénonce. Il est tout aussi réducteur de restreindre le design au bon design que de le restreindre aux objets à la mode. Penser qu'une chambre d'hôpital ou des vêtements de travail ne sont pas des objets de design est exactement contraire à la posture que je décrivais dans le chapitre 1. Bien que Lipovetsky, Serroy et Michaud décrivent un phénomène d'esthétisation du monde utile à convoquer pour comprendre la notion d'esthétisation des luttes, leurs analyses nécessitent d'être prises avec prudence quand il s'agit de l'amener vers le terrain du design – le design graphique étant d'ailleurs presque absent des ouvrages.

L'esthétisation, pour ces philosophes, se fonde sur un rapport pessimiste au monde, un monde dans lequel le capitalisme absorbe tout, esthétise tous les aspects de la vie quotidienne de manière inévitable. Chez les sociologues Boltanski et Chiapello, le nouvel esprit du capitalisme provient de son absorption de la critique artiste. Lipovetsky et Serroy estiment que c'est lui donner un rôle trop important : ils associent le capitalisme artiste à une montée de l'individualisme, présenté comme un fléau tout au long du livre. Michaud y associe la notion de conformisme qui serait plus déterminante¹⁶², mais la direction est la même. Dans le ton et la répétition de certaines expressions comme la perte des valeurs, le culte de l'apparence, Lipovetsky Serroy et Michaud semblent déplacer la responsabilité, qui passe du système capitaliste aux consommateurs eux-mêmes.

Dans un texte sur l'esthétique de l'existence chez Foucault, Martin Mees nuance la lecture de l'esthétisation uniquement comme symptôme du capitalisme artiste. Il rappelle que l'esthétisation de la vie quotidienne, que Foucault appelle plus volontiers stylisation ou élaboration de la vie, n'est ni superficielle ni individualiste. Elle est plutôt « un travail continu et continûment renouvelé de mise en forme » d'existences encore souterraines ou invisibilisées par leur

161 Yves Michaud, *L'art, c'est bien fini*, p. 27-28.

162 *Ibid.*, p. 208.

résistance aux normes morales et intellectuelles, afin de rendre possible une reconnaissance de ces vies par elles-mêmes comme par celles qui les entourent¹⁶³ ». Cette analyse réintroduit dans l'esthétisation du monde un potentiel subversif encore peu exploité et peu fixé d'après l'auteur.

2.2.3. **Esthétisation des luttes : mise sur le marché et mise sous verre**

Les définitions de l'esthétisation développées par les auteuices permettent de mieux comprendre le refus de l'esthétisation formulé par les colleuresses féministes : ce refus s'inscrit dans une histoire de l'absorption capitaliste de tous les aspects de la vie quotidienne. Dans ce contexte, esthétiser les luttes, c'est vider les formes de leur substance politique en les fétichisant, en les mettant sur un piédestal, dans une vitrine. C'est les arracher à leur contexte matériel et politique de production pour les détourner à des fins marchandes ou contemplatives. La crainte de l'esthétisation est une crainte que toute forme puisse devenir un spectacle forcé, quand de la lutte on ne conserve que les formes, celles qui « claquent ». L'expression « esthétisation des luttes » sera comprise dans le présent travail de recherche comme l'action de vider une production militante de sa dimension politique au profit de la seule dimension esthétique. L'esthétisation relève alors de deux tendances : la mise sur le marché, et la mise sous verre des luttes.

Pour illustrer la mise sur le marché, reprenons l'exemple du détournement des collages féministes dans une publicité pour la radio Europe 1. Dans ce cas, la reprise de l'esthétique des collages sert à illustrer un « monde qui change ». Les collages représentent une partie de ce changement, ce qui permet à la radio de se positionner comme à l'écoute de l'actualité. Cette publicité rappelle des campagnes publicitaires de l'entreprise Leclerc en 2005, qui « recyclent » l'iconographie et les slogans de mai 68¹⁶⁴. Dans le cas de Leclerc, on décèle une forme d'humour, il s'agit de faire appel à une rhétorique et une iconographie connue de toutes. La mise sur le marché des luttes concerne également le phénomène du « *washing* » : le greenwashing ou écoblanchiment en français désigne

163 Martin Mees, « La vie comme œuvre d'art ? Actualité de l'esthétique de l'existence chez Foucault », *Nouvelle revue d'esthétique*, vol. 28, n° 2, 2021, p. 61-68.

164 Benjamin Delalande, « Publicité sans frontières. De la pub au politique », *Mots. Les langages du politique*, n° 98, 1^{er} mai 2012, p. 79-94.

une « utilisation fallacieuse d'arguments faisant état de bonnes pratiques écologiques dans des opérations de marketing ou de communication¹⁶⁵ ». Plusieurs termes ont vu le jour pour désigner des pratiques de façade : *pinkwashing* pour l'instrumentalisation des causes LGBTQI+, *purplewashing* ou *féminisme washing* pour les questions féministes¹⁶⁶. L'exemple le plus flagrant de cette pratique peut être la vente de t-shirt à messages féministes par les marques de fast-fashion. Au-delà de ces exemples évidents issus de la publicité et des entreprises multinationales, les micro-entreprises de vente d'objets graphiques et d'objets artisanaux féministes se situent dans une zone plus floue. Il en va de même pour la vente de livres, ou pour la rémunération du travail militant sur les réseaux sociaux : plusieurs créatrices de contenu sur Instagram ont également une page Patreon ou Kofi pour financer leurs productions¹⁶⁷, ou font des partenariats rémunérés avec des entreprises¹⁶⁸.

Le deuxième pôle de l'esthétisation des luttes est leur mise sous verre, au sens figuré comme au sens propre. C'est celui qui nous intéressera le plus ici, car il convoque des questions d'exposition, d'archivage, de reproduction, et de récit des objets graphiques militants. Dans les exemples cités ci-dessus, la mise sous verre des luttes correspond pour les collages féministes aux critiques faites au film *Riposte féministe* et à son héroïsation des militant·es : la lutte et les émotions des militant·es deviennent des objets de contemplation. Pour mai 68, cette mise sous verre correspond aux opérations de patrimonialisation et de muséification des affiches de l'atelier populaire¹⁶⁹.

L'exposition « Soulèvements¹⁷⁰ » présentée au Musée du Jeu de Paume en 2016-2017, dont le commissariat est assuré par le philosophe Georges Didi-Huberman, constitue un exemple d'exposition sur les objets des luttes reçue par le public et la critique comme une esthétisation des luttes sociales. Il s'agit d'une

165 « Écoblanchiment », dans *Larousse* [en ligne].

166 Léa Lejeune, *Féminisme washing : quand les entreprises récupèrent la cause des femmes*, Paris, Éditions du Seuil, 2021.

167 Laura Thibault, « Censurées sur Instagram, des militantes féministes se tournent vers Patreon », *Patreon Blog* [en ligne], 5 mai 2021.

168 L'influenceuse féministe Olympe Rêve raconte dans une interview son modèle de financement, entre partenariats rémunérés et vente d'objets graphiques dans « Sabrina ou les coûts bas du métier d'influenceuse », Podcast *Thune*, septembre 2022.

169 Julien Hage, « La casse graphique ».

170 « Soulèvements », Musée du Jeu de Paume, 18 octobre 2016-15 janvier 2017. Commissariat : Georges Didi-Huberman.

« exposition transdisciplinaire sur le thème des émotions collectives, des événements politiques en tant qu'ils supposent des mouvements de foules en lutte¹⁷¹ », qui présente des œuvres d'art et des documents d'archives. Les critiques sont formulées aussi bien dans des tribunes d'historiens dans la presse nationale, que dans des blogs ou des revues scientifiques, et se rejoignent autour d'arguments similaires.

Tout d'abord, il est reproché à l'exposition et à Georges Didi-Huberman lui-même de transformer les luttes en actes artistiques, comme le relève Philippe Artières : « la barricade devient une installation artistique, le fusillé, un performer, le manifestant, un danseur et les archives policières ou médicales, des œuvres¹⁷² ». Le fait de présenter côte à côte des œuvres d'art, des documents d'archive et des objets de lutte crée une confusion du regard, met tous les objets exposés sur un même plan, ce qui neutralise la portée subversive des images de lutte¹⁷³, crée des dissonances et des redondances plutôt qu'une friction qui éclaire le regard¹⁷⁴. On retrouve un exemple de ces curieux dialogues dans la communication autour de l'exposition : sur les deux visuels choisis pour figurer sur les affiches de l'exposition, l'une est une photographie de manifestants anticatholiques à Derry/Londonderry en 1969¹⁷⁵ – d'ailleurs une des rares images qui n'appartient pas aux luttes « de gauche¹⁷⁶ » ; l'autre est une photographie de sac plastique qui se détache sur un fond de ciel¹⁷⁷. Dans un cas, la révolte est condensée dans un geste qui devient une « gracieuse chorégraphie¹⁷⁸ ». Dans l'autre, l'absence de contexte prive l'image de sa portée politique pour læ passant^e qui ne connaît pas l'œuvre : la photo de Dennis Adams intitulée *Patriot* a été prise lors des attentats du 11 septembre 2001. Dans ce premier argument, il n'est donc

171 Présentation de l'exposition sur le site du Musée du Jeu de Paume. archive-soulevements.jeudepaume.org.

172 Philippe Artières, « L'histoire sociale n'est pas de l'art ! », *Libération* [en ligne], 8 janvier 2017.

173 Souley, Ève et Maha, « [Soulèvements] La révolte n'est pas une expo d'art », *Paris-luttes.info* [en ligne], 19 décembre 2016.

174 Pauline Hachette, « Le pathos du « soulèvement » au risque de l'insensibilité », *Culture & Musées. Muséologie et recherches sur la culture*, n° 36, 15 décembre 2020, p. 178-185.

175 Gilles Caron, *Manifestations anticatholiques à Londonderry (1969)*, photographie argentique.

176 Souley, Ève et Maha, « [Soulèvements] La révolte n'est pas une expo d'art ».

177 Dennis Adams, *Patriot*, série « Airborne », 2002. C-Print contrecollé sur aluminium.

178 Valérie Oddos, « Une évocation des « Soulèvements » en images au Jeu de Paume », *France Info*, 26 octobre 2016, consulté le 3 août 2023.

pas tant question d'esthétisation que d'artification¹⁷⁹ des luttes. Pour Martine Bouchier, il y a bien une esthétique des luttes, au sens de « domaine du sensible, des émotions et des passions qui s'expriment dans des formes culturelles¹⁸⁰ ». Cette esthétique existe par la créativité individuelle ou collective, par les stratégies de visibilité comme l'emploi de codes couleurs ou d'objets symboliques « tels que les œillets (Portugal, 1974), le jasmin (Chine, 2011), les parapluies (Hong-Kong, 2014)¹⁸¹ » qui favorisent l'identification. Cette esthétique ne s'apparente pourtant pas à de l'art : c'est une manière d'être politique¹⁸². Martine Bouchier nous invite à laisser l'art là où il est, dans les institutions culturelles, et à analyser l'esthétique des luttes par une autre perspective : celle d'une « esthétique sans art et sans beauté¹⁸³ ». Dans cette perspective, ce n'est pas l'analyse esthétique qui esthétise, mais l'artification.

Dans l'exposition « Soulèvements », le devenir-œuvre des luttes rejoint une critique d'ordre méthodologique : pour construire l'exposition, Georges Didi-Huberman s'appuie sur ses propres travaux et sur l'approche de l'historien de l'art Aby Warburg et son *Atlas Mnémosyne*. Cet important corpus d'images que Warburg construit dans les années 1920 est exceptionnel par son ampleur (79 panneaux thématiques) et par la méthode de travail de Warburg, qui renouvelle l'approche de l'analyse d'images¹⁸⁴. Toutefois, les critiques relèvent dans l'exposition un mésusage de la démarche de Warburg, qui « semble tenir lieu à cet égard de talisman¹⁸⁵ ». L'invocation de Warburg permettrait de balayer les critiques : si le visiteur ne comprend pas la relation entre les objets exposés, ce serait parce que son regard n'est pas assez aiguisé, pas apte à « regarder dialectiquement » les images¹⁸⁶. Pour Katrie Chagnon, le parcours de l'exposition est

179 L'artification désigne le processus de transformation du non-art en art. Voir Nathalie Heinich et Roberta Shapiro, *De l'artification : enquêtes sur le passage à l'art*, Paris, Éd. de l'École des hautes études en sciences sociales, 2012.

180 Martine Bouchier, « Une esthétique sans art ni beauté », dans *Art et esthétique des luttes*, Genève, MétisPresses, 2020, p. 19.

181 *Ibid.*, p. 13.

182 Yves Michaud, « Postface », dans *Art et esthétique des luttes*, Genève, MétisPresses, 2020, p. 112.

183 Martine Bouchier s'appuie ici sur les travaux de Théodore Adorno. « Une esthétique sans art ni beauté », p. 18.

184 Roland Recht, « L'iconologie avant Warburg », *Images Re-vues. Histoire, anthropologie et théorie de l'art*, Hors-série 4, 30 janvier 2013.

185 Pauline Hachette, « Le pathos du « soulèvement » ».

186 Enzo Traverso, « Soulèvements / Égarements », *AOC media - Analyse Opinion Critique*, 3 juillet 2022, consulté le 16 mai 2023.

plus linéaire que le laisse penser la référence à Warburg¹⁸⁷. Les exemples choisis, le découpage séquencé et les textes de Didi-Huberman traduiraient moins une histoire matérielle des images et des émotions de la lutte, que le regard d'autorité d'un « grand homme qui sait mater les images¹⁸⁸ ».

Un autre aspect de la critique de l'exposition « Soulèvements » porte sur les présences ou absences remarquées de certains sujets : luttes féministes et décoloniales¹⁸⁹, militantismes en ligne¹⁹⁰, mais aussi révoltes d'extrême-droite, nationalistes, ou des radicalismes religieux¹⁹¹. À ce sujet, Katrie Chagnon rappelle que la vie de l'exposition de s'arrête pas à Paris : elle est partie en itinérance à Barcelone, Buenos Aires ou encore Montréal, s'adaptant et répondant à certaines critiques qui lui étaient adressées. Elle ne s'arrête pas non plus à Georges Didi-Huberman, visé directement par la majorité des critiques : il n'a pas travaillé seul sur la curation de l'exposition mais en collaboration avec Marta Gili à Paris et Louise Durieux à Montréal. L'exposition à la Galerie de l'UQAM à Montréal offre d'ailleurs une plus grande place « à des questions identitaires concernant, au premier chef, l'émancipation des femmes et la mobilisation contre le racisme et le colonialisme¹⁹² », corrigeant certains manques de l'exposition au Jeu de Paume.

Il reste que les choix de sur- ou sous-représentation de certaines thématiques de lutte et de certaines images traduit un rapport poétique, héroïque, nostalgique au soulèvement¹⁹³. Pour Pauline Hachette, l'exposition transmet l'image des luttes sans en transmettre la violence, et son « pathos » très guidé suscite une « émotion d'être ému » plus qu'une émotion pour les luttes elles-mêmes¹⁹⁴. L'intitulé des cinq mouvements de l'exposition traduit bien cette exaltation de la révolte : Éléments (déchaînés), Gestes (intenses), Mots (exclamés), Conflits (embrasés), Désirs (indestructibles). Si j'ai pris cet exemple d'exposition, c'est pour le cas d'école qu'il représente pour les accusations d'esthétisation des luttes,

187 Katrie Chagnon, « Exposer les peuples, s'exposer aux peuples : les Soulèvements de Georges Didi-Huberman entre Paris et Montréal », *exPosition*, vol. 1, n° 6, 2021.

188 Elisabeth Lebovici, « Sous-lèvements (Jeu de Paume, Paris) », *Le Beau Vice*, 19 novembre 2016, consulté le 3 août 2023.

189 Ibid. ; Pauline Hachette, « Le pathos du « soulèvement » ».

190 Jean-Michel Frodon, « L'exposition « Soulèvements », éloge nostalgique de la révolte », *Slate*, 19 octobre 2016, consulté le 16 mai 2023.

191 *Ibid.*

192 Katrie Chagnon, « Exposer les peuples, s'exposer aux peuples ».

193 Jean-Michel Frodon, « L'exposition « Soulèvements » ».

194 Pauline Hachette, « Le pathos du « soulèvement » » Hachette fait ici référence à la définition du kitsch chez Kundera : « émotion d'être ému avec toute l'humanité ».

pour la variété de ses critiques, et pour démêler ma propre visite de l'exposition, qui m'avait laissée confuse. Dans le carnet que j'avais avec moi lors de la visite, j'ai noté plusieurs fois le caractère « verbeux » et « trop lyrique » des textes accompagnant l'exposition. Les objets étaient comme étouffés par cet enrobage de texte. Mon expérience est à présent contenue dans cette phrase de Pauline Hachette : « Peut-on être émus par une exposition qui annonce et légende ce que nous devons éprouver¹⁹⁵ ? » Dans les textes précédemment cités qui critiquent cette exposition, la colère, l'irritation, la déception prédominent. Un autre texte a attiré mon attention sur le blog participatif Paris-luttes.info : son auteur, François B., raconte son émotion d'avoir accès par cette exposition à des archives inédites des luttes, puis son sentiment de culpabilité en constatant que l'exposition était décriée comme esthétisante, dépolitisante, qualifiée de « frissons pour la bourgeoisie¹⁹⁶ ». Il déplace la question de Pauline Hachette : la question n'est plus *peut-on* mais *a-t-on le droit* d'être émue dans ces conditions ?

Faire le récit de nos propres fascinations et émotions de chercheuses pour les objets que nous étudions peut être un levier pour une analyse moins esthétisante et fétichisante des productions graphiques. Cela peut éclairer notre regard et défaire certaines de nos habitudes. C'est plus important encore lorsque les dites productions sont militantes : leur association à des imaginaires politiques exaltants les rend plus vulnérables à l'esthétisation. Pour tester cette hypothèse, je partirai d'un récit d'expérience d'apprentie-chercheuse et de lectrice.

2.2.4. **Récit - dans les pages de l'histoire du graphisme « militant »**

Il y a quelque chose d'émouvant dans les archives quelles qu'elles soient. C'est aussi le plaisir des archives qui motive l'enquête, et on retrouve cette dimension chez les auteuices de la trace et de l'histoire de l'ordinaire : Marie-Jeanne Zenetti écrivait à propos d'Arlette Farge que son ouvrage *Le goût de l'archive* « donnait à voir l'envers de l'ouvrage historien, la main qui caresse et qui recopie, les heures passées à transcrire rapports et documents au crayon à papier, l'ennui autant que

195 *Ibid.*

196 L'expression vient d'une inscription au marqueur sur une affiche de l'exposition dans le métro parisien, photographiée et reproduite sur le blog *Paris-luttes.info*.

l'émotion¹⁹⁷. » En lisant Arlette Farge, Philippe Artières¹⁹⁸, ou des lectures de leurs travaux par d'autres chercheuses¹⁹⁹, on décèle un attrait pour l'archive et une peur de la fétichiser.

En 2018 pendant mon master 2 recherche, j'ai effectué un stage de deux mois dans un fond d'archives lesbiennes et féministes, les ARCL (Archives Recherches Cultures Lesbiennes²⁰⁰), hébergées dans le sous-sol de la maison des femmes de Paris. J'ai travaillé sur les manifestations graphiques de l'écriture collective dans les pages de trois journaux et revues féministes : *Histoires d'elles*, *Le Torchon brûle* et *La Grimoire*. J'avais accès à la salle des archives pendant les permanences des archivistes bénévoles une fois par semaine, et je pouvais remonter au rez-de-chaussée une sélection de documents à consulter, dans une boîte en carton à rabat, type boîte Cauchard.

J'ai très vite apporté mon appareil photo, pour garder trace de certains passages au fil de mes lectures, et parce que la documentation de l'espace de travail faisait partie des attendus du stage. La photographie permet de reproduire les objets graphiques de manière plus complète que le scanner : on peut choisir le cadrage, le niveau de zoom, le rendu des couleurs est plus fiable. Surtout, l'objet existe comme objet graphique entier, et pas seulement page à page. Il y a toujours un léger effet de perspective, la trace du point de vue de la lectrice. Parfois, j'ai posé l'appareil et photographié le journal tenu à une ou deux mains, une page en train d'être tournée. La main donne une échelle et un indice de ma présence. J'ai pris quelques photos de la pièce des archives, du bureau où je travaillais, et puis une fois, j'ai mis le retardateur et j'ai fait un autoportrait, sur lequel on me voit en train de lire. Je ne sais pas qualifier exactement l'émotion qui me traverse lorsque je manipule un objet conservé dans des archives. Pour une raison que j'ignore, mes livres datés de la même période ne me font pas cet effet. C'est donc que quelque chose vient du rituel, du lieu, des boîtes, du caractère exceptionnel ou du moins délimité dans le temps.

197 Marie-Jeanne Zenetti, « Lambeaux d'archives : pour une histoire des reliquats », *Critique*, vol. 879-880, n° 8-9, 2020, p. 683-694.

198 Philippe Artières, *Rêves d'histoire : pour une histoire de l'ordinaire*, Paris, Verticales, 2014.

199 Voir le volume 879-880 de la revue *Critique* en 2020 intitulé « Faire Collecte. Archive & création » et notamment Éléonore Devevey, « Vrai, faux et usages de faux », *Critique*, vol. 879-880, n° 8-9, 2020, p. 670-682.

200 Voir l'ouvrage de Martine Laroche et Michèle Larrouy, *Mouvements de presse : Années 1970 à nos jours, luttes féministes et lesbiennes*, Paris, ARCL Archives lesbiennes, 2009.

Pourtant, un phénomène similaire advient, de manière plus légère et diffuse certes, lorsque je regarde des reproductions de ces objets graphiques, des scans diffusés au format PDF, des photos, des reproductions dans des ouvrages. J'ai toujours une pointe d'émotion, une surprise, un « oh » muet dans la tête face à ces images. C'est d'autant plus présent que l'image est grande, et surtout qu'elle porte les traces de la matérialité de l'objet qu'elle représente. Les tous légers plis qui indiquent que l'affiche a été pliée en quatre, les petites déchirures, le papier jauni ou grisé, les bavures.

Pour les objets qui n'ont pas eu le temps de vieillir, je guette d'autres traces : le verso qui apparaît par transparence selon la qualité du papier, la photo du livre ouvert qui laisse apparaître la tranche et la couverture, l'ombre de la gouttière sur le scanner. Dans le livre de Quentin Newark *What is Graphic Design*²⁰¹, je passe rapidement sur les double-pages consacrées à *Domus*, composées de rectangles parfaits issus d'une version numérique du magazine (I11. 9a). Je m'attarde plus volontiers sur une double-page consacrée au catalogue *Elysian Fields* (I11. 9b). Page de gauche, on voit qu'un pouce peine à maintenir toutes les pages du livre épais. La page de droite montre quatre catalogues ouverts sur des pages différentes. Les photographies sont détournées.

Je suis happée aussi quand les images se superposent, qu'elles débordent un peu, comme si elles étaient simplement posées entre les pages et qu'elles tombaient à l'ouverture du livre. Le plus étonnant reste que cela fonctionne même avec certains objets numériques : toujours chez Newark, les double-pages consacrées au travail de Zuzana Licko (I11. 9c) sont composées de captures d'écran de fenêtres de navigateur qui se chevauchent légèrement, avec un fond perdu. Le chevauchement est ici associé à la capture d'écran d'une fenêtre entière, qui donne du contexte et de la texture à la production représentée.

Il y a donc les traces du vieillissement, de la matérialité, de la reproduction, du foisonnement, parfois toutes à la fois. Je sais que je ne suis pas la seule à les aimer : cela peut devenir un parti pris graphique et éditorial. Le numéro 53 de la revue *Azimuts* par exemple, intitulé « Collecte », se compose de republications d'articles de numéros antérieurs recommandés par des contributeurices²⁰². Ce n'est pas le texte qui est reproduit mais bien les pages des numéros précédents, avec contour noir du scanner, gris de la gouttière et post-it pour marquer les

201 Quentin Newark, *What Is Graphic Design?*, Suisse, RotoVision, coll. « Essential Design Handbooks », 2002.

202 Collectif, *Azimuts* n°53, « Collecte », Saint-Étienne, Cité du design/Esadse, 2021.

pages (I11. 10b). La section « portfolio » imprimée sur papier glacé est un joyeux mélange de captures d'écran, scans et vignettes détournées (I11. 10a). Dans ce cas, les traces de la matérialité servent aussi d'archive vivante de la revue et des souvenirs de ses contributeurices. Le numéro est ponctué de dessins, flèches et griffonnages dans les marges, évoquant plusieurs strates d'enquête et de lecture. Il s'agit d'une revue de recherche en design, différente à bien des égards des ouvrages d'histoire du graphisme évoqués plus haut, mais on voit que la mise en scène et en pages de la recherche en design et d'une certaine culture graphique peuvent reposer sur des attraits similaires.

Parcourant des ouvrages d'histoire du graphisme militant, j'ai guetté cette sensation, pour mieux la comprendre. Je retiens ici 5 ouvrages : *Suffragettes to She-Devils*, de Liz McQuiston, une histoire graphique du féminisme²⁰³ ; *Luttes de femmes : 100 ans d'affiches féministes*, de Bibia Pavard et Michelle Zancarini-Fournel²⁰⁴ ; *Rébellion !*, de Liz McQuiston, une « histoire mondiale de l'art contestataire » comme l'indique le sous-titre²⁰⁵ ; *L'art du féminisme*²⁰⁶ de Lucinda Gosling, Hilary Robinson et Amy Tobin ; et *The design of Dissent*²⁰⁷ de Milton Glaser et Mirko Ilić. Les livres en tant qu'objets crient déjà les thématiques abordées : les couvertures arborent poings levés (I11. 11d, 11e), symboles féministes (symbole de Vénus contenant un poing levé, I11. 11c), titres imposants en capitales grasses. Si la couverture de *The Design of Dissent* n'est pas illustrée, le titre est traversé de bandes noires, comme pour le censurer (I11. 11a). *Suffragettes to She-Devils* a le format le plus imposant (I11. 11b). Le titre, en jaune vif sur fond rose fuchsia, occupe toute la première et quatrième de couverture ainsi que la tranche.

Les couleurs sont franches également dans *Rébellion* en noir et orange presque fluo, dans *Luttes de femmes* où chaque chapitre est séparé par une page de titre au fond uni. *L'art du féminisme* est plus lisse, en violet lavande et noir, mais la légère inclinaison du texte et l'utilisation de surbrillance contrastée sur les titres de

203 Liz McQuiston, *Suffragettes to She-Devils*.

204 Bibia Pavard et Michelle Zancarini-Fournel, *Luttes de femmes : 100 ans d'affiches féministes*, Paris, Les Echappés, 2013.

205 Liz McQuiston, *Rébellion ! Histoire mondiale de l'art contestataire*, traduit par Paul LÉPIC, Paris, Seuil, 2020.

206 Lucinda Gosling, Hilary Robinson et Amy Tobin, *L'art du féminisme : les images qui ont façonné le combat pour l'égalité, 1857-2017*, traduit par Caroline de HUGO, Paris, Hugo image, 2019.

207 Milton Glaser et Mirko Ilić, *The design of dissent*, Gloucester, Massachusetts, Rockport Publishers, 2005.



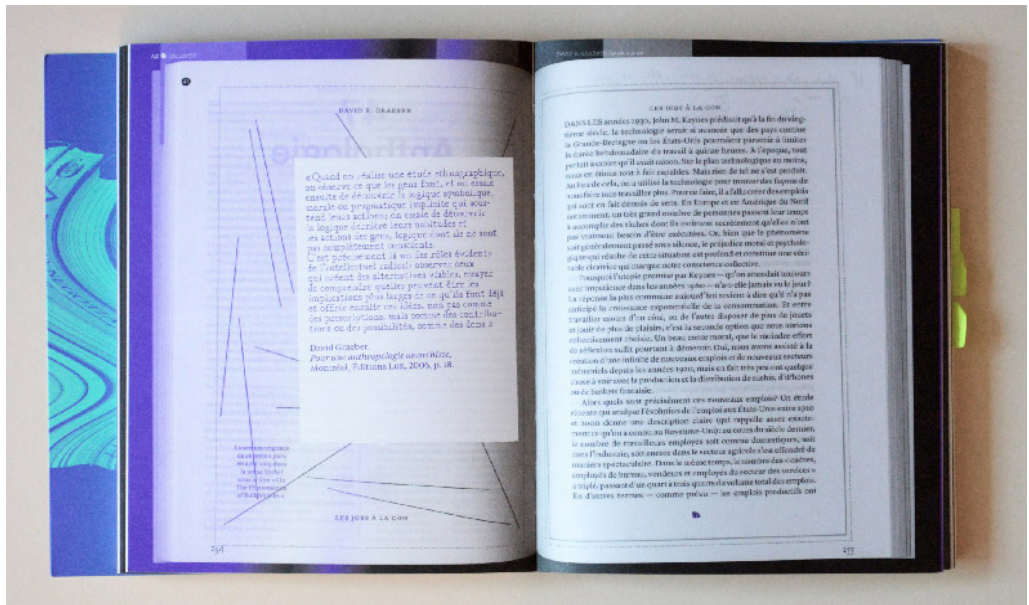
Ill.9 - Quentin Newark : montrer la matérialité.

Quentin Newark, What Is Graphic Design?, Suisse, RotoVision, coll.« Essential Design Handbooks », 2002. (photo. Elise Goutagny).

9a. Pages 134-135.

9b. Pages 184-185.

9c. Pages 216-217.



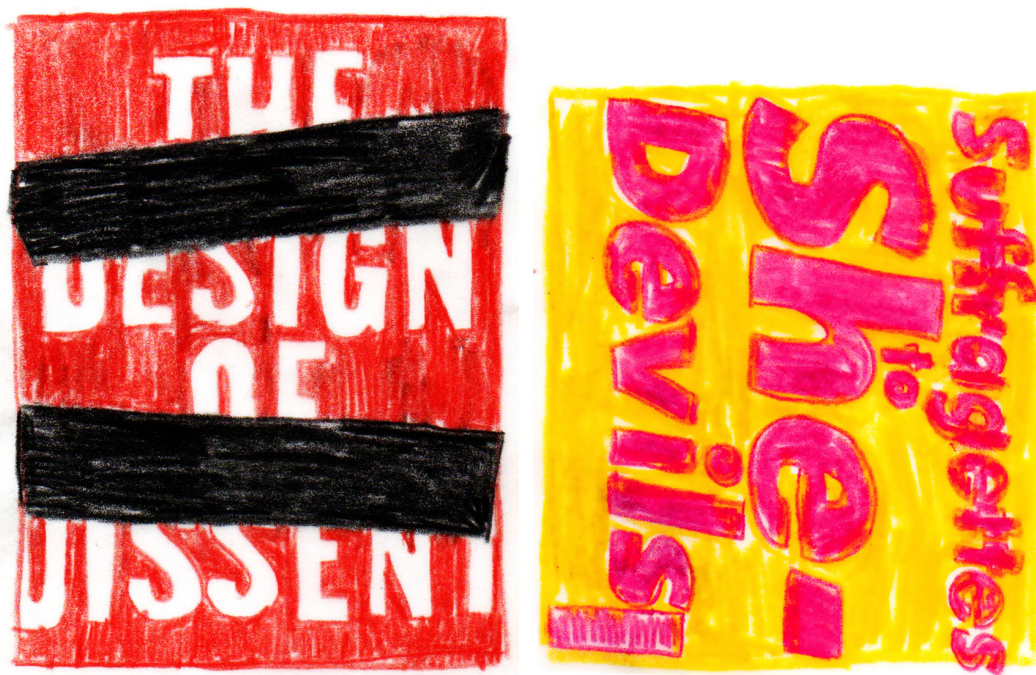
Ill.10 - Azimuts : superposition et scanner.

Revue *Azimuts* n°53, « Collecte », Cité du design/Esadse, 2021. (photo. Elise Goutagny).

10a. Section « Portfolio », p. 288-289.

10c. p. 154-155, détail.

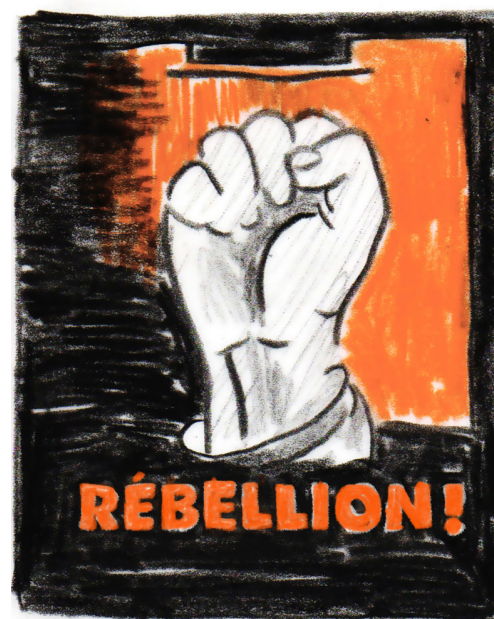
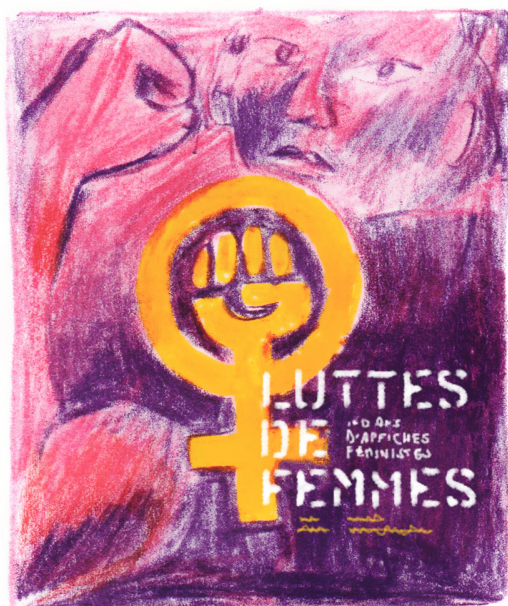
10b. p. 154-155.



Ill.11 - Couvertures d'ouvrages d'histoire graphique des luttes.

11a. Milton Glaser et Mirko Ilić, *The design of dissent*, Gloucester, Massachusetts, Etats-Unis d'Amérique, Rockport Publishers, Inc., 2005. Couverture de Milton Glaser et Mirko Ilić.

11b. Liz McQuiston, *Suffragettes to She-Devils: Women's Liberation and Beyond*, London, Phaidon Press, 1997. Maquette et couverture : Paula Scher, Lisa Mazur, Esther Bridavsky et Anke Stohlmann, Pentagram NY.



Couvertures d'ouvrages d'histoire graphique des luttes - suite.

11c. Bibia Pavard et Michelle Zancarini-Fournel, *Luttes de femmes : 100 ans d'affiches féministes*, Paris, Les Echappés, 2013.

11d. Lucinda Gosling, Hilary Robinson et Amy Tobin, *L'art du féminisme: les images qui ont façonné le combat pour l'égalité, 1857-2017*, traduit par Caroline de Hugo, Paris, France, Hugo image, 2019. Illustration de couverture de Deva Pardue.

11e. Liz McQuiston, *Rébellion ! Histoire mondiale de l'art contestataire*, traduit par Paul Lopic, Paris, France, Seuil, 2020. Couverture de Josse Pickard.

sections et de chapitres donne une forte présence au texte. Les polices utilisées dans ces ouvrages sont majoritairement grasses voire très grasses, géométriques, avec peu de plein et de déliés. Dans *Luttes de femmes* et *Rébellion !*, l'emploi de polices qui évoquent des lettres peintes au pochoir s'inscrivent aussi dans une volonté de donner un effet brut, marquant, qui n'est d'ailleurs par toujours très réussi : dans le cas de *Luttes de femmes*, les couleurs, bien que vives, ont tendance à affadir l'effet.

Les préfaces et introductions des ouvrages annoncent la couleur : il s'agit de raconter une histoire graphique puissante :

Quand on feuillette, à la manière d'une chevauchée, ces pages pleines d'une vie incroyable et d'une intensité, on a le sentiment du soulèvement²⁰⁸.

Ces images perturbatrices portent un rapport de force, une rébellion contre l'ordre établi, un appel aux armes, ou une clameur en faveur d'une cause chère²⁰⁹.

[U]ne vérité emprisonnée sous la surface de la parole publique est soudainement, enfin libérée, criée à haute voix, un cri de rébellion²¹⁰ [...]

La conclusion de l'exemple de l'exposition « Soulèvements » peut nous inviter à la prudence face à ces effets d'annonce, mais il faut bien admettre que c'est plutôt réussi : les illustrations sont généreuses dans tous les ouvrages, la majorité des images sont d'ailleurs des reproductions d'affiches. La destination de l'ouvrage se lit davantage dans les légendes des images que dans le texte lui-même. Milton Glaser et Mirko Ilić structurent les légendes en une liste d'éléments distincts répétés en gras : designer (et non « auteuice »), titre, format (qui désigne le type d'objet et non sa taille), date, pays, mais aussi le client de chaque projet. Les quelques phrases qui accompagnent cette liste traitent surtout des symboles ou du contexte politique de l'objet.

Dans *Luttes de femmes*, certaines images ne sont pas ou très peu légendées, suggérant davantage un livre à feuilletter qu'un ouvrage de culture graphique à proprement parler. Le contenu et le ton des textes suggèrent qu'il s'agit d'une

208 Préface de Ludivine Bantigny dans Liz McQuiston, *Rébellion !*, p. 4.

209 *Ibid.*, p. 6.

210 Tony Kushner, « The design of dissent », dans *The design of dissent*, Gloucester, Massachusetts, Rockport Publishers, Inc., 2005, p. 221.

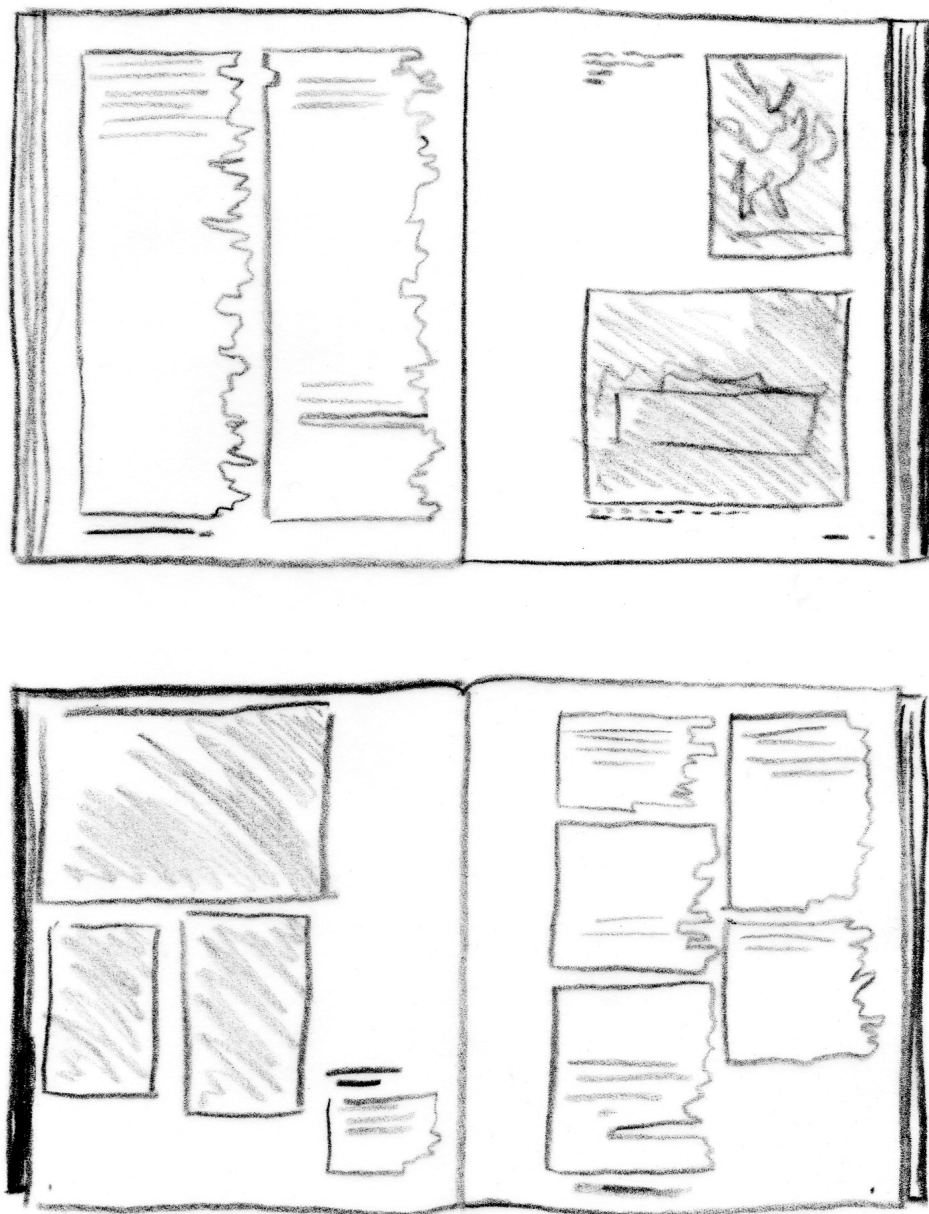
introduction à l'histoire des féminismes par leurs affiches plutôt qu'une histoire graphique du féminisme. C'est d'ailleurs le seul ouvrage de cette sélection écrit par des historiennes du féminisme et non des designers ou des historiens de l'art ou du design.

Dans cette sélection, *Suffragettes To She-Devils* est le livre qui a le plus provoqué chez moi une forme de fascination et d'attrait particulier. Les textes y sont peu confortables à lire : sur des lignes trop longues, dans une linéale géométrique peu adaptée, surtout pour un texte justifié en trop petit corps. La lecture est fastidieuse au premier abord, comme si le livre avait mal vieilli. C'est le foisonnement d'images qui fait le livre. Du petit badge reproduit dans la marge à l'affiche présentée sur une double-page, elles se succèdent de manière agréablement rythmée sur fond blanc, jaune ou rose, se superposent, se répondent (I11. 12c). La composition n'est pas toujours la plus harmonieuse possible selon les standards de la grille, il y a quelques maladroites ; mais ça fonctionne, et même cela donne du charme à l'ensemble.

Un autre détail soutient cette impression de foisonnement et de plongée dans une histoire graphique : les colonnes de textes sont rarement des rectangles intacts, elles sont poussées, mangées par les images (I11. 12d). On a la sensation que si les images avaient pu se poser par-dessus le texte, elles l'auraient fait. C'est le livre de la sélection qui propose la plus grande diversité d'objets : affiches bien sûr, mais aussi t-shirts, bannières en tissu, magazines, fanzines, badges, bulletins d'association, cahiers de pictogrammes, stickers et papillons. Des objets moins marquants visuellement que les affiches trouvent toute leur place dans le livre et évitent d'ailleurs la monotonie.

Liz McQuiston montre que l'histoire graphique des féminismes est aussi véritablement une histoire matérielle. La diversité d'objets amène avec elle une diversité de détails qui étincellent : le pli d'un t-shirt, le relief d'une broderie, le reflet ou l'ombre d'un badge plastifié, etc. Feuilletter à nouveau ce livre éclaire le sentiment de monotonie que j'ai ressenti en parcourant *The Design of Dissent*, qui me semble avoir deux causes.

Premièrement, les images sont toutes plus exceptionnelles les unes que les autres, ce qui crée de la lassitude, surtout sur une grille sage, bien (trop ?) respectée et répétitive. C'est le risque que l'on court à proposer un ouvrage-catalogue, d'autant plus lorsqu'il s'agit de graphisme politique. Dans l'article qui conclut



Ill. 12 - Mise en page des ouvrages d'histoire graphique des luttes.

12a. Liz McQuiston, *Rébellion !*, p. 284-285.

12b. Lucinda Gosling, Hilary Robinson et Amy Tobin, *L'art du féminisme*, p. 178-179.



Mise en page des ouvrages d'histoire graphique des luttes - suite.

12c. Liz McQuiston, *Suffragettes to She-Devils*, London, Phaidon Press, 1997. p. 106-107.
Maquette : Paula Scher, Lisa Mazur, Esther Bridavsky et Anke Stohlmann, Pentagram NY.

12d. Idem, p. 44-45.

The Design of Dissent, Tony Kushner fait émerger trois caractéristiques du design de la dissidence²¹¹ : il est « choquant, intelligent, et immédiatement compréhensible²¹² ». Les mots « choquant » et « immédiatement compréhensible » dressent un portrait réducteur du graphisme contestataire, qui conduit à un catalogue très riche visuellement, probablement plus un vivier d'inspiration pour les designers graphiques qu'un portrait graphique des luttes sociales. Ces images frappent particulièrement le regard lorsqu'elles sont dans leur environnement : imprimées et affichées dans la rue, portées en pancartes par des manifestant·es, surgissant au milieu d'un « fil d'actualité » sur les réseaux sociaux. Les poser côte-à-côte sur des centaines de pages leur ôte une partie de leur puissance.

On pourrait inventer des consignes de lecture : consulter deux pages par jour maximum, masquer une page sur deux avec une feuille de papier ? Je retiens de cette sensation que l'exposition à une grande quantité d'images « perturbatrices », rebelles, pleine de vie et d'intensité comme le dit Ludivine Bantigny, peut d'abord exalter le regard, puis l'anesthésier.

L'autre cause possible de cette monotonie est l'absence de matérialité de beaucoup d'images reproduites : ce sont des images numériques parfaitement rectangulaires, sans plis, sans défaut d'impression. On en vient à se demander si ces affiches ont déjà été effectivement affichées ? J'ai la même impression dans *Rébellion !* et dans *Luttes de femmes* pour les affiches les plus récentes. Sans indice de matérialité, sans indication de dimensions ou de technique employée, sans explication sur le contexte de diffusion, c'est la composition, le format et le ton qui permettent d'étiqueter l'image comme étant une « affiche ». Liz McQuiston dans *Rébellion !* emploie l'expression « affiche numérique²¹³ » pour désigner la composition du slogan « Je suis Charlie » par Joachim Roncin, mais cette image est utilisée majoritairement comme pancarte de manifestation ou comme photo de profil sur les réseaux sociaux, non comme affiche à proprement parler.

L'absence de traces de matérialité dans les images numériques les rend, dans mon regard en tout cas, moins susceptible d'être fascinantes. Ce pourrait être un avantage : elles sont ainsi protégées d'une fascination trop grande qui causerait leur fétichisation, leur réduction à leurs qualités esthétiques. Pourtant cela cause une difficulté pour étudier les pratiques graphiques féministes contemporaines.

211 Je choisis de traduire assez littéralement « *dissent* » par « dissidence », qui me paraît correspondre au ton du livre. On pourrait dire aussi « contestation ».

212 Tony Kushner, « The design of dissent », p. 221.

213 Liz McQuiston, *Rébellion !*, p. 200.

Après deux mois en fonds d'archives à lire et feuilleter des objets graphiques des années 1970 à 1990, après quelques semaines supplémentaires à parcourir des photographies, scans et ouvrages remplis d'indices rassurants de la matérialité de ces objets, la plongée dans les productions graphiques sur les réseaux sociaux peut paraître bien fade, moins marquante, moins intéressante graphiquement, par contraste. Enfin, si les objets plus ordinaires et moins marquants visuellement que les affiches – badges, stickers composés uniquement de texte, pictogrammes – sont sauvés du désintérêt par leur matérialité, comment considérer les pratiques numériques ordinaires ? Méritent-elles leur place dans cette histoire graphique très contemporaine ?

Le scan peut aussi être porteur d'une émotion particulière : un sentiment de lien avec la personne qui a passé du temps à faire cette tâche répétitive et lente. Cela est présent dans la photocopie d'un doigt ou d'une main pressant le livre contre la vitre, mais aussi en pensée, chez la lectrice. Dans le compte-rendu du workshop en ligne *Feminist Findings* consacré aux archives de presse féministe, la contribution de Pauline Piguet prend la forme d'un poème adressé à la personne qui a scanné tous les exemplaires du journal *Heresies*, disponibles au format PDF en ligne²¹⁴. Cela nous rappelle que notre capacité à travailler sur ces objets dépend aussi des personnes qui les conservent et les rendent disponibles, archivistes professionnelles, bénévoles ou simples anonymes. Dans le cas des productions numériques récentes, cette émotion est plus difficile à mobiliser, notamment sur les réseaux sociaux où règne la sensation d'immédiété.

Pour terminer cette boucle sur l'esthétisation et la fascination, je reviens aux collages féministes. Leur spécificité dans le paysage graphique des féminismes contemporains réside peut-être dans le fait qu'il est impossible de leur ôter leur matérialité. L'affiche ne peut pas exister indépendamment de l'affichage : sans collage, il ne s'agit que de feuilles A4 avec des lettres. On ne peut pas non plus isoler le collage de son environnement : le format global du slogan n'est pas toujours rectangulaire, et le ratio largeur/hauteur est impropre à la photographie. Il est toujours absolument nécessaire de prendre en photo le mur avec le collage. Le mur a aussi son importance si les colleuses choisissent un lieu particulier, qui a un sens pour elles, ou un lieu de pouvoir dans le cas des collages virtuels. On ne peut jamais réduire complètement les collages à des images, il s'agira

214 Pauline Piguet, « Every One Page », dans *Feminist Findings*, Le signe, Centre national du graphisme, Futuress, 2020, p. 15.

toujours explicitement de photos d’affichage. Dans ce cas, ce n’est pas le collage qui est esthétisé – au sens de vidé de sa dimension politique au profit de la seule dimension esthétique – mais plutôt les colleureuses elleux-mêmes, leurs corps et leurs gestes. On assiste alors à une héroïsation des militant^{es}²¹⁵ qui contribue à l’esthétisation des luttes.

2.2.5. **Le design graphique, un rempart contre un regard « esthétisant » ?**

L’histoire et la théorie du design graphique étant des champs distincts de l’histoire et de la philosophie de l’art, nous pourrions penser que cela protège la recherche en design graphique d’un regard esthétisant sur les luttes sociales, ici en particulier sur le féminisme. Pourtant, plusieurs points de vigilance sont à noter.

Premièrement, nous avons vu dans la première partie de ce chapitre que certaines habitudes historiographiques proviennent de l’histoire de l’art, le fait de considérer le designer comme figure centrale notamment. Pour l’étude des productions graphiques militantes, cela peut conduire à chercher à nommer des auteuices ou à simplifier l’histoire de certaines contributions. Par exemple, plus de dix personnes sont citées pour leur contribution à la création du logo du Black Panther Party, sans compter les déclinaisons du la figure de la panthère au cours du temps et des supports²¹⁶ : chercher à nommer ure auteuice ou même un collectif serait vain. La figure du graphiste-auteuice peut aussi à certains égards se rapprocher de la figure de l’artiste.

Deuxièmement, envisager les productions graphiques militantes comme des productions professionnelles classiques, sous l’angle de la résolution de problème (*problem-solving*), de la réponse à une commande ou de l’image de marque, est une perspective réductrice et peu adaptée aux formes étudiées.

²¹⁵ Yaneira Wilson, « Venezuela : l’opposition manifeste en image, esthétique et storytelling », dans *Art et esthétique des luttes*, Genève, MétisPresses, 2020, p. 59-70.

²¹⁶ Lincoln Cushing, « The Women Behind the Black Panther Party Logo », *Design Observer* [en ligne], 1^{er} février 2018.

Le studio Graphéine par exemple décrit les collages féministes comme un « branding social²¹⁷ », les comparant à d'autres formes des luttes : l'identité graphique du mouvement antiraciste étasunien Black Lives Matter né en 2013, et les affiches et pancartes « I AM A MAN » des grévistes et militants pour les droits civiques étasuniens en 1968. Graphéine insiste sur la charge symbolique de ces chartes graphiques, l'efficacité, l'urgence, la souffrance des militant^{es}. Ce ton et ce vocabulaire placent l'analyse graphique dans le champ du graphisme professionnel et en montrent l'efficacité, mais il y a à mon sens deux écueils dans cette dénomination de « branding social ».

D'une part, la création d'une identité graphique n'est pas la même chose qu'une image de marque, et la notion même de « marque » fait débat. Concernant Black Lives Matter qui est cité par Graphéine, les demandes pour déposer l'expression ont été plusieurs fois refusées par le *United States Patent and Trademark Office*²¹⁸. Pour le contexte français, le dépôt du sigle MLF comme marque commerciale en 1979 est perçu comme une confiscation du mouvement par quelques individus et en brouille l'image²¹⁹.

D'autre part, l'efficacité de la charte graphique semble se mesurer à l'envie et l'admiration qu'elle suscite dans le domaine commercial : « Le branding, dans son usage traditionnel et commercial, rêverait évidemment d'être aussi efficace. Mais il sait qu'il ne pourra jamais s'imposer par le prisme d'une adoption collective foudroyante²²⁰ ». Bien que cet argument soit plutôt enthousiaste en affirmant le design graphique comme efficace et essentiel pour les luttes féministes, il opère une réduction du graphisme militant efficace à des « monochromes, grandes lettres, dessins à main levés et techniques d'impression/exécution rapide [qui] sont les codes de la protestation d'urgence²²¹. »

Or, ces impressions d'urgence et de rapidité étant accentuées par les espaces numériques (**cf. 1.3.1**), ce type de discours peut contribuer à un traitement

217 « Le branding d'un mouvement social : les collages Anti-Féminicides. », *Graphéine* [en ligne], 8 mars 2020.

218 Miriam A. Smith, « #BlackLivesMatter... a Hashtag, a Rallying Cry, a Social Movement, a Global Network... but Not a Trademark: An Analysis of Trademark Protection for the Well-Turned Phrase of a Social Movement (Slogans, Taglines, Mottoes, and Hashtags) », *AIPLA Quarterly Journal*, vol. 50, 2022, p. 205.

219 Lettre « Des femmes du Mouvement de libération des femmes (non déposé, ni « co-fondé ») » publiée dans *Libération* le 7 octobre 2008, et republiée dans Christine Bard, *Féminismes : 150 ans d'idées reçues*, 2^e édition., Paris, Le Cavalier Bleu, coll. « Idées reçues », 2020, p. 98-100.

220 Graphéine, « Le branding d'un mouvement social ».

221 *Ibid.*

différencié des registres d'expression des militantismes contemporains, en fonction de leur conformité ou non à cette représentation de l'urgence et de la radicalité.

Pour le dire autrement, faisons une comparaison avec le « good design ». Le good design est associé à la rigueur, la simplicité, l'universalité, la rationalité, la transparence. Ces valeurs constituent un canon à l'aune duquel sont analysées les productions, et nous avons vu au début de ce chapitre les critiques féministes de cette perspective sur le design. Concernant les militantismes contemporains, on peut relever de la même façon un ensemble de conduites et de caractéristiques du « bon militantisme » ou « bonne militante » traditionnelle : radicalité, dévotion à la cause, un certain héroïsme tout en ayant une capacité de se fondre dans un groupe. Transposé au graphisme, on retrouve les caractéristiques d'exemples emblématiques, comme les affiches de mai 68 : une certaine « radicalité » visuelle, un rythme de production effréné, un style immédiatement identifiable mais collectif et anonyme.

Tout comme les nouveaux·les militant·es et le militantisme en ligne contribuent à redéfinir ce que « militant·e » veut dire, de nouveaux registres graphiques contribuent à redéfinir le graphisme militant. Les critiques adressées aux militantismes contemporains se reflètent donc dans les critiques adressées aux productions graphiques militantes en général, et féministes en particulier.

2.3. *Un slacktivismisme graphique ?*

2.3.1. **Une impossible cohérence**

Nora Madison et Mathias Klang formulent dans « The Case for Digital Activism » une synthèse très claire des critiques adressées aux militantismes en ligne désignés par l'appellation « *slacktivism* » et proposent pour chacune d'entre elles des contre-arguments²²². Le fil rouge de l'article est le constat d'un traitement différencié des militantismes traditionnels et des militantismes en ligne, notamment une plus grande sévérité dans le jugement des seconds. Les auteuices expliquent tout d'abord cette différence de traitement par l'impression d'immédiateté véhiculée par les outils numériques, qui crée une attente que le changement social soit aussi immédiat, radical et rapide que les outils employés : cela renvoie à l'illusion de rapidité et de maîtrise des outils traitée dans le chapitre 1. Madison et Klang relèvent que les militantismes numériques sont plus vite soupçonnés d'inutilité et d'inauthenticité que des actions plus traditionnelles. Toutefois, cette attente de radicalité n'est pas due qu'au traitement différencié des militantismes en ligne.

Hervé Dumez, dans sa *Méthodologie de la recherche qualitative*, montre que le jugement de valeur porté sur les actions militantes est aussi en lien avec la méthodologie et le point de vue adoptés dans la recherche. Il examine avec l'aide

²²² Nora Madison et Mathias Klang, « The Case for Digital Activism: Refuting the Fallacies of Slacktivism », *Journal of Digital Social Research*, vol. 2, n° 2, 9 septembre 2020, p. 28-47.

de la pensée de Max Weber la place des jugements de valeur dans la démarche compréhensive, avec l'exemple de l'action syndicale. Il indique l'importance de mener la description « du point de vue des valeurs de l'acteur lui-même²²³ », le cas contraire menant à une mauvaise compréhension de l'acteuice et de ses actions. Il arrive que l'action syndicale conduise « à la faillite d'une firme, et donc au chômage des salariés²²⁴ ». Analyser cette action sous l'angle de la « valeur du succès » ou de la « valeur de l'utilité » la présente alors comme irrationnelle, insensée²²⁵.

Cet exemple montre la nécessité de prendre en compte le point de vue des acteuices sur leur production dans la méthodologie, et nous rappelle par la même occasion que l'étude des actions militantes ne peut se réduire à une mesure d'efficacité de ou de cohérence apparente. L'étude de Chelsea Reynolds sur les *zinesters* (créateuices de fanzines) féministes queer nous donne un exemple de cet écueil pour l'étude des productions graphiques féministes²²⁶. Elle choisit d'analyser les pratiques de *zinesters* (créatrices de fanzines) féministes queer à partir de la notion de « *communicative capitalism*²²⁷ » (capitalisme de communication). Elle définit le *communicative capitalism* comme un paradigme dans lequel « l'individualisme et la production culturelle remplacent l'action collective²²⁸ ». Reynolds construit son étude sur un questionnaire avec 11 répondant·es, des *zinesters* féministes, queer, blanches, à Chicago. Tout au long de l'article, elle emploie un ton qui minimise la dimension politique des fanzines et questionne la cohérence de la posture des *zinesters* :

Alors que les *zinesters* blanches, féministes et queer peuvent croire qu'ils catalysent le changement social en défendant/adhérant à [espousing] une politique *woke* de l'identité, leur modèle de publication au sein d'un groupe reflète les logiques du capitalisme de communication. Bien qu'ils s'identifient comme des anticapitalistes, certains *zinesters*

223 Hervé Dumez, *Méthodologie de la recherche qualitative : les 10 questions clés de la démarche compréhensive*, Paris, Vuibert, 2021, p. 128.

224 *Ibid.*

225 *Ibid.*, p. 129.

226 Chelsea Reynolds, « “My zines, so far, aren't as political as other works I've produced”: Communicative Capitalism Among Queer Feminist Zinesters », *Communication, Culture and Critique*, vol. 13, n° 1, 29 avril 2020, p. 92-110.

227 Jodi Dean, « Communicative Capitalism: Circulation and the Foreclosure of Politics », *Cultural Politics*, vol. 1, n° 1, 1^{er} mars 2005, p. 51-74.

228 Chelsea Reynolds, « “My zines, so far, aren't as political as other works I've produced” ».

ont également déclaré qu'ils vendaient des copies pour compenser les coûts [...]

Bien que les zines soient produits de manière indépendante, ils adhèrent à des logiques technologiques et esthétiques dominantes, et ils s'appuient sur des logiciels distribués en masse²²⁹.

La multiplication des citations montre des tournures de phrase similaires, avec une conjonction de subordination qui exprime un résultat contraire à ce qui était attendu. L'attendu ici ne porte pas sur la confirmation des hypothèses de recherche – celles-ci sont validées – mais sur le potentiel politique des zines.

Dans cette enquête, la posture des *zinesters* est confrontée à ce que présente Reynolds comme un ensemble de contradictions : revendiquer une autonomie de production mais utiliser un Macintosh et des logiciels propriétaires pour la mise en page ; revendiquer une posture anticapitaliste tout en vendant ses zines et en utilisant des images détournées de la pop-culture. Ces « contradictions » me semblent grossières : le détournement d'images est un mode de création courant dont le potentiel subversif est reconnu²³⁰. Cela ne veut pas dire qu'il ne peut pas être nuancé, ou réactualisé à l'aune du *communicative capitalism*, mais cette posture n'est pas développée dans le texte. De même, considérer toute forme de vente d'objet – même uniquement pour rentrer dans ses frais – comme s'inscrivant dans une logique capitaliste est un raccourci qui ne prend pas la peine de s'intéresser plus longuement aux raisons de la mise en vente des zines, à leur mode de circulation, et à la situation financière des *zinesters*.

Dans l'article, les *zinesters* semblent de toute façon n'avoir aucune chance, puisque le couperet tombe dès l'introduction : la thèse de Reynolds est que « dans le cadre des logiques du capitalisme de communication, les zines ne peuvent pas atteindre de véritables potentiels transgressifs²³¹ ».

Reynolds évoque en sous-texte un autre critère d'évaluation : la capacité, ou plutôt l'incapacité des zines à provoquer un changement politique. En conclusion de l'article, elle indique que les zines créent une solidarité centrée sur les relations sociales plutôt que sur l'action politique. Cette conclusion pourrait mener à une ouverture fertile de la sororité comme principe actif des luttes, mais dans

229 *Ibid.*

230 Dadaïstes, situationnistes, punks, toustes emploient le collage et le détournement d'images dans leurs productions.

231 Chelsea Reynolds, « "My zines, so far, aren't as political as other works I've produced" ».

l'argumentaire de l'article, elle sert surtout à la distinguer d'une action directe vectrice de changement.

Cette critique des fanzines repose sur des arguments que l'on rencontre dans la littérature à propos du militantisme en ligne : les fanzines sont en quelque sorte ramenés à un slacktivisme graphique. Reynolds semble avoir une définition plutôt restreinte de l'action politique, « réduit[e] à un acte qui conduit une solution rapide, claire et directe du problème²³² » pour reprendre l'expression de Madison et Klang. Cette définition minimise la portée politique du fanzine, qui n'a pas pour ambition de proposer une solution rapide à une oppression systémique mais de construire une forme de collectif à travers la circulation d'objets graphiques.

On se retrouve face à une contradiction insoluble : la portée politique des zines est évaluée à partir du niveau de cohérence dans la posture des zinesters, condition impossible à satisfaire. Dans un contexte capitaliste néolibéral, « les militantes sont confrontées à la nécessité de faire de la politique féministe face à son impossibilité²³³ ». Les chercheuses en études culturelles allemandes Carrie Smith-Prei et Maria Stehle se sont penchées sur ces apparentes contradictions des féminismes contemporains, en développant le concept de *political awkwardness*²³⁴. Les autrices prennent l'exemple du groupe punk féministe russe Pussy Riot (début des années 2010) dont l'action repose sur des mises en scène dans l'espace public, des gestes reconnaissables, des clips musicaux, des vidéos bricolées (DIY) diffusées massivement²³⁵. Cela en fait un exemple d'un féminisme pop, imbrication du féminisme et de la pop culture, qui « risque toujours de devenir l'objet de consommation qu'il cherche à critiquer²³⁶. »

La figure la plus emblématique de ce féminisme pop est Beyoncé : « popstar jeune, brillante, sexy, et qui rapporte gros : on ne peut rêver portrait plus fidèle de Beyoncé, à la fois pur produit commercial et artiste accomplie. Beyoncé effectue la jonction entre la culture mainstream – la culture populaire – et la culture

232 Nora Madison et Mathias Klang, « The Case for Digital Activism ».

233 Hester Baer, « Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism », *Feminist Media Studies*, vol. 16, n° 1, 2 janvier 2016, p. 17-34.

234 Carrie Smith-Prei et Maria Stehle, *Awkward Politics: Technologies of Popfeminist Activism*, Montréal, McGill-Queen's University Press, 2016.

235 *Ibid.*, p. 10.

236 Carrie Smith-Prei et Maria Stehle, « Awkwardness and Feminist Politics », *Women in German Yearbook*, vol. 30, 2014, p. 209-224.

underground²³⁷ ». Plusieurs chercheuses se sont penchées sur cette figure pop²³⁸, qui se retrouve même en titre d'un ouvrage de vulgarisation avec cette question : *Beyoncé est-elle féministe ?*²³⁹.

Dans la lignée de cette question, on peut lister semble-t-il à l'infini les contradictions apparentes des féminismes contemporains : pourquoi choisir Instagram comme espace d'expression alors que celui-ci censure la nudité et est connu comme espace normatif des corps ? Pourquoi quitter Instagram pour se rendre sur une autre plateforme propriétaire comme Patreon ? Comment concilier la critique féministe du travail gratuit et la lutte contre l'exploitation capitaliste du féminisme ? Le travail militant peut-il être rémunéré ?

Carrie Smith-Prei et Maria Stehle remarquent qu'en tant que chercheuses qui travaillent sur les féminismes, il leur est souvent demandé, par leur pairs aussi bien que par des enquêtés, de porter un jugement sur la valeur féministe de telle ou telle action²⁴⁰. Leur concept de *political awkwardness* consiste à reconnaître l'existence de ces contradictions inhérentes aux féminismes contemporains, et à « rester avec le trouble » : observer, documenter, enquêter sur cette *awkwardness* sans chercher à la résoudre – entreprise qui serait de toute façon vouée à l'échec.

2.3.2. L'esthétique des luttes, récupérée ou récupérable ?

Les féminismes contemporains, en tant que féminismes pop imbriqués dans la culture de masse et dans la société capitaliste, souffrent d'un autre traitement différencié, qui porte précisément sur les registres d'expression et formes graphiques employées.

Dans un article pour *Mixte Magazine*, la journaliste Déborah Malet fait une brève histoire du graphisme militant, commençant par un constat sur les formes contemporaines : « Aujourd'hui, pour faire part de son engagement

237 Johanna Luyssen, « Pop féminisme », dans *Dictionnaire des féministes : France, XVIII^e-XXI^e siècle*, Paris, PUF, 2017.

238 Marie-Emilie Lorenzi, « Beyoncé, un modèle féministe du XXI^e siècle ? », dans Karine Bergès (dir.), *Féminismes du XXI^e siècle*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2017, p. 247-256 ; Keivan Djavadzadeh, « The Beyoncé Wars : le Black feminism, Beyoncé et le féminisme hip-hop », *Le Temps des médias*, vol. 2, n° 29, 2017, p. 159-176.

239 Margaux Collet, Raphaëlle Rémy-Leleu, Diglee et Osez le féminisme, *Beyoncé est-elle féministe ? Et autres questions pour comprendre le féminisme*, Paris, First éditions, 2018.

240 Carrie Smith-Prei et Maria Stehle, *Awkward Politics*, p. 23.

tout en marquant les esprits, mieux vaut jouer la carte du message activiste à la fois décalé et esthétisé à l'extrême²⁴¹. » Elle relève le foisonnement des formes graphiques militantes et la facilité d'accès aux outils de création graphique numérique, tout en décrivant certaines formes graphiques comme « plus chic que choc visuellement », « guimauve²⁴² ». Même chose chez la doctorante en droit Aurélie Lanctôt qui parle d'un féminisme pop « avec ses paillettes, ses cosmétiques et ses bonnes manières²⁴³ ». Les paillettes seraient-elles incompatibles avec un « vrai » féminisme ?

En 2020, après la mort de Georges Floyd aux États-Unis, on assiste à une forte augmentation de contenu d'information, de vulgarisation et d'incitation à l'action sur les réseaux sociaux, qui prennent une forme dite de « PowerPoint » (*slideshow*) : les posts sont composés d'une à 10 *slides* à faire défiler, avec des codes graphiques similaires : fond uni de couleur pastel, police ronde, titres avec une police Display²⁴⁴ aux empattements fantaisie ou à l'esthétique dite « rétro ». Ce phénomène est fortement médiatisé aux États-Unis et au Royaume-Uni, des blogs jusqu'aux quotidiens généralistes nationaux²⁴⁵ et aux *pureplayers* (presse uniquement en ligne) à forte audience²⁴⁶. Il s'agit de saluer ces initiatives de synthèse d'information et de vulgarisation, mais aussi d'en pointer les limites : le caractère superficiel de l'engagement, le danger de la sur-simplification de l'information, la standardisation des codes graphiques de ces « PowerPoint » qui emprunte aux stratégies publicitaires des marques « tendance », les couleurs pastel (Ill. 13a).

Les quelques 30 articles que j'ai trouvés sur le sujet²⁴⁷ reprennent des arguments si similaires qu'ils deviennent au fil de la lecture des caricatures de ce qu'ils critiquent. Reprenant un autre format récurrent pour vulgariser un sujet sur

241 Déborah Malet, « « À Fond la forme » : retour sur l'évolution esthétique du graphisme militant », *Mixte Magazine*, [en ligne] 7 avril 2022.

242 *Ibid.*

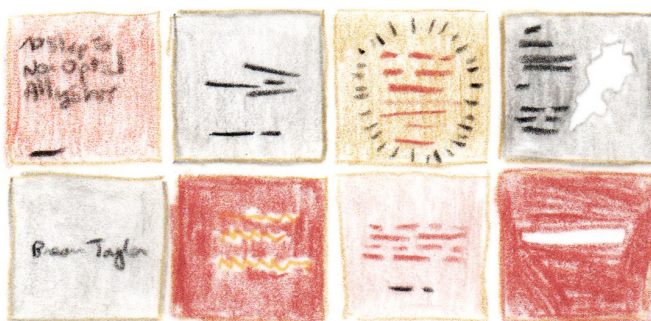
243 Aurélie Lanctôt, « Des paillettes aux revendications : quelques bribes du possible « renouveau féministe » », *Atelier 10* [en ligne], 26 mars 2015.

244 Police de caractère conçue pour être utilisée sur des textes courts et plus grands qu'un texte de labour : en-tête de site web, affiche, couverture de livre, etc.

245 Kelsey Ables, « Selfies and sunsets be gone: The latest Instagram trend is PowerPoint-style presentations », *Washington Post* [en ligne], 16 août 2020 ; Micha Frazer-Carroll, « Can the Instagram infographics save us? », *The Independent* [en ligne], 26 mai 2021.

246 Terry Nguyen, « How Social Justice Slideshow Took Over Instagram », *Vox* [en ligne], 12 août 2020.

247 Listés en Annexe 4.



Instagram Slideshow Activism Bingo			
ça rappelle les publicités	interchangeable : aucun rapport entre le texte et l'esthétique	"ubiquitous"	on confond marketing et militantisme
c'est récupérable	uniformité, tout se ressemble	"cooptation", "commodification"	"powerpoint activism"
tons pastels "bubbly fonts" couleurs vives	peut-on vraiment esthétiser les luttes comme ça ?	succès incroyable parfois imprévu	c'est de l'activisme performatif qui n'a aucun effet réel
"algorithmic activism"	"bite-sized information"	attention ce format ne suffit pas à s'informer mais beaucoup s'en contentent !	Instagram lutte contre ces usages imprévus

Ill. 13 - Slideshow Activism.

13a. Terry Nguyen, « How Social Justice Slideshow Took Over Instagram », *Vox*, 12 août 2020. Image d'entête de l'article, par Zac Freeland. [↗]

13b. Bingo des arguments les plus fréquents dans les articles de critique du « militantisme PowerPoint » (*Slideshow Activism*). La liste des sources consultées pour l'élaboration de ce bingo est en annexe (Annexe 4).

Instagram²⁴⁸, j'ai réalisé un « bingo » des critiques les plus récurrentes (I11. 13b). Tous les articles trouvés cochent au moins 4 cases de ce bingo. J'ironise sur ces critiques du « *slideshow activism* » ou « militantisme PowerPoint²⁴⁹ » parce qu'elles font d'un format à succès un objet très facile à critiquer, que l'on adore détester. L'esthétique de ces contenus de vulgarisation et notamment leurs couleurs pastel reviennent régulièrement dans les articles comme preuve de leur caractère « récupérable ».

Ce type de discours conduit à une hiérarchisation des formes et des pratiques, des plus radicales aux plus compatibles avec une absorption capitaliste. Le danger est celui de déplacer la responsabilité de la récupération vers les féministes, jusqu'à considérer que si les luttes sont récupérées, c'est qu'elles étaient récupérables. Dans le cas des affiches de mai 68, emblématiques de l'histoire du graphisme militant, les responsables désignés de la récupération et du « recyclage » graphique sont les publicitaires²⁵⁰ ou les collectionneurs²⁵¹. Le féminisme pop au contraire « se laisse absorber par le marché et la culture de masse²⁵² », il en est tenu pour responsable. C'est aussi ce que fait Chelsea Reynolds lorsqu'elle semble guetter les contradictions chez ses enquêtés.

Cette échelle de récupérabilité, calquée sur une échelle de radicalité des productions graphiques militantes, est inadaptée pour plusieurs raisons.

Premièrement, il n'y a évidemment pas toujours d'équation entre la radicalité des formes et la radicalité des idées, les deux étant d'ailleurs très subjectives. Dans son mémoire de DNSEP design graphique, Eugénie Bidaut propose un panorama des vocabulaires graphiques des mouvements LGBTQ+ en France²⁵³. Après une première classification en deux grandes familles, les « assimilationnistes » et les « révolutionnaires », elle montre qu'il existe des exceptions et des contradictions liées à cette partition. L'association Oui Oui Oui par exemple serait politiquement

248 Marie-Anne Paveau, « Technographismes en ligne. Énonciation matérielle visuelle et iconisation du texte », *Corela. Cognition, représentation, langage*, HS-28, 11 juin 2019.

249 Barthélemy Dont, « Pourquoi les « PowerPoint militants » ont envahi Instagram », *korii* [en ligne], 26 août 2020.

250 Julien Hage, « La casse graphique ».

251 Laurent Gervereau, « Les affiches de « mai 68 » ».

252 Aurélie Lanctôt, « Des paillettes aux revendications ».

253 Eugénie Bidaut, *D'Himmler à Madonna, tour d'horizon des vocabulaires graphiques utilisés par les mouvements LGBTQ+ en France*, mémoire de DNSEP option design graphique, EESAB Rennes, Rennes, 2019.

classée parmi les assimilationnistes car elle défend un agenda réformiste centré sur l'égalité des droits. Pourtant, elle utilise un vocabulaire graphique qui emprunte à la famille décrite par Bidaut comme révolutionnaire. L'autrice note « l'utilisation des couleurs rose et noir mais également des compositions quasi exclusivement typographiques dans une linéale brute et bien droite, en capitales, qui rappellent les productions d'ACT UP²⁵⁴ ». Pour l'autrice, cette inadéquation entre l'agenda politique et l'imaginaire graphique employé peut provenir d'une part d'un « brouillage graphique » : les entreprises et les associations ont accès aux mêmes outils de création graphique²⁵⁵. D'autre part, Eugénie Bidaut note des manques dans la « passation » des codes graphiques LGBTQI+ d'une génération à l'autre, ce qui conduit à « un attachement fort et désespéré²⁵⁶ », au recyclage constant des mêmes signes quelles que soient les revendications portées.

Il faudrait également saisir de quelle « radicalité » il est question : certains éléments graphiques décrits comme superficiels – Aurélie Lanctôt associe les paillettes à un féminisme popo limité²⁵⁷ – sont des outils de subversion des codes des luttes sociales dans certains contextes. Le Pink Bloc par exemple est une forme de manifestation féministe et queer composée de performances de rue qui subvertissent les normes de genre, de codes visuels communs au groupe comme la couleur rose et les paillettes, d'interventions musicales, dansées, carnavalesques. Sous certains aspects, le Pink Bloc reprend des codes de la frivolité tactique, une forme de manifestation née des mouvements altermondialistes et anticapitalistes britanniques dans les années 1990, qui repose sur l'humour, le théâtre, la fête, les codes visuels du carnaval²⁵⁸. Il en diffère cependant « par son orientation principale résolument féministe et queer²⁵⁹ » et par une contestation de l'injonction à la non-violence, revendiquant « la violence et la colère comme agir politique²⁶⁰ ».

Deuxièmement, la proximité avec les codes graphiques des entreprises ne saurait servir de seul critère pour juger de la radicalité ou de la « récupérabilité » d'une

254 *Ibid.*, p. 56.

255 *Ibid.*, p. 54.

256 *Ibid.*, p. 56.

257 Aurélie Lanctôt, « Des paillettes aux revendications ».

258 Francis Dupuis-Deri, « Penser l'action directe des Black Blocs », *Politix*.

Revue des sciences sociales du politique, vol. 17, n° 68, 2004, p. 79-109.

259 Marie-Emilie Lorenzi, *Activisme rose : cultures et arts féministes queer en France*, Thèse de doctorat, Université Paris I Panthéon-Sorbonne, Paris, 2015, p. 293.

260 *Ibid.*, p. 294.

production graphique. Dans les articles de presse à propos des « PowerPoint militants », la ressemblance avec les contenus de marques « de millenials²⁶¹ » sur les réseaux sociaux est vue comme un indice supplémentaire de la superficialité du contenu. Le fait que des entreprises, des associations et des collectifs militants informels utilisent les mêmes codes graphiques – et d’ailleurs le même réseau social – invite bien sûr à la vigilance, mais l’emploi de stratégies proches de celle de la publicité et de la communication de masse n’est pas toujours vue comme suspecte dans l’histoire du graphisme militant. Dans l’article « A Manifesto With Ten Footnotes », Michael Bierut écrit :

L’interprétation la plus évidente est que les graphistes font un travail d’information et que les agences de publicité font un travail de persuasion. Dans l’univers de First Things First, la première est bonne et la seconde est mauvaise. Mais certains des travaux les plus efficaces réalisés au nom de causes sociales se sont appropriés ni plus ni moins ces mêmes « techniques et appareils » [de la publicité] : pensons au travail de Gran Fury dans la lutte contre le VIH, ou à l’agitation des Guerrilla Girls pour l’égalité des sexes dans le domaine des beaux-arts²⁶².

Dans cette logique, pourquoi encenser l’efficacité graphique des Guerrilla Girls qui n’a rien à envier à la publicité, tout en reprochant aujourd’hui à des posts Instagram de reprendre les codes graphiques des marques ? Est-ce parce que le second existe en ligne, ce qui dévaluerait sa portée politique ? Cet exemple montre que si une vigilance sur les relations entre graphisme militant et graphisme publicitaire est nécessaire, celle-ci ne doit pas reposer que sur une attaque des visuels pastel.

Troisièmement, une créatrice, association ou collective peut mobiliser plusieurs pratiques graphiques, plusieurs esthétiques militantes. La collective belgo-française Bye Bye Binary, fondée en 2018, conduit des expérimentations graphiques et typographiques autour du langage et de l’écriture inclusive : création de glyphes, élaboration d’un inventaire typographique, ateliers pédagogiques

²⁶¹ Le terme *millenials* désigne la génération née entre 1980 et 1995. Les marques citées sont entre autres Casper (matelas) et Glossier (cosmétiques), entreprises dont le marketing est centré sur la production de contenu sur Instagram.

²⁶² Michael Bierut, « A Manifesto With Ten Footnotes », p. 27.

et de recherche²⁶³. La collective revendique une pratique de « création d'imaginaires », un droit à la production de formes « Camp, cheesy, dégoulinantes, clinquantes, et qui sont irrécupérables²⁶⁴ » (I11. 14b). Toutefois, ce n'est pas son seul champ d'action : elle conduit des travaux sur la lisibilité et l'accessibilité de l'écriture inclusive²⁶⁵, travaille à l'encodage des caractères inclusifs pour faciliter leur utilisation²⁶⁶, notamment sur les logiciels de traitement de texte, et développe des glyphes inclusifs pour des polices de caractère destinées au domaine académique : la Times New Roman²⁶⁷, mais aussi la Baskervvol, utilisée pour la composition de cette thèse (I11. 14a).

« L'utilisation du Baskervvol, une police de caractères présentant une autorité stylistique et historique similaire [au Times New Roman], mais libérée par sa licence, permettrait l'introduction de glyphes non binaires dans les lieux normatifs de diffusion des savoirs²⁶⁸. »

Ces pratiques graphiques diverses se retrouvent sous une même bannière : la conception de la typographie comme « post-binarisme politique » dans les mots de Camille Circlude²⁶⁹. La non-binarité se pose comme refus et subversion de la binarité de genre, et s'y réfère pour s'y opposer. Le post-binarisme invite à un dépassement du concept de binarité, qui repose sur de nouvelles narrations et de nouvelles épistémologies, qui projettent un monde qui ne soit pas seulement *en dehors*, mais aussi *après* la binarité. La collective construit aussi une éthique et des pratiques de travail collectives, en réseau, avec une diffusion sous licence libre qui permet la contamination, prolifération, pollinisation²⁷⁰ de ces formes typographiques. Nous retrouvons ici les métaphores organiques de l'horizontalité développées dans le chapitre 1 (cf. 1.1.4). L'exemple des pratiques graphiques

263 genderfluid.space.

264 H. Mourrier, cité dans Elise Goutagny, « Pratiques féministes et queer de la microédition. Graphisme, langage, transmission », *Techniques & Culture*, vol. 77, n° 1, 2022, p. 158-177.

265 Sophie Vela, *Révolution typographique post-binaire*, typo-inclusive.net, consulté le 8 août 2023.

266 Voir la Queer Unicode Initiative (QUNI) pour l'encodage des glyphes inclusifs : typotheque.genderfluid.space/quni.

267 T*Félix Kazi-Tani, « Typographies inclusives #2 : le Times New Roman Inclusif d'Eugénie Bidaut », *Balises*, 10 mai 2021.

268 Bye Bye Binary, « Imaginaires typographiques inclusifs, queers et non binaires », *RADDAR*, n° 3, 2021, p. 16-29. Notons que la phrase est au conditionnel dans l'article de la revue *RADDAR*, mais passe au présent de l'indicatif dans la description de la police Baskervvol sur la typotheque.

269 Camille Circlude, *La typographie post-binaire. Au-delà de l'écriture inclusive*, Paris, B42, 2023.

270 Camille Circlude, « La typographie comme technologie du post-binarisme politique », *Révolution typographique post-binaire* [en ligne], 1^{er} juin 2021. Le concept de pollinisation est emprunté à Laurence Rassel.

* Typothèque	Utilisatrices	Dessinateurtes	QUNI	Licences	À propos / Dons
Baskervvol Version 1.0					
<p>Le Baskervvol est une reprise par BBB du Baskerville de l'Atelier national de Recherche typographique (ANRT), lui-même repris du Baskerville de Claude Jacob de 1784, dessiné par John Baskerville en 1756. John Baskerville est un cas exemplaire de l'invisibilisation des femmes dans l'histoire de la typographie. Sarah Eaves, sa compagne et associée, qui reprit</p>	<p>Le Baskervvol est une reprise par BBB du Baskerville de l'Atelier national de Recherche typographique</p>	<p>rice</p>			
<p>Le Baskervvol est une</p>		<p>ÉE</p>			
Bye Bye Binary	Télécharger	GitLab	Faire un don		



Ill.14 - Bye Bye Binary et la typographie post-binaire.

14a. Bye Bye Binary, capture d'écran de la page de présentation de la police Baskervvol dans la typothèque inclusive en ligne. typotheque.genderfluid.space/baskervvol.

14b. Bye Bye Binary, bannières exposées lors de l'exposition « Queer Rising », Toulouse, 2022. Commissariat : Jérôme Carrié. (photo. Jérôme Carrié).

de la collective Bye Bye Binary montre que la démarche politique, ici post-binaire, queer, féministe, ne se construit pas que par les formes, mais par l'ensemble de la démarche de travail et des relations au sein de la collective.

Quatrièmement enfin, l'échelle de valeur entre formes graphiques radicales et formes graphiques récupérables est intenable car elle crée un paradoxe. Les affiches de mai 68 seraient à première vue emblématique d'un graphisme militant « radical », elles sont parfois décrites de cette façon dans les ouvrages d'histoire du graphisme. Richard Hollis note par exemple que « ni dans le médium, ni dans le message, il n'y a de place pour la nuance de ton²⁷¹ ». Ces affiches sont gouvernées par l'urgence. Pourtant, comme nous l'avons vu plus haut, c'est précisément le fait de considérer ces productions graphiques comme des exemples de radicalité qui les rend fascinantes, donc d'autant plus sujettes à l'esthétisation, à la dépolitisation, et à la récupération. Le phénomène est similaire concernant les collages féministes : c'est la constitution d'un imaginaire de l'héroïsme et de la puissance qui les dépossède de leur discours politique et les transforme en objets de contemplation. L'action politique se trouve, pour reprendre les mots de Madison et Klang, « réduit[e] à un acte qui conduit à une solution rapide, claire et directe du problème²⁷² ». Il apparaît que pour résister à l'esthétisation, il nous faut résister à un imaginaire de l'urgence, et résister à la fascination pour les productions les plus « radicales », « efficaces », « puissantes ».

271 Richard Hollis, *Graphic Design: A Concise History*, p. 184.

272 Nora Madison et Mathias Klang, « The Case for Digital Activism ».

2.4. *Conclusion*

Dans ce chapitre, nous avons vu que certaines habitudes conceptuelles et méthodologiques de l'histoire du design graphique – un récit centré sur un panthéon de grands designers, sur les productions les plus marquantes – sont inadaptées à l'étude des productions graphiques militantes. Dans les ouvrages d'histoire du design graphique examinés, les productions militantes occupent une place marginale, qui dans la majorité des cas sert la narration de l'histoire plus qu'elle ne prête attention au contexte de production des images. Les chapitres ou sections sur les affiches des années 1960-1970 sont conçues comme une respiration entre le style international suisse et le graphisme post-moderne.

Lorsque les ouvrages sont centrés sur les productions graphiques militantes, un autre problème émerge : l'accent sur les images les plus spectaculaires, puissantes, urgentes, habitue notre regard à ne considérer comme dignes d'étude que les images les plus fascinantes, et l'accumulation de ces productions toutes plus exceptionnelles les unes que les autres crée une certaine monotonie dans le récit de cette histoire graphique. À ce titre, j'ai salué la démarche de l'ouvrage de Liz Mc Quiston *Suffragettes to She-Devils*, qui propose une histoire graphique variée, constituée d'objets iconiques et ordinaires.

L'émotion suscitée par les objets graphiques et leurs reproductions se doit d'être régulièrement examinée, mise à distance, sans quoi la fascination intense pour certains objets de l'histoire graphique des luttes peut faire de la chercheuse en design graphique une participante de l'esthétisation des luttes, que j'ai définie dans ce chapitre comme l'action de vider une production militante de

sa dimension politique au profit de la seule dimension esthétique. Cette esthétisation a deux conséquences : la mise sur le marché des luttes, c'est-à-dire la transformation des formes militantes en objets de consommation ; et leur mise sous verre, c'est-à-dire leur transformation en objets de contemplation.

Il ne s'agit pas de dire que tout attrait et toute émotion pour les objets graphiques étudiés sont à exclure. Comme le rappelle Eloïsa Perez citant Roland Barthes, « le travail (de recherche) doit être pris dans le désir. Si cette prise ne s'accomplit pas, le travail est morose, fonctionnel, aliéné²⁷³ ». Cette attitude facilite le travail d'enquête, développe les intuitions et maintient l'attention. J'ai montré comment la matérialité des objets des objets graphiques, ou les traces de cette matérialité dans leurs reproductions, pouvait entretenir ce regard. Les féminismes des années 2010 et 2020 étant définis par l'utilisation de nouvelles technologies de communication et particulièrement des réseaux sociaux (cf. 1.3), leur apparente virtualité, leur absence de matérialité, leur standardisation, peut les rendre plus difficiles à étudier. Il s'agit alors de trouver d'autres traces, d'autres manières de regarder ces productions graphiques pour maintenir un regard attentif sans fétichisation.

Aides précieuses dans la construction de ce regard, les historiennes féministes du design nous invitent toujours à « rester avec », à la suite du « rester avec le trouble » de Donna Haraway²⁷⁴ : rester avec le désordre pour Martha Scotford²⁷⁵, rester avec l'encombrement et l'excès (*clutter*) pour Judy Attfield²⁷⁶, rester avec la fragmentation pour Sheila Levrant de Bretteville²⁷⁷. Utiliser des métaphores textiles qui ont une forte tactilité, plutôt que des métaphores de la fluidité et de la transparence souvent employées pour parler de productions numériques, permet de redonner de la matérialité, de la tangibilité, aux pratiques féministes numériques²⁷⁸ (cf. 1.1.4).

273 Roland Barthes, cité dans Eloïsa Perez, « Pratiques de recherche en design graphique : état des lieux d'une construction. », *Graphisme en France*, 2016, p. 33.

274 Donna Jeanne Haraway et Vivien García, *Vivre avec le trouble*.

275 Martha Scotford, « Messy History vs. Neat History ».

276 Judy Attfield, *Wild things*.

277 Sheila Levrant de Bretteville, « Some Aspects of Design from the Perspective of a Woman Designer » ; Ellen Lupton et Sheila Levrant de Bretteville, « Reputations: Sheila Levrant de Bretteville », *Eye*, vol. 2, n° 8, 1993.

278 Sadie Plant, *Zeros + ones: digital women + the new technoculture*, Londres, Fourth Estate, 1998 ; Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, Paris, Presses des Mines, 2022.

Ce chapitre a permis de montrer que l'esthétisation des luttes est facilitée lorsque les productions sont isolées de leur contexte de création et de diffusion, lorsque les objets graphiques deviennent seulement des images, voire des icônes. Une fois encore, la nature des productions graphiques numériques facilite cette extraction du contexte. Contrairement à un scan ou une photographie d'une affiche qui peut garder des traces de la matérialité de l'objet, contrairement à une photo de collage féministe qui montre nécessairement l'environnement du collage, les productions nativement numériques comme les posts Instagram composés de texte, parfois appelés « PowerPoint militants », ne sont pas aussi fortement attachés à un contexte matériel de production. La construction d'un regard adapté à l'étude des pratiques graphiques féministes contemporaines nécessite donc une attention particulière aux espaces de production et de diffusion : réseaux sociaux, logiciels et applications de composition par exemple. Ces constats guideront le protocole d'observation et de collecte de ces productions, exposé dans le chapitre suivant.

chapitre 3

plonger dans l'enquête

Après une lecture des féminismes contemporains à partir de leurs métaphores, et une analyse des regards portés sur le graphisme militant, l'objectif du présent chapitre est de rendre compte d'une plongée dans le paysage féministe, dans le(s) terrain(s) de recherche. Au cours du chapitre 1, nous avons survolé une grande diversité de pratiques et objets graphiques : collages, comptes Instagram, manifestations, revues, etc. Tout ce matériau potentiel vient d'un ensemble d'actrices hétérogènes, des internautes anonymes aux associations en passant par une constellation de collectifs informels.

Devant cette immense étendue d'actrices et de pratiques, la tentation de l'inventaire est grande, et j'y ai parfois succombé, malgré ma proposition du chapitre 2 de « rester avec le désordre ». Le souhait de tout explorer et celui de tout étiqueter se sont souvent mis en travers de l'analyse, et il s'agit ici de revenir sur les différentes phases de l'enquête, les outils mobilisés, les difficultés rencontrées.

La première phase est celle de la tentative de cartographie du paysage féministe, dont je propose plusieurs représentations graphiques sous forme de schémas. La deuxième phase est celle de l'immersion dans un espace en particulier : Instagram. La rencontre avec les actrices et l'articulation entre observation et entretiens forment la troisième phase. À la suite de ces trois parties, un détour par la philosophie du langage et l'anthropologie de l'écriture, autour de la notion de « prise de parole », permettra de faire la transition entre les coulisses de l'enquête et sa restitution.

3.1. *Ranger le paysage féministe*

Josiane Jouët, dans *Numérique, féminisme et société*, offre une description du paysage féministe qui nous intéresse par ses nombreuses métaphores :

Les féminismes, dans la foulée de la prolifération des groupes des années 1970, se déploient aujourd'hui sous le régime de la multiplicité. Multiplicité de causes, de groupes, d'auto-publications, d'initiatives durables ou ponctuelles, qui défie toute tentative de cartographie ne pouvant être, par essence, que temporaire et instable. On pourrait penser que les féminismes s'apparentent à un rhizome se développant par prolifération. Cette image du rhizome, empruntée à Deleuze et Guattari (1980) peut illustrer les féminismes contemporains comportant diverses racines puisées dans l'histoire des luttes des femmes, ayant des tiges aériennes poussant sur le web et reliées par des connexions bifurquant selon les causes. La métaphore biochimique me paraît plus pertinente, car les féminismes numériques peuvent également être assimilés à un vaste amas de molécules et d'atomes qui s'attirent, s'agrègent, se repoussent,

se dissipent ou se recomposent dans un mouvement fluide. Sur le Net, molécules et atomes tissent des mailles ; ces mailles forment occasionnellement des entrelacs ou étirent leurs fils de manière autonome¹.

Ce passage introduit une cartographie des grandes tendances des féminismes contemporains. Bien que les métaphores textiles traversent tout l'ouvrage, Josiane Jouët emprunte à deux autres imaginaires, celui du rhizome (chapitre 1) et celui de la molécule. Elle admet d'emblée la résistance du paysage à la cartographie, et réaffirme quelques lignes plus bas que « l'objectif n'est pas de dresser ici un tableau exhaustif (tâche impossible) et représentatif (tâche risquée) des espaces féministes² ».

Au début de ce travail de recherche, j'avais le souhait de décrire le paysage graphique féministe contemporain dans son ensemble. J'ai renoncé ensuite à cette entreprise pour resserrer l'étude sur les rencontres avec les actueuices, mais il reste de cette étape des traces de ces tentatives de représentation des espaces des luttes féministes.

Une première série de schémas (111.15) explore les relations entre 2 puis 3 espaces féministes. Les militantes féministes de la première et de la deuxième vague investissent au moins deux espaces de luttes distincts, que j'appellerai l'espace de la rue et l'espace de l'édition.

Les pratiques graphiques qui investissent l'espace de la rue ont pour vocation de rendre les féministes et leurs revendications visibles et identifiables dans l'espace public par des banderoles, pancartes, collages ou graffitis. La manifestation et les happenings politiques, des suffragettes aux Femen³, sont les principaux moyens d'action dans la rue. Les banderoles, tracts, pancartes imprimées ou manuscrites⁴ sont complétées de collages urbains dès les années 1970. Des photographies de l'époque montrent des affichages d'illustrations et de slogans, parfois en grand format (~A0) accompagnant les manifestations⁵.

1 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, Paris, Presses des Mines, 2022, p. 85.

2 *Ibid.*

3 Christine Bard, « Mon corps est une arme », des suffragettes aux Femen », *Les Temps Modernes*, n° 678, 2 juin 2014, p. 213-240.

4 L'exposition « Parisiennes citoyennes » au musée Carnavalet (28 septembre 2022 - 29 janvier 2023) et son catalogue proposent une sélection d'objets graphiques : Musée Carnavalet, *Parisiennes citoyennes ! Engagements pour l'émancipation des femmes*, Paris, Paris Musées, 2022.

5 Catherine Deudon, *Un mouvement à soi : images du mouvement des femmes 1970-2001*, Paris, Syllepse, 2003, p. 33-35. Photographie d'une manifestation du 25 juin 1971.

La fin de la décennie 2010 est marquée surtout par l'arrivée des collages contre les féminicides à partir de 2019, plus fréquemment nommés « collages féministes » aujourd'hui. Autre action prenant place dans la rue, l'association Nous Toutes propose sur son site internet plusieurs visuels à imprimer et afficher ou brandir dans l'espace public : autocollants, pancartes de manifestation et affiches pour féminiser les noms des rues⁶. Ces pratiques et objets graphiques constituent une partie du paysage graphique féministe, qui se déploie dans l'espace de la rue.

L'espace de l'édition désigne au sens large la production d'imprimés tels que les journaux, revues, fanzines, livres édités par des maisons d'éditions qui se définissent comme féministes. Les pratiques d'édition mettent le féminisme en pages et occupent un espace médiatique, culturel et militant. Médiatique, quand il s'agit de proposer une lecture féministe de l'actualité et de la société ; culturel, lorsque les textes publiés construisent des imaginaires et des récits féministes ; militant, lorsque les imprimés permettent aux militant·es de se rassembler, de s'organiser, de penser les luttes.

Les militant·es s'appuient sur les médias qui se développent à chaque époque⁷. La presse féministe émerge en France dès le XIX^e siècle pendant la première vague, à travers des journaux comme *La Voix des Femmes* ou *La Fronde*⁸. Elle se renouvelle au moment de la deuxième vague dans une multitude de journaux ou bulletins ronéotés⁹, aux tirages plus ou moins réguliers et à la durée de vie souvent courte. La création des Éditions des Femmes en 1972 installe l'édition féministe dans le paysage éditorial français. Aujourd'hui en 2023, cet espace de l'édition est immense et foisonnant, et recouvre des pratiques éditoriales et graphiques d'une grande diversité. Outre la création de nouvelles maisons d'édition¹⁰ ou de collections dédiées aux textes féministes¹¹, on observe une grande variété d'objets

6 Disponibles en ligne : noustoutes.org/ressources-actions.

7 Claire Blandin, « Présentation. Le web, de nouvelles pratiques militantes dans l'histoire du féminisme ? », *Réseaux*, vol. 1, n° 201, janvier 2017, p. 9-17.

8 Mary Louise Roberts, « Copie subversive : Le journalisme féministe en France à la fin du siècle dernier », *Clio. Femmes, Genre, Histoire*, n° 6, 1^{er} novembre 1997.

9 Liliane Kandel, « L'explosion de la presse féministe », *Le Débat*, vol. 1, n° 1, 1980, p. 105-128 ; Martine Laroche et Michèle Larrouy, *Mouvements de presse : Années 1970 à nos jours, luttes féministes et lesbiennes*, Paris, ARCL Archives lesbiennes, 2009.

10 Les éditions iXe (2010), Hors d'atteinte (2018), Daronnes (2020) présentent spécifiquement leur démarche comme féministe, mais des maisons d'édition indépendantes orientées vers la politique et la critique sociale proposent également leur lot de textes féministes.

11 Par exemple la collection « Sorcières » des éditions Cambourakis, fondée en 2015 et dirigée par Isabelle Cambourakis.

imprimés : fanzines collectifs comme ceux de *GangReines*, périodiques comme *La Déferlante*, *Panthère Première* ou *AssiégéEs*, revues annuelles présentes également en ligne comme *Deuxième page* ou *Les Ourses à Plumes*, magazines plus expérimentaux comme *Censored...* Ce paysage éditorial est donc lui aussi très riche, et regroupe des productions résultant de savoir-faire, de moyens financiers, de corps de métier et de choix graphiques hétérogènes.

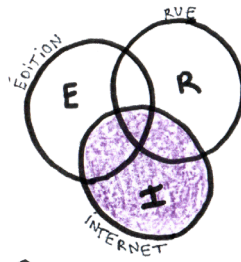
Que fait l'arrivée d'internet, puis des réseaux sociaux, à ce duo d'espaces ? Je ne considère pas le numérique comme une série d'outils qui viendraient augmenter les luttes existantes, mais comme un troisième espace, un territoire à investir, au même titre que la rue et l'édition. Ce vaste territoire couvre lui aussi des initiatives diverses : sites web d'associations, revues en ligne, blogs personnels, comptes sur les réseaux sociaux... Comptent également dans cet espace les sites qui proposent des archives numérisées comme le fait le collectif Archives Autonomies¹², ou des brochures à imprimer comme sur infokioques.net.

Nous nous retrouvons donc avec 3 espaces à observer (I11. 15a). Ils sont mouvants, et leurs frontières sont poreuses : de nombreuses initiatives féministes investissent plusieurs de ces espaces, nous le voyons quelques lignes plus haut à travers les exemples de revues présentes en ligne et en librairie. Il me semble toutefois utile de penser ces espaces séparément, car ils sont régis par des contraintes techniques et des usages spécifiques : écrire un slogan sur une pancarte, l'imprimer en couverture d'un journal, le publier sur une page web ou sous forme de post Instagram, ne nécessitent pas tout à fait les mêmes compétences ni les mêmes choix graphiques. Observer et analyser des pratiques graphiques féministes des années 2010-2020 suppose de penser conjointement ces trois espaces : quelle importance donner à chacun ? Lequel explorer en priorité ?

L'aspect novateur, bouleversant, omniprésent des pratiques numériques en ligne nous invite à donner davantage de place au vaste « espace d'internet » sur ce schéma. Plusieurs représentations sont possibles. On peut simplement grossir le cercle alloué à cet espace, pour lui donner davantage de poids (I11. 15b).

Toutefois, lorsque les auteuices du corpus restreint de 13 textes analysés dans le chapitre 1 posent internet et les réseaux sociaux comme éléments nécessaires

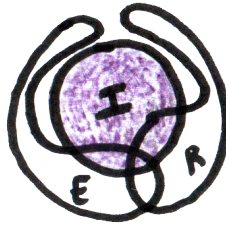
12 Le site propose entre autres des scans des journaux féministes *Pétroleuses* et *Le Torchon Brûlé*, de bonne qualité et permettant la recherche plein texte. archivesautonomies.org.



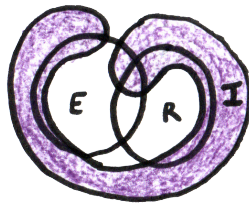
15a. Croisement de 3 espaces féministes : espace de la rue, espace de l'édition, espace d'internet.



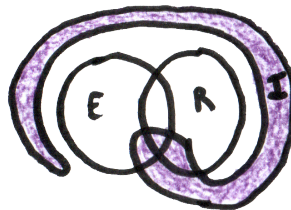
15b. Donner plus d'importance à l'espace d'internet ?



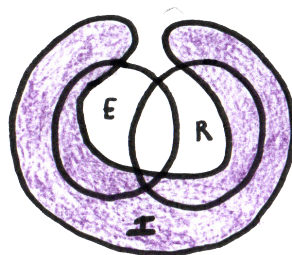
15c. Internet, espace central des luttes féministe ?



15d. Internet, espace englobant ?



15e. Internet, internet, espace qui cadre et prolonge les autres espaces des luttes féministes ?



15f. Internet, espace inévitable et étouffant ?

Ill.15 - Schéma des relations entre les espaces féministes.

bien que non suffisants pour caractériser l'émergence d'une quatrième vague féministe, il semble que cet « espace d'internet » ne soit pas nécessairement plus important ou plus étendu que les autres, mais plutôt placé au centre du paysage (I11. 15c).

L'observation des pratiques graphiques féministes menée sur 3 ans pendant ce travail de recherche me conduit à dessiner une autre répartition de ces trois espaces. La quantité de maisons d'édition, revues, fanzines, associations présentes sur Instagram aux côtés d'individus recueillant des témoignages ou diffusant de l'information suggère que l'espace d'internet serait en fait un espace englobant, qui se déploie sur et autour de l'espace de la rue et de celui de l'édition (I11. 15d). La manière de dessiner cet espace peut lui prêter deux connotations. Représenté comme un anneau fin autour des deux autres espaces, il apporte de la netteté, un contour (I11. 15e), représente une forme d'extension des espaces « historiques » des féminismes. Avec un dessin plus large et plus épais, ce vaste espace d'internet n'est plus enveloppant mais étouffant, on peut le lire comme la représentation d'un espace contraignant, impossible à éviter (I11. 15f).

Représenter de cette façon les relations entre les espaces investis par les féministes n'a pas pour but de cerner la forme exacte du paysage féministe, mais permet de rendre compte visuellement du vécu des actrices de ce paysage et de la relation parfois difficile qu'elles entretiennent avec les espaces en ligne, particulièrement les réseaux sociaux. La course à la visibilité, l'amplification des discours, l'exposition au cyberharcèlement, le manque de transparence des algorithmes et des décisions de modération des plateformes propriétaires en font des espaces contraignants et frustrants, source de fatigue militante¹³.

Cette représentation évoque également l'omniprésence d'Instagram dans le présent travail de recherche, la façon dont ce terrain a pris progressivement le pas sur les autres au cours de l'enquête. Cette forme de schéma peut devenir un outil méthodologique simple pour de futurs travaux, permettant de faire un point régulier sur l'espace mental que le/les terrains occupent dans l'esprit de la chercheuse. Dessiner la perte permettrait-il de la repousser ?

Outre les manifestations, collages, revues, fanzines, sites internet et posts Instagram, le paysage féministe contemporain est aussi jalonné de librairies

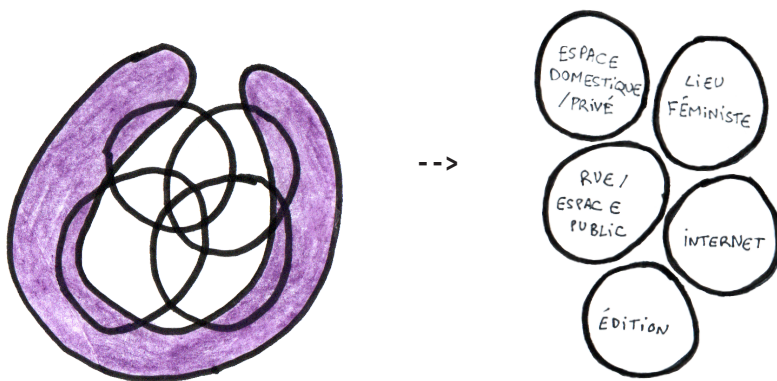
13 La réalisatrice et militante féministe Elvire Duvelle-Charles raconte et analyse ce phénomène dans *Féminisme et réseaux sociaux : une histoire d'amour et de haine*, Marseille, Hors-d'atteinte, 2022.

féministes, bibliothèques et fonds d'archive, bars militants, festivals ou locaux associatifs, que l'on est bien en peine de placer dans ce schéma tripartite. Ces exemples peuvent constituer un quatrième territoire, celui des lieux féministes. On peut d'ailleurs y inclure l'espace domestique : lorsque les colleuses préparent leurs slogans dans un appartement, lorsqu'une bibliothèque militante associative est hébergée dans un logement privé¹⁴, l'espace domestique devient, ponctuellement ou de manière durable, un espace féministe.

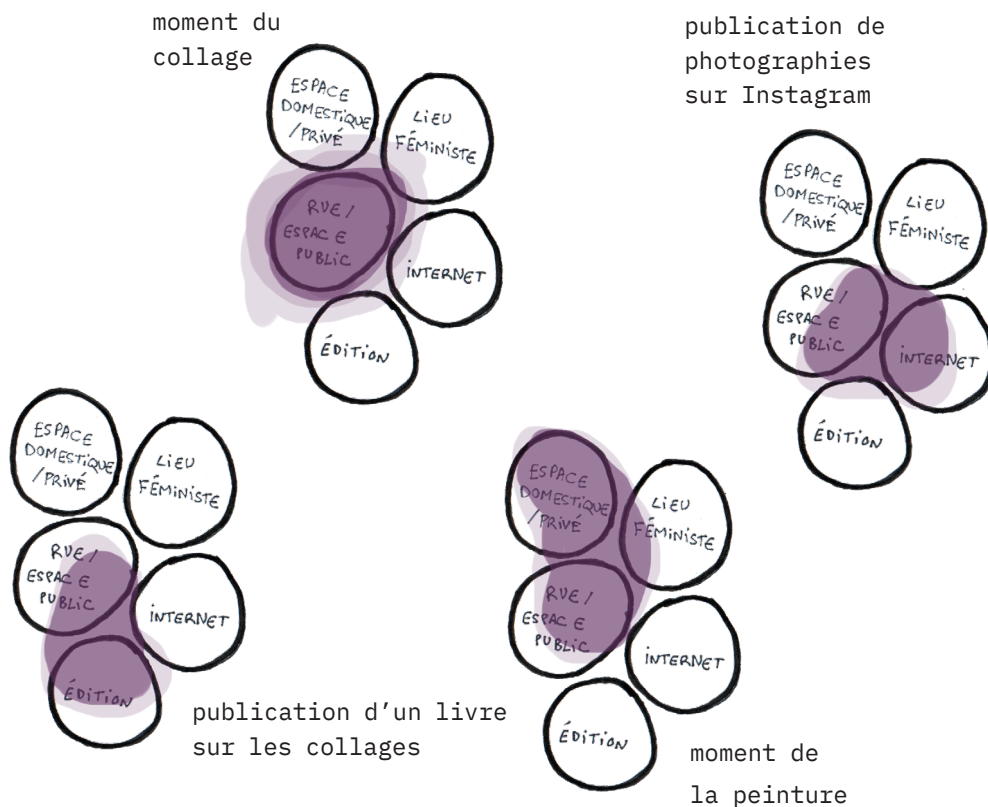
L'ajout du quatrième espace – ou cinquième avec l'espace domestique – pose deux problèmes pour représenter synthétiquement les espaces des luttes féministes. Le premier est visuel : cela complique la lecture du schéma, on peine à distinguer les différents espaces. Le second est heuristique : puisque l'on dessine des espaces tous entremêlés, et puisque les féministes investissent rarement un seul de ces espaces, il devient bien difficile de placer les actrices ou leurs initiatives sur cette représentation. La pratique du collage féministe par exemple peut se situer à l'intersection de la rue et d'internet, lorsqu'il s'agit de publier sur Instagram des photographies des collages. Elle est à l'intersection de l'espace de l'édition et de l'espace de la rue lorsque le groupe Collages Féminicides Paris publie son ouvrage *Notre colère sur vos murs*. Elle s'étend vers l'espace domestique lors du moment de la peinture, qui a souvent lieu dans un logement privé. Il n'est pas possible de résumer « les collages féministes » en un seul point sur la carte.

Alors, changeons à nouveau de représentation : plutôt que d'envisager les initiatives et pratiques féministes comme des points à placer fixement sur une carte, nous pouvons les penser comme des formes d'occupation des espaces féministes. La première étape est alors de dessiner les espaces féministes comme des cercles côte à côte, sans se préoccuper de leurs intersections (I11.16). Les pratiques féministes viennent ensuite colorer, remplir ces espaces, occuper ces territoires. Les mêmes intersections décrites plus haut pour le cas des colleuses féministes deviennent une série de surfaces colorées, en fonction des espaces occupés (I11.17). Visuellement, les pratiques des actrices ne sont plus des points fixes dans un paysage, mais occupent et recouvrent la surface de ce paysage de façon mouvante.

14 C'est le cas par exemple pour la bibliothèque bruxelloise Bicoli Collective, @bicoli_club sur Instagram.



Ill.16 - Passage d'une représentation des croisements et relations entre espaces, à une représentation des espaces côte à côte, en vue de leur coloration.



Ill.17 - Visualisation de l'occupation des espaces féministes par coloration : exemple des collages féministes.

En parallèle de ces schémas synthétiques, je propose sur les pages suivantes des représentations de chaque espace féministe et de ses subdivisions, en fonction des types d'objets et pratiques graphiques qui y prennent place (111.18). Bien qu'étant attachée au potentiel heuristique des métaphores textiles, je n'ai pas encore trouvé de manière de les développer graphiquement. Dans leur forme, les schémas rejoignent donc davantage l'imaginaire biologique et moléculaire invoqué par Josiane Jouët¹⁵, citée au début de ce chapitre.

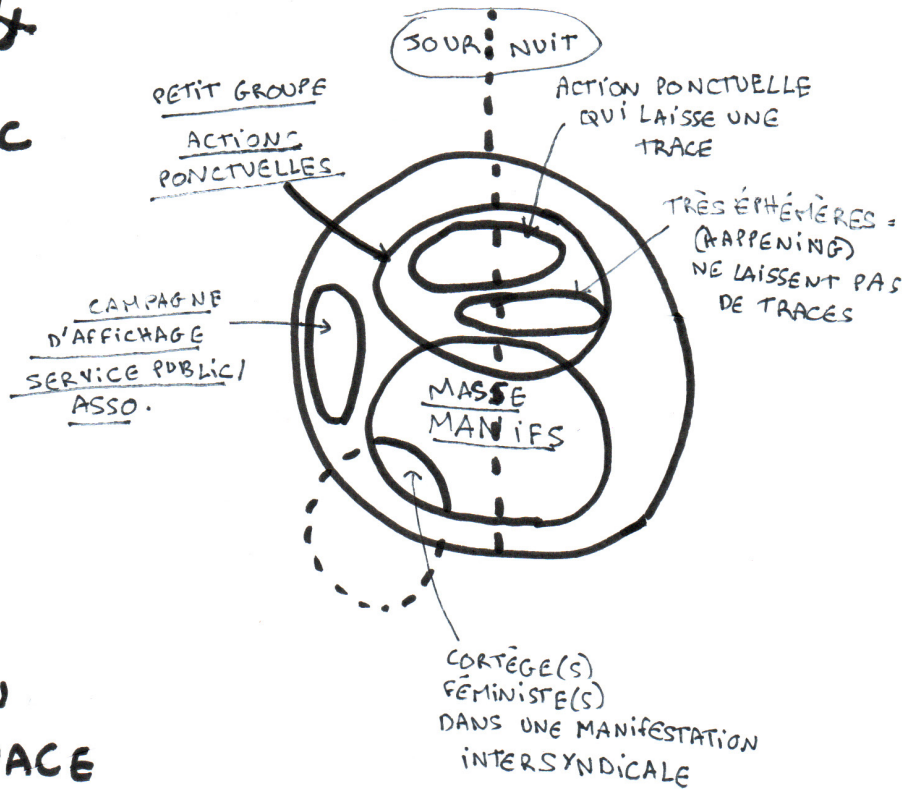
Il faut prendre en compte que cette représentation émane directement du regard de la chercheuse : dans le cas des colleuses, je colore les espaces en fonction de ce que je comprends des pratiques de collage, à partir des entretiens, de l'observation participante au cours des séances de collage et de l'analyse des photographies et de l'ouvrage édité. Il n'a pas été possible, dans le temps de ce travail de recherche, de confronter ces visualisations au regard que portent les féministes interrogés sur leurs propres pratiques. Cela pourrait constituer une prochaine étape de travail, qui serait une prolongation de cette exploration graphique, et une forme de restitution de la recherche aux enquêtés. Une discussion à partir de ces schémas permettrait de comprendre comment les actrices envisagent leur occupation des espaces féministes identifiés, et d'évaluer la lisibilité et la clarté de ces représentations, pour les faire évoluer. Ce dispositif tournerait la recherche vers une perspective collaborative ou participative, peu explorée au cours de ce travail. Cette approche nécessite donc d'autres méthodes et d'autres temporalités, et reste à l'état de potentiel.

Au regard de ces tentatives de cartographie du paysage féministe, il me semble qu'une représentation sous forme de réseau des relations entre les individus ou collectifs militants n'est ni possible ni souhaitable. En effet, souligner les liens entre différentes initiatives, nommer les individus identifiés comme des nœuds importants dans ce paysage, risque d'accentuer des mécanismes d'individualisation et d'incarnation de la lutte déjà redoutés des militantes¹⁶. Rendre visible les structures de ces réseaux – si tant est qu'elles soient identifiables – peut aussi rendre les militantes plus vulnérables aux attaques. Le flou et l'irrégularité du maillage féministe fait aussi sa force.

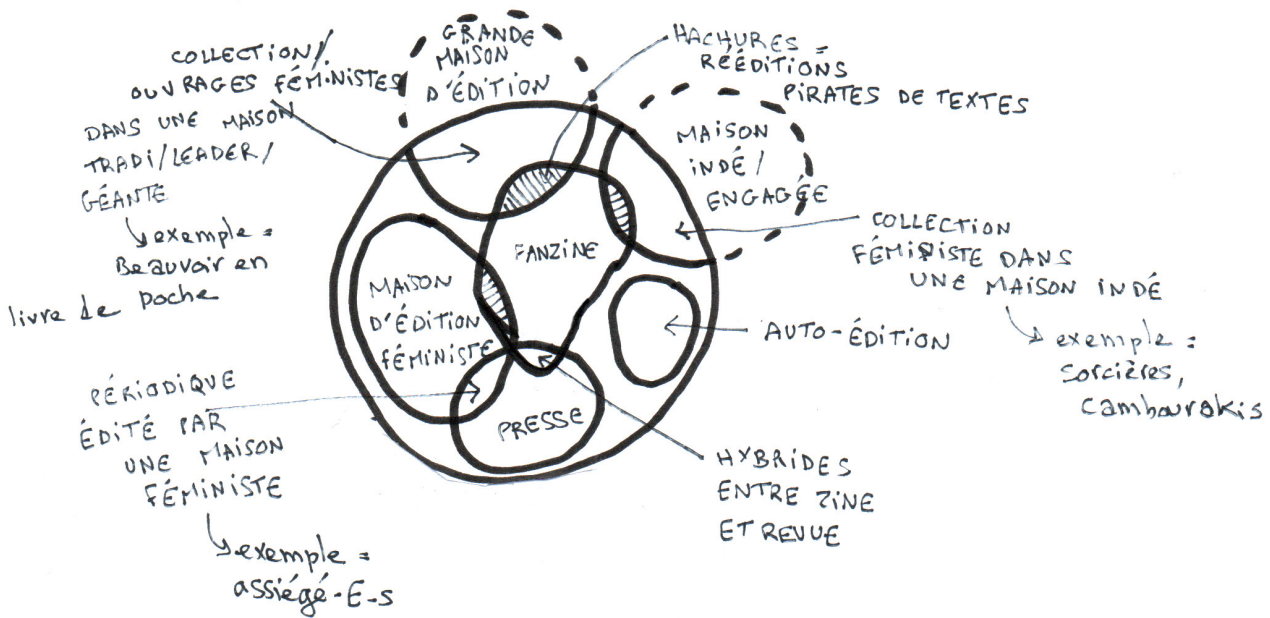
15 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, p. 85.

16 Costanza Spina, « Le militantisme et Instagram : toutes activistes... le temps d'une story ? », *Manifesto XXI* [en ligne], 30 mars 2022 ; Anouk Durocher, « Elvire Duvellé-Charles : « L'ère des féministes sur Instagram est vouée à s'éteindre » », *Manifesto XXI* [en ligne], 30 mars 2022.

RUE & ESPACE PUBLIC

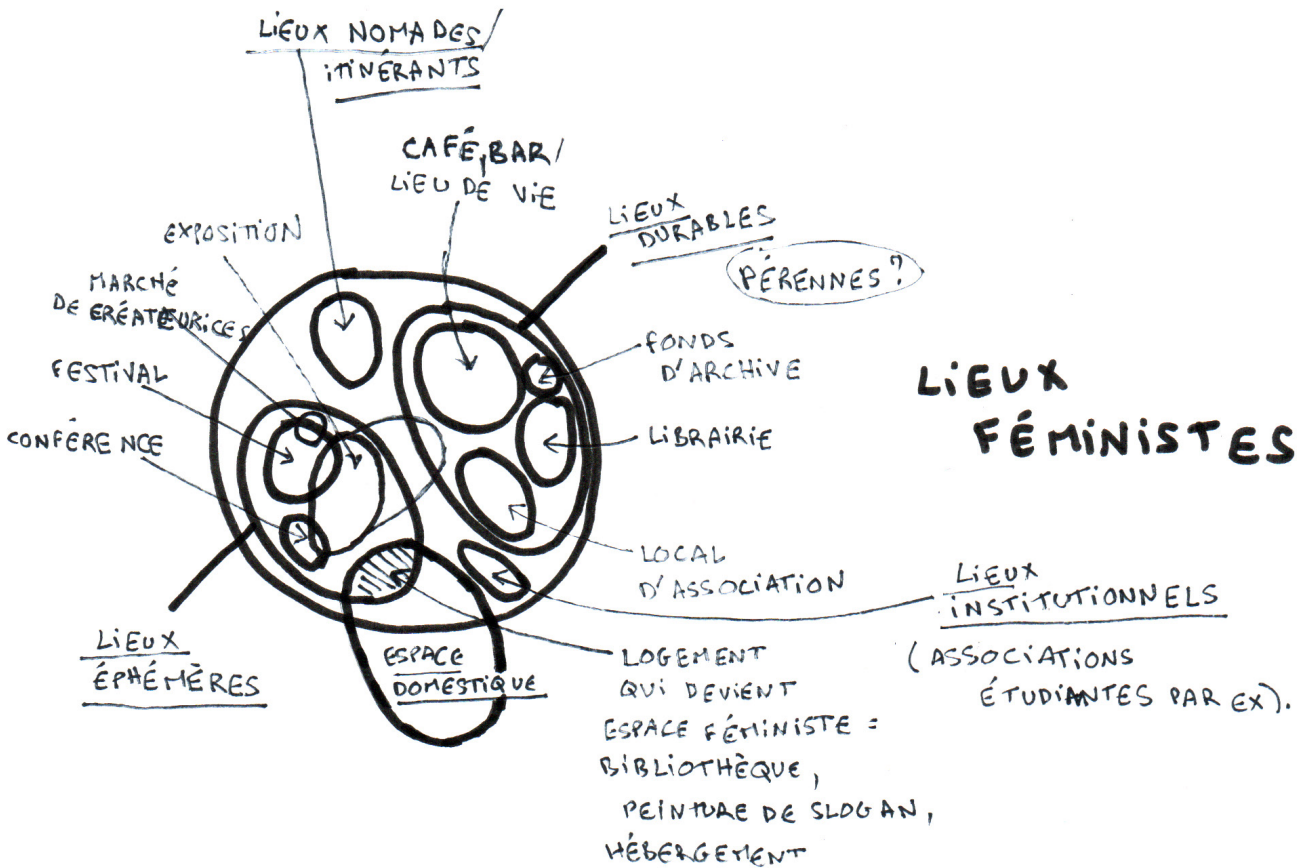
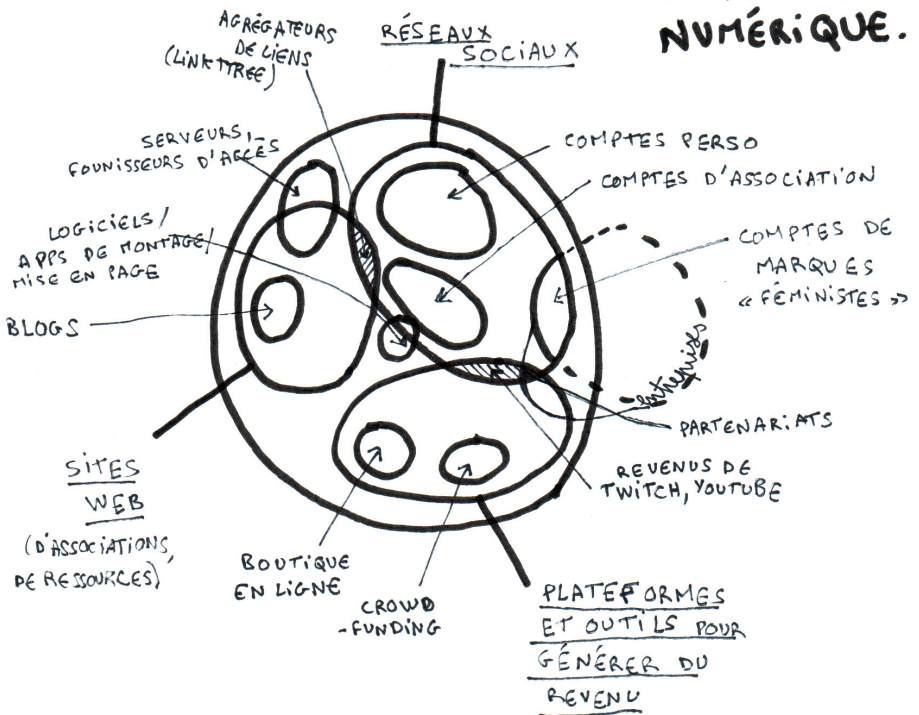


ÉDITION ET ESPACE DU LIVRE



Ill.18 - Cartographie des espaces féministes.

INTERNET ET ESPACE NUMÉRIQUE.



David Bertrand pointait en conclusion de sa thèse de doctorat qu'un « véritable recensement régulier des associations féministes, du nombre et de la sociologie de leurs adhérentes, ainsi que de leurs orientations idéologiques, manque à l'étude des féminismes¹⁷ », et constitue une limite aux recherches sur la quatrième vague. Ayant moi-même fait plusieurs tentatives de recensement au cours de ce travail, cela ne me semble ni possible ni vraiment souhaitable, pour plusieurs raisons.

Une approche par recensement des associations ne reflète pas le paysage féministe contemporain : de très nombreuses initiatives sur les réseaux sociaux sont individuelles et n'en restent pas moins importantes dans le paysage, pensons à Paye Ta Shnek par exemple. Beaucoup de collectifs sont informels et ne deviennent jamais des associations loi 1901, c'est le cas des colleureuses féministes. Le choix de ne pas avoir de statut juridique peut venir du souhait d'anonymat et de l'horizontalité de ce mouvement, peu compatible avec le fonctionnement du comité directeur d'une association. Le statut d'association paraît également peu compatible avec un mode d'action illégal : les collages peuvent être considérés comme un affichage sauvage ou un abandon de déchets sur la voie publique¹⁸.

L'exhaustivité, déjà difficile à atteindre en prenant en compte uniquement les associations, devient impossible si l'on cherche à recenser toutes les initiatives féministes. Si l'on inclut par exemple le recueil Paye Ta Shnek à cette liste potentielle, faut-il y ajouter tous les recueils sous la forme « Paye Ta... » ? Tous les recueils de témoignages sur les violences sexistes et sexuelles, le rapport au corps, la condition des femmes et minorités de genre disponibles en ligne ?

Tentée par cette pratique d'inventaire qui me semblait rassurante à une période, je me suis lancée dans une liste de maisons d'édition publiant des ouvrages féministes. Cette liste s'est bien vite heurtée à de nombreux obstacles méthodologiques, liés à la difficile définition de chacun des critères de recensement : qu'appelle-t-on une « maison d'édition », un « livre féministe », ou même un « livre », tout court ? Où se situe la frontière entre livre et fanzine, entre livre et brochure ?

17 David Bertrand, *Analyse structuro-cognitive d'une lutte pour la reconnaissance : l'émergence d'une quatrième vague féministe en France*, Thèse de doctorat, Université de Bordeaux, Bordeaux, 2021, p. 470.

18 Les différents « briefs légaux » des groupes de colleureuses évoquent plutôt un délit d'abandon de déchet sur la voie publique.

J'imaginai que l'inventaire me permettrait de cerner plus aisément le paysage de l'édition féministe, donc de pouvoir choisir des cas d'analyse graphique de collection ou de couvertures d'ouvrage. Cet inventaire ouvrait en fait un champ bien trop large, dont l'étude était incompatible avec le temps de la thèse. J'y renonçais... Pour me lancer dans un second plus vertigineux encore, celui des comptes Instagram féministes.

3.2. *Observer Instagram*

3.2.1. **État des travaux**

Parmi les travaux sur les militantismes sur les réseaux sociaux, les textes consacrés aux pratiques politiques sur Instagram sont encore peu nombreux, jusqu'à dix fois moins que ceux à propos de Twitter ou Facebook, d'après la chercheuse en design et esthétique des nouveaux médias Gemma San Cornelio¹⁹. Côté francophone, l'historien Alexandre Turgeon partage ce constat : « Twitter continue de retenir l'attention des chercheurs, au point où ils semblent n'avoir d'yeux que pour lui, à bien des égards²⁰ ». Gemma San Cornelio cite deux causes possibles de ce déséquilibre : la place assignée à Instagram dans le paysage médiatique, et les contraintes techniques de la collecte de données.

Premièrement, La compréhension d'Instagram comme espace politique et espace militant potentiel est plus tardive que pour d'autres réseaux sociaux. Au début des années 2010, les révoltes dans plusieurs pays arabes sont parfois qualifiées

19 Gemma San Cornelio, « Instagram Aesthetics for Social Change: A Narrative Approach to Visual Activism on Instagram », dans *The Sage Handbook of Digital Society*, Londres, SAGE Publications, 2022, p. 188-208.

20 Alexandre Turgeon, « Étudier la mémoire sur Twitter, composer avec celle de Twitter. Le cas de la Grande Noirceur et Révolution tranquille 2.0 au Québec en 2012. », dans *Pérenniser l'éphémère*, Université Catholique de Louvain, Académia-L'Harmattan, 2018, p. 67.

de « révolution Twitter²¹ ». Cette appellation, certes caricaturale, montre que les réseaux sociaux sont immédiatement identifiés comme des éléments moteurs de ces révoltes. D'autres travaux examinent la portée politique de Twitter en période électorale²², ou lors de polémiques sur la notion de genre²³. Instagram est absent de ce paysage. Pour San Cornelio, cela vient du fait qu'Instagram a très vite été associé dans l'imaginaire collectif au règne de l'image, avec tous ses travers : normativité des corps²⁴, abondance de contenu mis en scène, « ambitieux et inspirant²⁵ », ce qui laisse peu de place pour un regard précis sur ses usages militants. Notons que les militant·es investissent effectivement Instagram plus tardivement que d'autres réseaux sociaux : j'ai évoqué précédemment une bascule de Facebook et Tumblr vers Instagram autour de 2015. L'arrivée des stories en août 2016, et la possibilité de publier plusieurs images dans un seul post à partir de février 2017, ont pu favoriser l'installation des pratiques féministes que l'on observe aujourd'hui sur la plateforme.

Les travaux à propos d'Instagram reflètent cette place dans le paysage médiatique et militant. Un premier ensemble de travaux examine la représentation des corps sur la plateforme : censure de la nudité²⁶, représentation du handicap²⁷, acceptation de soi²⁸ (cf. 4.2.1, @seum_euse), impact des représentations sur l'image de soi des internautes²⁹. Deux textes proposent une analyse de codes visuels présents dans les publications féministes sur Instagram. L'un examine

21 David M. Faris analyse ce traitement médiatique caricatural dans « La révolte en réseau : le « printemps arabe » et les médias sociaux », *Politique étrangère*, n° 2012/1 (printemps), 2012, p. 99-109.

22 Arnaud Mercier, « Twitter, espace politique, espace polémique. L'exemple des tweet-campagnes municipales en France (janvier-mars 2014) », *Les Cahiers du numérique*, vol. 11, n° 4, 2015, p. 145-168.

23 Virginie Julliard, « #Theoriedugenre : comment débat-on du genre sur Twitter ? », *Questions de communication*, n° 30, 31 décembre 2016, p. 135-157.

24 Gemma San Cornelio, « Instagram Aesthetics for Social Change », p. 188.

25 *Ibid.*, p. 189.

26 Gretchen Faust, « Hair, Blood and the Nipple », dans Urte Undine Frömmling, Steffen Köhn, Samantha Fox et Mike Terry (dir.), *Digital Environments*, Transcript Verlag, coll. « Ethnographic Perspectives Across Global Online and Offline Spaces », 2017, p. 159-170.

27 Ludovica Tua, « Mise en scène de femmes en situation de handicap sur Instagram : entre appropriation et marchandisation du récit de soi », *Etudes de communication*, vol. 58, n° 1, 10 octobre 2022, p. 87-104.

28 Sofia P. Caldeira et Sander De Ridder, « Representing diverse femininities on Instagram: A case study of the body-positive @effyourbeautystandards Instagram account », *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, vol. 9, n° 2, 1^{er} octobre 2017, p. 321-337.

29 Chandra E. Feltman et Dawn M. Szymanski, « Instagram Use and Self-Objectification: The Roles of Internalization, Comparison, Appearance Commentary, and Feminism », *Sex Roles*, vol. 78, n° 5, 1^{er} mars 2018, p. 311-324.

des illustrations publiées le 8 mars³⁰, l'autre considère plus largement les éléments qui seraient constitutifs d'une esthétique féministe sur la plateforme³¹. Enfin, quelques travaux explorent la porosité de la frontière entre militante et influenceuse sur certains comptes³², ou cherchent à évaluer la portée voire l'efficacité politique des publications féministes sur la plateforme³³. Cette mesure d'efficacité rejoint la réflexion développée dans le chapitre 2 à propos de l'esthétisation du féminisme et de la « récupérabilité » supposée de certains codes graphiques : serait-on enclins à évaluer de la sorte l'impact d'une manifestation ? Cet ensemble de travaux sur les féminismes d'Instagram s'appuie majoritairement sur une combinaison d'entretiens, d'observation en ligne et de collecte à plusieurs échelles : enregistrement d'une publication sur 10 pour parcourir tout un compte (Dumitrica et Hokin-Boyers), sélection manuelle d'une centaine de publications (Suarez-Carballo). La collecte massive et automatisée (scraping) est plus rare, ce qui nous amène à la deuxième raison pour laquelle, selon Gemma San Cornelio, Instagram est moins étudié que d'autres réseaux sociaux.

Deuxièmement donc, l'API³⁴ d'Instagram est bien plus restrictive que celle de Twitter³⁵. Le scraping est entravé³⁶, ce qui peut inciter les chercheuses à conduire leurs recherches sur d'autres plateformes qui facilitent la collecte. Toutefois, San Cornelio n'envisage pas cette restriction d'API comme une contrainte mais comme une opportunité de réflexion sur les outils et l'éthique de la collecte de données en ligne. L'autrice exprime ses réserves à propos d'une collecte massive qui sépare les images de leur contexte de publication³⁷, et invite

30 Fernando Suárez-Carballo, Juan Ramón Martín-Sanromán et Nuno Martins, « An analysis of feminist graphics published on Instagram by Spanish female professionals on the subject of International Women's Day (2019-2020) », *Communication & Society*, vol. 34, n° 2, 2021, p. 351-67.

31 Rosa Crepax, « The Aestheticisation of Feminism: A Case Study of Feminist Instagram Aesthetics », *ZoneModa Journal*, vol. 10, n° 1S, 20 mai 2020, p. 71-81.

32 Astri Moksnes Barbala, « The platformization of feminism: The tensions of domesticating Instagram for activist projects », *New Media & Society*, 12 décembre 2022 ; Silvia Semenzin, « « Swipe up to smash the patriarchy » : Instagram feminist activism and the necessity of branding the self », *AG About Gender - International Journal of Gender Studies*, vol. 11, no 21, 17 juin 2022.

33 Delia Dumitrica et Hester Hokin-Boyers, « Slideshow activism on Instagram: constructing the political activist subject », *Information, Communication & Society*, 15 décembre 2022, p. 1-19.

34 Interface de programmation d'application, permet et encadre les échanges de données d'un logiciel à l'autre.

35 La validité de cette remarque est remise en cause par les modifications profondes du fonctionnement de Twitter (rebaptisé X) après son rachat par Elon Musk en juillet 2023.

36 Gemma San Cornelio, « Instagram Aesthetics for Social Change », p. 190.

37 *Ibid.*, p. 189.

les chercheuses à prêter attention aux formes de narration présentes dans la recherche sur les militantismes sur Instagram. Cette narration se trouve en trois endroits : dans la méthode de recherche et l'observation elle-même, sur le temps long ; dans le contexte qui entoure la publication comme les commentaires ou les partages ; dans la publication elle-même³⁸.

Les critiques que Gemma San Cornelio adresse à la collecte par scraping résonnent avec l'approche de l'ouvrage collectif *Pérenniser l'éphémère : archivage et médias sociaux*³⁹. Ces actes de colloque ne proposent pas de texte dédié à Instagram, mais on y retrouve le récit de plusieurs écueils des collectes de données sur les réseaux sociaux. La collecte massive peut créer une illusion d'exhaustivité, qui ne doit pas « faire oublier les angles morts de la collecte⁴⁰ ». Le parcours de la chercheuse sur une plateforme oriente nécessairement la collecte : « les formes et les situations qui émergent ont été émergées » par la recherche elle-même⁴¹, et il est difficile d'évaluer leur réelle importance dans le paysage étudié. La collecte massive dépend pour partie des métadonnées renseignées par les utilisateurs, et certains contenus peuvent passer entre les mailles du filet s'ils ne comportent pas de légende ou d'hashtag, en fonction de la méthode de collecte utilisée⁴². Ces textes ne proposent pas de méthodologie précise pour l'observation et l'analyse de données collectées sur les réseaux sociaux, mais nous rassemblent autour de questions communes, quelles que soient la plateforme étudiée et la nature des données collectées :

Comment dès lors constituer un corpus non-exhaustif – le nombre de données étant trop important par rapport aux possibilités d'analyse – cohérent, à partir d'éléments non hiérarchisés et sans outil de recherche documentaire approprié⁴³ ?

38 *Ibid.*, p. 204.

39 Collectif, Université de Namur et Université catholique de Louvain, *Pérenniser l'éphémère : archivage et médias sociaux*, Université Catholique de Louvain, Académia-L'Harmattan, 2018.

40 Frédéric Clavert, « Sources en flux. Collecter, archiver, pérenniser. », dans *Pérenniser l'éphémère*, Université Catholique de Louvain, Académia-L'Harmattan, 2018, p. 28.

41 Ulrike Lune Riboni, « Chercher, trouver, conserver, analyser : enjeux et méthodes de la constitution et de l'interrogation d'un corpus de vidéos en ligne. », dans *Pérenniser l'éphémère*, Université Catholique de Louvain, Académia-L'Harmattan, 2018, p. 45-66.

42 Alexandre Turgeon, « Étudier la mémoire sur Twitter », p. 71.

43 Ulrike Lune Riboni, « Chercher, trouver, conserver, analyser », p. 49.

Comment analyser une masse de données qui, non seulement interdit la lecture humaine exhaustive d'un corpus, mais en outre augmente régulièrement au fur et à mesure de la recherche⁴⁴ ?

Ces questions ne trouvent pas de réponse définitive dans les pages suivantes, mais je fais le choix de donner à voir une partie de la cuisine de la collecte et de l'analyse, afin de garder une trace de ces cheminements sinueux.

3.2.2. Histoire d'une immersion

Le premier jour de mon contrat doctoral, le 1^{er} septembre 2019, j'ai ouvert un compte Instagram public dédié à la thèse, @elisegoutagny. J'ai rédigé et posté une première publication simple qui s'intitulait « première pierre ». Dans les semaines qui ont suivi, j'ai commencé à publier régulièrement des stories⁴⁵ sur mes lectures, mes pensées du moment, et des posts⁴⁶ sur des réflexions disciplinaires, dont une série de questionnements sur la recherche en design. Dès le début de ce compte Instagram, j'étais identifiée comme doctorante dans ma bio⁴⁷, avec une description très sommaire : « graphisme × féminisme ». J'ai ensuite publié au cours du mois de septembre 2019 une première description du sujet de thèse, épinglé « à la une » sur le profil. J'ai modifié à plusieurs reprises cette description en fonction de mes préoccupations du moment et de l'avancement des recherches.

Courant 2021, mon souhait d'observer de plus près certains comptes Instagram s'est précisé, et j'ai modifié la présentation du compte et de mon travail pour y inclure des éléments s'adressant directement aux comptes féministes que je suivais. Les auteuices ont parfois le temps et l'envie de regarder rapidement qui s'abonne à leur compte, et pouvaient donc comprendre ma démarche en quelques clics. La description s'est éloignée petit à petit de la seule explication de mon sujet, pour aller vers un partage de questionnements en cours, assorti

44 Frédéric Clavert, « Sources en flux. Collecter, archiver, pérenniser. », p. 42.

45 La story (stories au pluriel) est un format de publication éphémère sur Instagram. Chaque story est une image au format 9/16, sur laquelle on peut ajouter des filtres, du texte, des liens ou autres éléments cliquables, comme de courts questionnaires. On peut publier jusqu'à 100 stories par jour. Elles restent en ligne 24h.

46 Un post, aussi appelé « publication » ou « publi », est un format de publication pérenne sur Instagram. Il est composé de 1 à 10 images format carré, paysage ou portrait 4/5, ainsi que d'une légende de 2000 caractères maximum.

47 La bio, diminutif de biographie, est un court texte de 150 signes maximum affiché en haut de la page du profil, généralement utilisé pour présenter le compte. Il est possible d'y ajouter un lien.

d'explications sur le déroulé de la thèse, mes conditions de financement, les modalités de conduite des entretiens. Ceci avait pour but d'expliquer le sujet de la thèse en des termes compréhensibles par un large public, avec des questions concrètes que je sais être partagées par les enquêtés :

Qu'est-ce que ça fait de recueillir et de rendre public un témoignage sous forme de collage, ou de post Insta ? De l'illustrer ou non ? Est-ce qu'il faut illustrer la violence ?⁴⁸

J'étais identifiable comme apprentie-chercheuse et comme utilisatrice de la plateforme. Tenir ce compte Instagram pendant toute la durée de la thèse, de façon plus ou moins intense et régulière, s'inscrit dans une forme d'observation participante, au sens que lui donne Christine Hine à propos de l'ethnographie en ligne :

L'ethnologue du Web⁴⁹ restera toujours, dans une certaine mesure, en posture d'observation participante, de par son utilisation – pour interagir avec son terrain – du même dispositif que les personnes observées⁵⁰ [...]

Cette expérience d'utilisatrice et de créatrice de contenu m'informe sur les fonctionnalités et usages de l'application, mais aussi sur l'investissement émotionnel qui peut y être associé : j'ai pu faire l'expérience de l'effet du nombre de vues et de mentions « j'aime » sur mon envie de publier davantage de contenu, j'ai reçu de nombreux messages privés me demandant des compléments d'information ou proposant des corrections. M'abonnant à de nombreux comptes féministes, j'ai aussi fait l'expérience du vertige de voir la quantité d'information disponible, du découragement face aux actualités politiques, et j'ai rapidement constaté que certains comptes apparaissaient plus souvent que d'autres dans mon fil d'actualité. En ce sens, cette expérience se rapproche aussi de l'auto-ethnographie, définie

48 Story à la une « Présentation » sur le compte @elisegoutagny, version du 1^{er} septembre 2022.

49 Notons que le mot « web » ne s'applique pas tout à fait à Instagram. La plateforme utilise les technologies d'internet mais ne fait pas partie du World Wide Web à proprement parler. Elle est en partie close sur elle-même : l'intégration d'hyperliens vers des pages extérieures est limitée, et tout Instagram n'est pas indexable par un moteur de recherche.

50 Christine Hine, « L'ethnographie des communautés en ligne et des médias sociaux : modalités, diversité, potentialités », dans *Méthodes de recherche en contexte numérique : une orientation qualitative*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 2020, p. 91.

comme une « période d'observation préalable axée sur l'expérience de l'ethnologue en tant qu'agent actif dans l'exploration d'un territoire⁵¹ ».

Josiane Jouët mentionne la perte que peut rencontrer la chercheuse sur les féminismes en ligne, un exercice périlleux qui consiste à « courir en permanence après l'objet de recherche, entrer sur un terrain protéiforme et s'immerger dans un flux continu de publications, tout en tentant d'éviter la submersion quasi inévitable dans le flot de textes et images⁵². » Je le confirme, la submersion est en effet inévitable. L'immersion dans le terrain est décrite comme une des bases de l'enquête en sciences humaines, avec force travaux sur les limites à cette immersion, des techniques pour savoir sortir du terrain⁵³. Je n'ai en revanche pas trouvé de secours dans les manuels de méthodologie pour appréhender l'immersion particulière que représente Instagram. Restreint au petit écran d'un téléphone portable ou d'un ordinateur, il semble facile d'en sortir, pourtant l'immersion est quotidienne et très rapide – l'application est conçue spécifiquement pour cela.

La double casquette d'apprentie-chercheuse en situation d'observation et de doctorante cherchant une forme de sociabilité en ligne entre pairs pendant la pandémie de Covid-19 ont rendu plus difficiles la prise de recul et la rupture d'avec le terrain d'observation. Le même compte me servait à suivre des comptes Instagram féministes, à partager un pan de mon travail de recherche en train de se faire, et à échanger avec des doctorant·es, des jeunes chercheuses et des étudiantes en design sur nos thématiques d'études, nos conditions de travail et notre isolement pendant le confinement. Se sont superposés un aspect professionnel strictement de recherche, un aspect semi-professionnel de réseau et d'entraide méthodologique, et un aspect plus personnel, le tout sur le même compte.

Instagram a pris d'autant plus d'importance qu'avec la pandémie, de nombreux événements d'abord repoussés se sont ensuite vus annulés ou remplacés par des rencontres en ligne. Des formes particulières d'expression féministe ont émergé pendant les confinements : un 8 mars en ligne en 2021 avec des retransmissions de conférence via la fonction *Live* d'Instagram, la mise en place de collages féministes virtuels, des ventes de fanzine par messagerie privée... Instagram était, une fois encore, la place centrale de ces événements. Lorsque des événements

51 *Ibid.*, p. 92.

52 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, p. 13.

53 Julien Debonneville, « La « sortie de terrain » à l'épreuve de l'ethnographie multi-site », *SociologieS*, 13 novembre 2017.

militants ont pu reprendre en présentiel, les informations sur les conditions d'accueil, les restrictions, les jauges et autres particularités logistiques étaient elles aussi souvent centralisées sur Instagram.

Cette plateforme constituait au départ *un* de mes terrains, un de mes points d'entrée dans le paysage graphique féministe, mais s'est transformé pour prendre de plus en plus de place, devenant tout à la fois mon seul accès au terrain pendant une période, un espace foisonnant de création et de stratégies de continuation de la lutte pendant la pandémie, un espace immersif vers lequel je revenais sans cesse, et un espace encore peu étudié dans la littérature. Il a pris au fil du temps une place que je ne lui avais pas assignée, mais qui s'est imposée d'elle-même et dont je prends aujourd'hui le parti. Puisqu'on l'accuse d'avoir phagocyté et contraint les féminismes en ligne, et puisqu'il a aussi phagocyté ma thèse, j'ai dû accepter d'en faire le cœur de mon travail plutôt que de tenter constamment de le repousser.

3.2.3. **Observer, collecter**

Je me suis abonnée progressivement entre 2019 et 2022 à plusieurs centaines de comptes Instagram. J'ai retenu plusieurs critères permettant d'identifier ces comptes comme féministes :

- Présence du mot « féministe » ou de ses dérivés dans le nom du compte ou dans la bio ;
- Présence d'émojis dont l'usage est associé au féminisme : poing levé 🖐️, symbole du féminin et du masculin, biceps contracté 💪, cœur violet 💜, flamme 🔥, etc. ;
- Sujets traités : violences sexistes et sexuelles, éducation genrée, droit à disposer de son corps et sexualité, normes de beauté, histoire des femmes et du féminisme, explication de concepts et termes militants, critique et recommandations de produits culturels identifiés comme féministes, etc. Ce critère prend également en compte l'intersectionnalité des oppressions, ce qui m'a conduite à inclure à la liste des comptes davantage tournés vers la lutte contre le racisme, l'homophobie, la transphobie, le validisme, la grossophobie. Les créateurices font le lien entre ces oppressions dans le contenu même des publications – par exemple en publiant des témoignages de femmes noires, qui subissent une forme spécifique de misogynie entrelacée de racisme – ou dans leur activité de partage et de recommandation.

- La pratique du partage de publications et stories d'autres comptes identifiés comme féministes est d'ailleurs un dernier critère. Il permet de comprendre comment les acteuices se situent dans le paysage, et rend visibles les liens politiques, amicaux, qu'entretiennent les administrateuices de comptes Instagram féministes.

Plusieurs formes de navigation ont orienté le passage d'un compte à l'autre et l'augmentation progressive de ce nombre d'abonnements. J'ai parfois utilisé la fonction « suggestions » d'Instagram, qui affiche une liste de recommandations personnalisées, en fonction du compte que je suis en train de consulter et de mes abonnements précédents. Remarquant que plusieurs comptes avaient des mots ou expressions similaires dans leur nom d'utilisateur, j'ai cherché directement certains de ces termes dans la barre de recherche : « sexisme », « féministe », « payeta », « zine », etc. Cette recherche de mots-clés a considérablement élargi et diversifié le corpus puisqu'elle a permis de découvrir des comptes très récents, peu actifs, ou avec peu d'abonnés, qui ne seraient jamais apparus dans les suggestions d'Instagram⁵⁴. Enfin, lorsqu'une utilisateuice mentionnait en story le travail d'une autre personne, je consultais le compte et m'abonnais à mon tour. Ces trois techniques ont fait grossir peu à peu un premier corpus d'observation.

Les observations suivaient un déroulé strict : je consignais l'heure de début et de fin de la navigation, le lieu dans lequel je me trouvais, la durée de la session, ce que j'y avais observé. Ce protocole assez lourd s'est révélé incompatible avec une observation d'images organisées en flux, comme c'est le cas sur Instagram.

L'interface est faite pour un passage très rapide d'une image ou d'un compte à l'autre : dans les stories, les images défilent automatiquement, 5 secondes par image, et les vidéos sont découpées en portions de 15 secondes. Toucher la droite de l'écran passe à l'image suivante, glisser de droite à gauche affiche la story de l'abonnement suivant. Dans le *feed*, c'est-à-dire le flux de publications, un scroll (défilement) infini nous fait passer d'image en image. Seul un aperçu de la légende est affiché, il faut toucher le post pour la voir en entier. Un glissement de droite à gauche fait défiler les images, quand une publication en contient plusieurs. Une double touche permet d'aimer la publication. S'il s'agit de vidéos, le son est coupé par défaut. Les deux espaces distincts de navigation, *feed* et stories,

54 Je les évoque dans le chapitre 4 (page 299) et on peut en retrouver la liste en annexe (page 507).

encouragent un passage rapide plutôt qu'un long arrêt sur les images. Dans les deux cas, Instagram affiche une publicité – vidéo ou image – tous les 3 posts ou après les stories de 3 utilisateuices.

Dans ces conditions, enregistrer des sessions d'observation ou les consigner dans le détail est tellement fastidieux que cela finissait par me décourager d'avance. Petit à petit, je me suis fiée davantage à mon intuition, j'ai continué mes observations de façon plus flottante⁵⁵, dans un usage plus proche d'une utilisateuice classique de la plateforme : je *scrollais* en buvant un café, ou dans les transports. Je consignais toujours dans un carnet de bord des comptes-rendus de ces observations.

Instagram a contribué à façonner ce travail de recherche, car la constitution d'un corpus d'images dépendait de ses fonctionnalités et contraintes.

Une première difficulté est qu'on ne peut pas à proprement parler « chercher » du contenu sur Instagram avec la même efficacité et le même contrôle qu'avec un moteur de recherche. Le texte des légendes des publications et des bios est indexé sur Google, mais pas le contenu des posts et stories, puisqu'il s'agit de texte publié sous forme d'image. Les comptes qui produisent du contenu textuel uniquement de cette façon, sans répéter le contenu du post en légende, sont introuvables, à moins de « tomber dessus » fortuitement au détour d'une session de navigation.

Le *feed* étant organisé à partir d'un algorithme de suggestion et non de manière antéchronologique, il est aussi très difficile de retrouver une publication si l'on n'a pas noté immédiatement le nom du compte dont elle est issue. D'ailleurs, le nom est rarement suffisant : certaines créateuices publient tous les jours, parfois depuis plusieurs années, avec la même identité visuelle. Cela leur permet d'être immédiatement identifiable dans le *feed* de leurs abonnés, mais complique considérablement la tâche lorsque l'on souhaite retrouver une publication en particulier dans une mosaïque de posts qui se ressemblent.

Afin de garder une trace visuelle de mes moments de navigation, je faisais des captures d'écran des stories, et enregistrerais des publications avec la fonctionnalité d'Instagram prévue à cet effet. Les enregistrements sont un dossier privé sur l'application, dans lequel on peut consulter tous les posts enregistrés, et les ranger dans des albums que l'on peut renommer. Cette partie de l'application n'est

55 Colette Pétonnet, « L'Observation flottante. L'exemple d'un cimetière parisien », *Homme*, vol. 22, n° 4, 1982, p. 37-47.

pas très fluide et a tendance à dysfonctionner lorsque l'on sélectionne plusieurs publications pour les déplacer d'un album à l'autre. La manière la plus efficace d'utiliser cette fonctionnalité est d'enregistrer une publication directement dans « le bon » album, sans classement ultérieur. Les possibilités de classement sont limitées : il on peut créer des albums, mais pas de sous-dossiers en arborescence. Ma collection de publications enregistrées est vite devenue un mélange entre des albums très bien définis et une masse immense de publications sans album dédié, puisque le découpage des albums changeait au fur et à mesure de mes observations. Cela créait une confusion entre le moment de la collecte et celui du classement.

La pérennité de ces enregistrements n'est pas garantie : la publication disparaît si son auteuice la supprime. Cette possibilité de perte, angoissante au début des recherches, se révèle en fait plutôt utile, car elle rend visibles les choix des créateuices de retirer leur contenu de la plateforme. Accepter cette « volatilité⁵⁶ » des publications aide à se défaire d'une illusion d'exhaustivité et d'une tentation de tout enregistrer, qui peut devenir frénétique.

La fonctionnalité « enregistrements » d'Instagram présente aussi l'avantage d'être intégrée à la plateforme. On conserve l'expérience de navigation avec le glissement d'une image à l'autre, les liens vers d'autres comptes, l'ensemble des commentaires, contrairement à une collecte de captures d'écran qui transformerait cette publication en image fixe.

Le procédé est plus simple pour les stories. Au cours de mes sessions d'observation, je faisais des captures d'écran, enregistrées dans un dossier sur mon téléphone puis sauvegardées sur mon ordinateur tous les deux mois. Cet espace temporaire sur le téléphone me permettait de revoir plusieurs fois les stories enregistrées les jours précédents. Ces visionnages et revisionnages servaient de base à mes premières notes. Au fur et à mesure que je prenais du recul, qu'un écart se créait entre le moment de la navigation et l'image que j'en avais gardée, je pouvais comprendre ce qui m'avait poussée à enregistrer telle ou telle image : une astuce de mise en page, l'utilisation répétée de mêmes éléments graphiques, la formulation d'une question, un montage texte-image, etc.

56 Christine Hine, citée dans Guillaume Latzko-Toth et Serge Proulx, « Chapitre 2 - Enjeux éthiques de la recherche sur le Web », dans *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, Paris, Armand Colin, coll. « Collection U », 2013, p. 38.

Le sens de certaines captures s'est perdu dans cet espace-temps particulier, pour émerger à nouveau plusieurs mois plus tard, ou pas du tout. Cela m'a permis de faire du tri dans le corpus.

L'enregistrement des posts et des stories amène de fait deux corpus distincts, car les créateurices-auteurices des comptes Instagram féministes n'utilisent pas ces deux espaces avec le même objectif. Les posts suivent souvent une ligne éditoriale déterminée, tandis que les stories sont des espaces d'expression plus informels. On peut lire en story des récits de la vie du compte, des partages du travail d'autres militant·es, des commentaires d'actualité ou des questions-réponses avec les abonné·es. Cet espace n'en n'est pas moins politique, mais sa nature plus conversationnelle⁵⁷ que les publications conduit à une autre forme de collecte : alors que l'enregistrement des posts permet d'analyser les choix graphiques de leurs auteurices, les stories donnent davantage d'information sur les coulisses de ces choix graphiques, la vie et l'organisation du compte, la fatigue des militant·es, la lassitude face aux contraintes d'Instagram.

Plusieurs chercheur·es mentionnent dans leurs travaux des méthodes « artisanales⁵⁸ » de collecte et d'observation de fragments des pratiques féministes en ligne, sans plus de détail sur les procédés exacts employés. Je ne saurais dire si cette brièveté est due au format des textes universitaires qui ne laissent pas la place à de telles descriptions, à la réticence à montrer une cuisine en train de se faire, à l'idée que la recherche nécessite toujours une forme de cuisine interne qui n'a pas besoin d'être écrite pour être comprise, ou à une autre raison qui pour l'instant m'échappe. Des textes existent pourtant sur ces rouages sensibles de la recherche, mais ils semblent faire l'objet d'ouvrages dédiés : j'ai évoqué dans le chapitre 2 les travaux d'Arlette Farge sur les archives⁵⁹, mais il existe une forme d'écriture poético-scientifique similaire à propos des observations numériques⁶⁰.

57 Dominique Cardon et Christophe Prieur, « 11. Comment la conversation a façonné le web », dans *L'ordinaire d'internet*, Paris, Armand Colin, coll. « Individu et Société », 2016, p. 226-247.

58 Josiane Jouët et Coralie Le Caroff, « Chapitre 7 - L'observation ethnographique en ligne », dans *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, Paris, Armand Colin, coll. « U », 2013, p. 155 ; Josiane Jouët, Katharina Niemeyer et Bibia Pavard, « Faire des vagues », *Réseaux*, vol. 201, n° 1, 2 mai 2017, p. 21-57.

59 Arlette Farge, *Le goût de l'archive*, Points / Histoire édition., Paris, Seuil, 1997.

60 Gustavo Gomez-Mejia, « Fragments sur le partage photographique. Choses vues sur Facebook ou Twitter », *Communication & langages*, vol. 194, n° 4, 2017, p. 41-65 ; « Poétique de l'engagement sur les plateformes. Figures de la mobilisation et styles de contenus », *Le Temps des médias*, vol. 34, n° 1, 2020, p. 164-183.

Venant du design graphique et souhaitant inscrire mon travail dans un dialogue avec les sciences humaines et sociales, je lisais mes premiers travaux de sociologie, de sciences de l'information et de la communication, de sciences du langage, avec l'impression grandissante que mon travail n'était pas assez quantitatif, mon corpus pas assez codé, pour prétendre à une forme de scientificité. Après une première année de collecte, je rentrais dans une phase intense de tri, de classification et d'étiquetage, phase normale d'un travail de recherche, devenue dans mon cas une obsession pas toujours fertile.

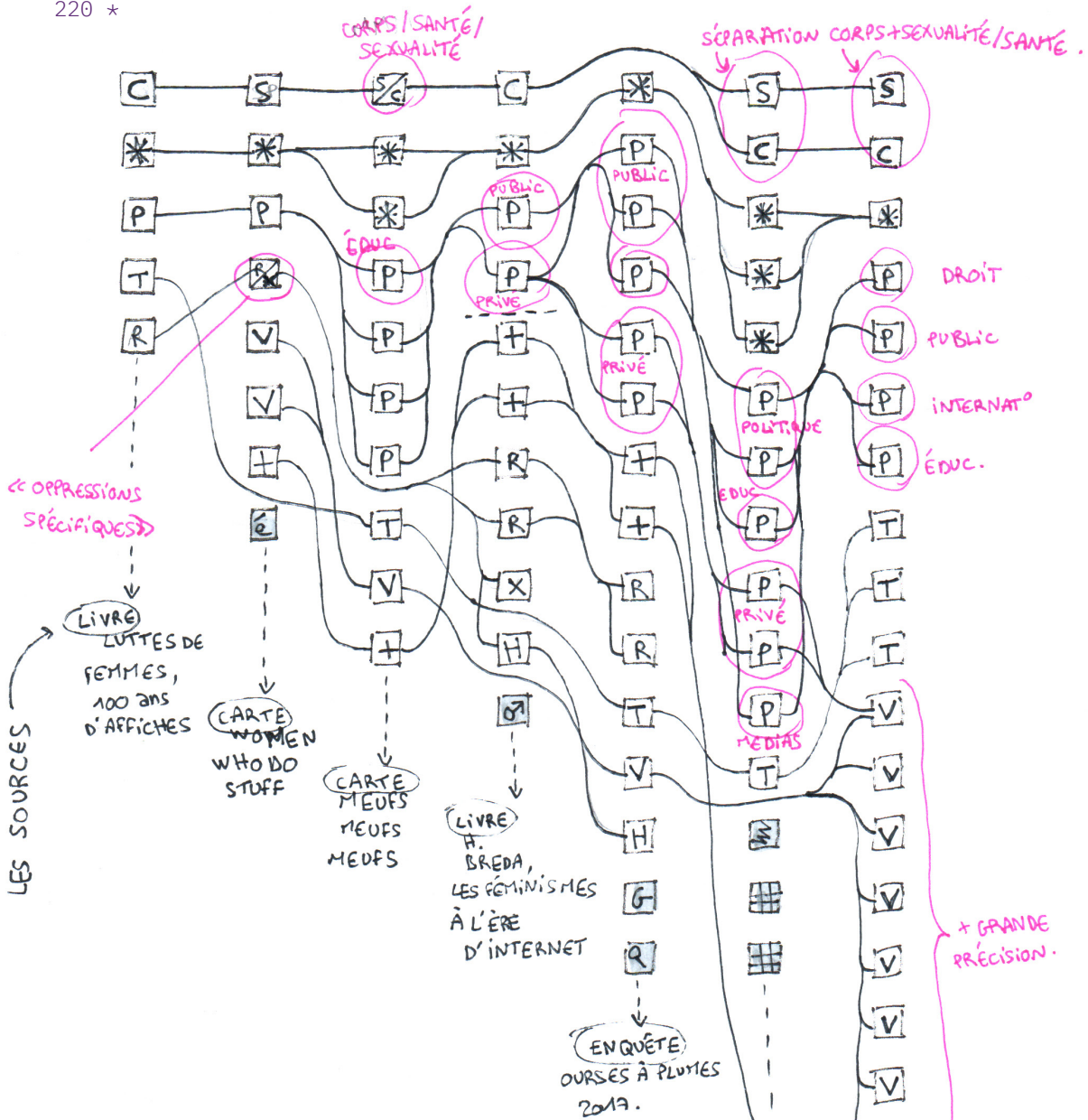
3.2.4. **Trier, classer : errance et codomanie**

J'ai fait une première tentative de récapitulatif et de classement des comptes suivis en août 2020, reprenant toute ma liste d'abonnements et consignait dans un tableur les liens, noms d'utilisateurs, ordre de grandeur du nombre d'abonnés, date de première et dernière publication, thématique générale, pour 423 comptes répertoriés. Cette masse de comptes à analyser m'a donné le vertige, notamment le fait de les voir sous forme de liste et complètement détachés du contexte d'observation, en dehors d'Instagram. Ces éléments qui me semblaient avoir une cohérence se trouvaient soudain rangés, alignés, mis sur un pied d'égalité, sans point saillant, dans une liste techniquement fastidieuse à parcourir. Cette liste ne reflétait ni les premières observations et tendances que j'avais consignées dans mes carnets de bord, ni la sérendipité et les errances de mes moments de navigation sur Instagram. Je ne savais plus quel fil tirer.

Incapable à cette période d'accepter le flou qui entoure nécessairement l'appréhension d'un grand corpus, j'ai cherché de quoi m'aider à classer les comptes observés. Choissant de procéder à un classement par thématique de lutte, je me suis appuyée sur des propositions de découpages thématiques provenant de 8 références, répertoriées sur le schéma ci-après (I11.19).

L'hétérogénéité de ces références permet de comparer plusieurs manières de classer et de découper les thématiques de lutte féministe : on y trouve l'ouvrage *Luttes de femmes*⁶¹ sur les affiches féministes, des ouvrages ou chapitres

61 Bibia Pavard et Michelle Zancarini-Fournel, *Luttes de femmes : 100 ans d'affiches féministes*, Paris, Les Echappés, 2013.



LES SOURCES
 « OPPRESSIONS SPÉCIFIQUES »
 LIVRE LUTTES DE FEMMES, 100 ANS D'AFFICHES
 CARTE WOMEN WHO DO STUFF
 CARTE MEUFS MEUFS
 LIVRE H. BREDI, LES FÉMINISMES À L'ÈRE D'INTERNET
 ENQUÊTE OURSÈS À PLUMES 2017.
 LIVRE MIEL YAMANI, MINORITAIRES SANS PAROLES
 CARTE CENTRE HUBERTINE AUCLERT (ID.F.)

+ GRANDE PRÉCISION.

- C corps
- S santé/sexualité
- * culture/loisirs
- P politique « tout est politique »
→ politiser la vie privée
→ accès au droit
- T travail, emploi.
- R lutte antiraciste, intersectionnalité.

- V lutte contre les violences
- + luttes LGTBQ+
- X luttes des travailleuses du sexe
- H luttes contre la handiphobie, handiféminisme
- G luttes contre la grossophobie
- ♂ place des hommes dans la lutte (cis)
- ♀ asso étudiante
- Q Recherche
- ♀ histoire des femmes/du féminisme

- ☒ publicité
- ☒ organisation de la lutte

Ill. 19 - Comparaison du classement des thématiques de luttes féministes dans 8 références.

d'ouvrages de chercheuses⁶², une enquête issue du magazine féministe en ligne *Les Ourses à plumes*⁶³, des cartes participatives des associations Meufs Meufs Meufs⁶⁴, Women Who Do Stuff⁶⁵ et du Centre Hubertine Auclert⁶⁶.

J'extraits de l'analyse de ces références un ensemble de 17 thématiques des luttes féministes, représentées sur le schéma par une lettre ou un symbole. Certaines thématiques se retrouvent d'une source à l'autre, avec plus ou moins de précision : le corps, la culture, la notion de « politiser la vie privée » ou que « tout est politique », la lutte contre les violences, les luttes à l'intersection de plusieurs formes d'oppression.

On peut lire le schéma en choisissant une thématique à l'aide de la lettre ou du symbole correspondant, et en suivant sa présence dans chaque colonne. La lutte contre les violences par exemple apparaît deux fois sur la colonne correspondant à l'association Women Who Do Stuff, car 2 catégories correspondent à cette thématique dans la légende de leur carte : la prévention des violences et les hébergements d'urgence. Ce chemin d'une colonne à l'autre, de gauche à droite, amène vers la colonne représentant la liste de thématiques de luttes proposée par le centre Hubertine Auclert. La lutte contre les violences y est présente 8 fois, car cette association précise 8 catégories distinctes dans la légende de sa carte, en fonction du type de violences dont il est question. De même, la lutte contre la grossophobie, la handiphobie et la putophobie sont présentées comme des thématiques distinctes chez *Les Ourses à plumes*, tandis qu'elles sont vaguement regroupées en une seule case sous la dénomination « oppressions spécifiques »

62 Miriam El Yamani, *Médias et féminismes : minoritaires sans paroles*, Paris, l'Harmattan, coll. « Logiques sociales », 1998 ; Bibia Pavard, Florence Rochefort et Michelle Zancarini-Fournel, « Chapitre XIII. Encore féministes au XXI^e siècle », dans *Ne nous libérez pas, on s'en charge. Une histoire des féminismes de 1789 à nos jours.*, Paris, La Découverte, coll. « Sciences humaines », 2020, p. 387-485 ; Hélène Breda, *Les féminismes à l'ère d'Internet : lutter entre anciens et nouveaux espaces médiatiques*, Bry-sur-Marne, INA Éditions, 2022. J'ai inclus l'ouvrage d'Hélène Breda à une deuxième version du schéma fin 2022.

63 oursemallechee, « Enquête sur l'état des lieux d'un mouvement féministe multiforme », *Les Ourses à plumes* [en ligne], 10 janvier 2018. Ensemble de 4 articles de synthèse d'une enquête menée auprès de 103 associations et collectifs à l'été 2017.

64 Meufs Meufs Meufs est un projet de rencontre de militantes féministes à travers le monde. meufsmeufsmeufs.org/initiatives.

65 D'après son site internet, « Women who do stuff est un média associatif, indépendant, féministe et engagé qui veut contribuer à l'émancipation des femmes et minorités de genre. » womenwhodostuff.com.

66 Associé à la région Île-de-France, le centre Hubertine Auclert est un « centre francilien pour l'égalité femmes-hommes ». asso-idf.hubertine.fr

chez Women Who Do Stuff. La granularité de définition des catégories est donc très variable d'une source à l'autre.

La catégorie « politique », appelée aussi « généraliste » sur la carte de Women Who Do Stuff, pose particulièrement problème dans ce schéma. Contrairement aux dénominations « corps », « culture » ou « violences » que l'on retrouve facilement d'une référence à l'autre, le vocabulaire employé pour évoquer les liens entre féminisme et politique est plus flou : « politiser le personnel », « accès au droit », « éducation », peuvent tous relever de cette catégorie peu définie. La variété du vocabulaire et la complexité des divisions thématiques rendent cette catégorie illisible, et j'y ai finalement placé tout ce qui n'était pas assez spécifique pour être associé à une autre thématique. La comparaison entre les références s'effondre précisément à cet endroit.

Cet échec de la comparaison rappelle tout simplement qu'il est vain de chercher une harmonie, une manière idéale et universelle de classer les thématiques de luttes féministes, car chaque classification répond en fait aux objectifs de son initiateur. Dans le cas de *Luttes de femmes*, il s'agit de proposer des grandes thématiques qui correspondent au chapitrage du livre : un découpage en trop petites sections aurait haché la lecture et nuit à la structure du texte. Dans l'ouvrage d'Hélène Breda, le découpage thématique appuie un argumentaire, et se construit à partir des exemples développés dans chaque partie. Pour Meuf Meufs Meufs et Women Who Do Stuff, la catégorisation suit aussi les contraintes de Google Maps : une couleur étant attribuée à chaque catégorie en légende, les associations ne peuvent se trouver dans plusieurs catégories à la fois. Cela explique par exemple l'existence d'une catégorie appelée « généraliste ».

Malgré cette illisibilité de la comparaison, cette étape de réflexion m'aide à formuler des possibilités de classification du corpus. Est-il plus fertile d'attribuer une thématique à un compte Instagram, à une catégorie de contenu sur ce compte, à chaque post individuellement ? Combien de catégories faut-il créer pour rendre compte de la diversité des contenus tout en préservant la lisibilité du classement ? Reprenant mon tableur, j'arrêtais une liste de catégories :

Association étudiante, Corps, Couple et relations, Culture, Droit, Généraliste, Humour, Intersectionnalité, LGBTQI+, Lieu féministe, Marques et entreprises, Parentalité, Pédagogie, Recherche, Republication, Sexualité, Sororité, Sport, Témoignages, Travail, Violences.

Cette liste est devenue très vite obsolète, car elle mêlait des éléments thématiques (Corps), des orientations politiques (Intersectionnalité), des modes d'expression (Témoignages), des types d'administrateurs des comptes (Entreprises). J'avais la sensation d'un retour à la case départ, je classais et reclassais sans cesse sans que le sens ne puisse émerger.

Pourtant, cette approche me semblait toujours plus sérieuse que mes errances sur Instagram et mes séances d'écriture dans mon carnet de bord. Le tableau a quelque chose de rassurant, et donne l'illusion que le travail est ordonné. Les mots de Christophe Lejeune résonnent particulièrement avec cette expérience d'observation et d'analyse. Il aborde d'abord l'illusion et la tentation de l'exhaustivité :

La tentation du synoptisme se rencontre même en recherche qualitative. Elle se traduit par la volonté de tout collecter, de tout connaître, d'avoir accès à tout (Serres, 1990, 110). Cette soif de totalité trahit l'intolérance du chercheur à l'incomplétude⁶⁷.

Dans le même chapitre, il poursuit sur une maladie inventée, la « codomanie » :

La codomanie est une maladie qui guette tout praticien de la recherche qualitative. Le chercheur qui en souffre continue à étiqueter et étiqueter encore et toujours. Cette pathologie consiste à isoler l'activité d'étiquetage des autres activités normalement conduites en parallèle [...]. Pour Lyn Richards (2015, 119), l'étiquetage compulsif constitue un fétichisme piégeux risquant en outre, s'il est thématique, d'éloigner le chercheur de sa réflexion sur le matériau. D'un côté, cette manie a le mérite de mettre le chercheur au travail. D'un autre côté, cette obsession de l'étiquetage comporte également un risque. Étiqueter continuellement du début à la fin de la recherche risque bien de remettre toujours à plus tard l'analyse et la rédaction. [...]L'usage de logiciels d'analyse de textes aggrave vraisemblablement cette pathologie. Elle ne concerne toutefois pas que les utilisateurs de logiciels. Elle frappe également les analystes recourant au papier et au crayon⁶⁸.

67 Christophe Lejeune, « Chapitre 3. Étiqueter : des propriétés aux catégories », dans *Manuel d'analyse qualitative*, 2^e éd., Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, coll. « Méthodes en sciences humaines », 2019, p. 74.

68 *Ibid.*, p. 87.

Je fais l'hypothèse que cette codomanie, si elle peut toucher toutes les chercheuses, a trois facteurs aggravants : le manque d'expérience, la tentative de combler un sentiment d'illégitimité par une illusion de scientificité, et le choix des outils de travail. Lejeune oppose des outils numériques et analogiques, mais dans le cas qui nous occupe ici, la capacité à voir le corpus plutôt que de le lire fait une grande différence dans la capacité à en dégager du sens.

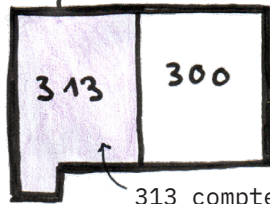
Au cours de l'année 2021, j'ai étoffé à nouveau cette liste de comptes, et ai surtout changé d'outil. D'un tableur Excel contenant les liens vers les comptes recensés, je passai à Tropy, logiciel libre et open-source permettant de naviguer dans un corpus d'images, de les classer, de les annoter. C'est un équivalent aux gestionnaires de références bibliographiques comme Zotero, pour les corpus d'images. Je mentionne ici ce changement d'environnement de travail car il est fondamental dans la manière d'aborder la suite de l'enquête et dans la sortie de la codomanie (III. 20). J'ai regroupé dans Tropy des captures d'écran de stories, des publications, des vues d'ensemble des comptes Instagram, des couvertures d'ouvrages. Je n'étiquetais et ne classais plus des lignes d'un tableur, mais des images. Pour chaque compte, je pouvais faire une sélection de publications et de stories, les commenter ou en retranscrire le texte. Cet accès visuel au corpus rendait toute opération de survol, de relecture, et donc d'étiquetage, beaucoup plus aisé. Résistant à l'étiquetage compulsif de ce corpus, je procédais en alternant revisionnages et écriture libre. Comme le dit Ève Berger, « [j]e me suis « laissée écrire », à partir d'une mise en écho, fondée sur le mode de la résonance, avec la reconstitution de l'expérience⁶⁹ ».

Ce que j'appelle « revisionnage » consiste à parcourir de multiples fois l'ensemble des images. Sans les classer immédiatement, j'en changeais régulièrement l'ordre : premières ou dernières ajoutées, nom du compte, séparation entre posts et stories ou visionnage conjoint, etc. Cette manière de parcourir le corpus se rapproche d'une forme d'attention flottante, définie par Hervé Dumez comme une phase d'imprégnation, au cours de laquelle l'attention n'est jamais longtemps fixée sur un seul élément, et rien ne doit être annoté ou surligné⁷⁰.

69 Ève Berger, citée dans Pierre Paillé et Alex Mucchielli, « Chapitre 10. L'analyse en mode écriture », dans *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, 5^e éd., Paris, Armand Colin, coll. « U », 2021, p. 227.

70 Hervé Dumez, *Méthodologie de la recherche qualitative : les 10 questions clés de la démarche compréhensive*, 3^e éd., Paris, Vuibert, 2021, p. 74.

613 comptes recensés et listés dans un tableau
entre septembre 2019 et août 2021

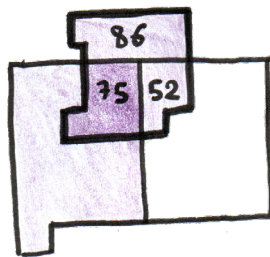


313 comptes capturés et recensés
sur Tropy en août 2021, pour
tenter réduire le corpus

Tableur

Phase de vide

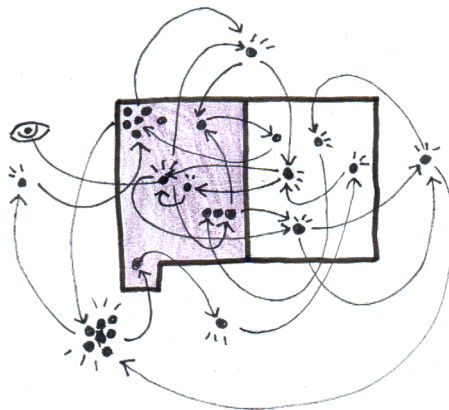
Phase de tri compulsif, « codomanie »



Tropy

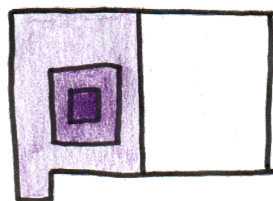
Superposition avec les stories
enregistrées : celles-ci
proviennent aussi de 86 comptes
non-recensés.

Les deux corpus ne se superposent
que partiellement.



Tropy

Lectures, visionnages et
revisions successifs, rebonds
constants d'un compte à l'autre
Dégager de nouvelles catégories
([Ill. 21](#))



Entretiens

Première sélection de comptes
et prise de contact

Ajustements au fil des réponses/non
réponses

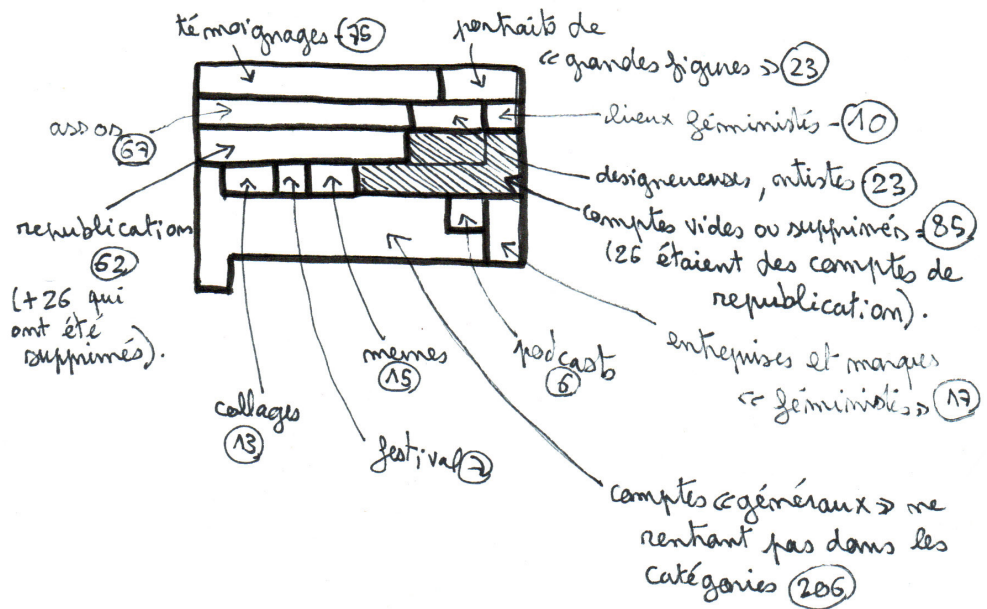
Ill.20 - Exploration d'un corpus de 613 comptes Instagram féministes.

L'observation démarrée sur Instagram se poursuivait au sein de Tropy dans un cadre moins immersif, mieux circonscrit. Cela a favorisé le passage de l'observation à l'analyse, et des motifs émergeaient peu à peu de la masse d'images.

Avec Tropy et à partir d'une nouvelle liste, cette fois de 613 comptes Instagram (**Annexe 5**), j'ai produit une nouvelle catégorisation (**Ill. 21**). Celle-ci ne se fonde pas sur les thématiques de lutte, mais davantage sur les objectifs des comptes :

- Associations : vitrine et moyen de communication d'une association ;
- Collages : comptes de groupes locaux de colleureuses ;
- Designeuse, photographe, artiste : designeuses et illustreuses féministes, photographes documentant des actions féministes ;
- Maisons d'édition, fanzine, revue : vitrine et moyen de communication de ces initiatives éditoriales ;
- Entreprise : promotion d'une entreprise ;
- Festivals : promotion et informations sur la programmation d'un festival féministe ;
- Comptes généralistes : vulgarisation, information ;
- Grandes figures : Recueil de portraits de pionnières et grandes figures du féminisme et de l'histoire des femmes ;
- Lieux féministes : Information et promotion d'une librairie, bibliothèque, café ou fonds d'archives féministe ;
- Mêmes : publication de mêmes féministes ;
- Podcast : promotion d'un podcast ;
- Republication : Compte dédié au partage de contenus provenant d'autres comptes ;
- Témoignages : Recueil de témoignages ;
- Vide/supprimés : comptes supprimés ou vidés entre le premier recensement en 2020 et le second en 2021.

J'attribue une catégorie à chaque compte en fonction de ce qui semble être son objectif ou activité principale. La catégorie « généraliste » mériterait d'être précisée, car on y retrouve essentiellement les comptes d'information et de vulgarisation qui ne correspondaient pas aux autres catégories.



Ill.21 - Catégorisation des comptes recensés et répartition dans le corpus.

Dans le temps de la thèse, j'ai dû laisser de côté l'affinage de cet élément, afin de ne pas me perdre une nouvelle fois. Une fois cette nouvelle catégorisation effectuée, ce large corpus regagnait en clarté, et j'ai pu ensuite resserrer et préciser l'enquête en effectuant des entretiens avec des acteuices de ce paysage féministe.

3.3. *Entretiens avec des colleur·euses et des créateur·ices de comptes Instagram féministes*

Cette enquête s'appuie sur deux séries d'entretiens : la première, menée en décembre 2020 et janvier 2021, comporte 5 entretiens avec des colleu·euses féministes (I11.22), et 1 entretien avec une créatrice-autrice de compte Instagram féministe. La deuxième, menée de septembre à novembre 2022, comporte 15 entretiens avec des créateur·ices-auteur·ices de comptes Instagram féministes (I11.23), dont 1 qui est davantage une vitrine vers d'autres activités en ligne, et 1 compte d'une association locale qui fait aussi des collages urbains.

N'ayant pas reçu de formation à la conduite d'entretiens, j'ai tâtonné tout au long de la thèse pour construire une posture d'enquêtrice, des grilles d'entretiens et une relation adaptée au terrain et aux enquêtés. C'est en partie ce qui explique le temps long qui sépare la première série d'entretiens de la deuxième : j'ai dû écourter la rencontre avec le premier terrain, celui des collages féministes.

nom/pseudo	mode de contact	date d'entretien	modalité	durée
Isabelle	Discord	08/12/2020	visio	1'24"
Margot	Discord	08/12/2020	visio	27"
Maria	Discord	11/12/2020	visio	1'05"
Saule	Discord	11/12/2021	visio	1'55"
Lou	DM Instagram	09/01/2021	visio	38"

Ill.22 - Liste et modalités des entretiens avec les colleur·euses

3.3.1. **Rencontre avec les collages féministes**

J'ai rencontré les collages féministes en 2020 dans le cadre un projet d'article, pour lequel je souhaitais travailler spécifiquement sur la réparation des collages. Au moment de la prise de contact avec des colleureuses, j'ai rencontré deux doctorantes travaillant aussi sur le sujet, Juliette et Justine. L'une d'elle collait depuis le début du mouvement. Elles m'ont initiée à la peinture et au collage.

J'ai contacté des groupes de collage en message privé sur Instagram, et sur les canaux de conversation de Collages Féminicides Paris, en mettant dès le début les notions de réparation, de peinture et de graphisme au centre de mon propos. Après les premiers entretiens et quelques sessions d'observation des collages, des difficultés logistiques et personnelles ont fait obstacle à la poursuite de ce terrain d'enquête. Les difficultés logistiques venaient de la pandémie du Covid-19, qui a imposé un second confinement fin 2020, un troisième début 2021, et surtout un couvre-feu prolongé sur toute la première moitié de l'année 2021. Les sessions nocturnes étant écourtées, le rythme s'est ralenti, et l'accès au terrain m'est devenu plus difficile, car je résidais loin des quartiers les plus actifs.

Une autre difficulté s'est installée, liée à l'expérience du collage et à la fréquentation des canaux de discussion des colleureuses. Outre la violence des passantes dès les premières sessions, être confrontée quotidiennement à des récits de violences sexistes et sexuelles m'a plus touchée que ce à quoi je m'étais préparée, et je peinais à maintenir la juste distance nécessaire à l'enquête. Début 2021, j'assistai également à des conflits internes au sein de l'organisation du mouvement, me retrouvant spectatrice sans savoir comment réagir. Les groupes de colleureuses ne constituaient pas le seul terrain que je souhaitais explorer pendant la thèse, et je n'étais pas en mesure d'appréhender avec recul l'expérience de ces violences intracommunautaires. Ne sachant plus endosser ni la casquette de chercheuse ni celle de colleuse, je me suis retirée des groupes de discussion et ai cessé de participer à des sessions de collage. Écoutant un besoin de mettre cet espace à distance, j'ai aussi constaté que je n'étais pas suffisamment formée à la recherche en terrain sensible.

Laissant de côté cet aspect du paysage féministe pour plusieurs mois, c'est à ce moment que j'ai repris mon observation d'Instagram, après une première phase d'étiquetage compulsif.

3.3.2. **Entretiens avec des créateur·ices de comptes Instagram féministes**

Processus de choix

Ulrike Lune Riboni rappelle l'importance de coupler l'observation en ligne à un rapport plus classique au terrain, notamment par la réalisation d'entretiens, afin de « restreindre l'échelle de la recherche tout en définissant des critères de sélection suffisamment souples pour éviter les erreurs d'interprétation⁷¹. » Ce constat est présent aussi chez Josiane Jouët et Coralie le Caroff concernant l'ethnographie en ligne : l'entretien reste « la technique privilégiée pour recueillir le sens que les informateurs donnent à leur pratique⁷² ». Pour Maxime Crepel, c'est une question de « couplage » : il faut associer correctement dispositif technique et usage, associer entretiens et analyse des pratiques par observation⁷³.

La question se pose alors du choix des créateur·ices de comptes à contacter pour les entretiens. Riboni conseille de faire le deuil de l'exhaustivité et de la représentativité de l'échantillon⁷⁴. Elle met en garde contre une impression de représentativité qui peut être causée par les mesures d'audience sur les réseaux sociaux : sélectionner les contenus les plus visibles ne dresse pas nécessairement un portrait plus fidèle du paysage observé. La chercheuse critique notamment le travail de Rauf Arif qui a retenu pour son corpus de thèse sur le vidéoactivisme les vidéos au nombre de vues le plus important pour chaque pays étudié. Cela conduit à une analyse de contenu visant à identifier les « images les plus iconiques de chaque révolution⁷⁵ ».

Au-delà du fait que la structure du web et la quantité d'images disponibles nous oblige à faire le deuil de l'exhaustivité et de la représentativité, comme le dit Riboni, la recherche même d'images iconiques pose le problème de la spectacularisation des images militantes que j'ai déjà évoquée dans le chapitre 2 (cf. 2.2.). Dans le cas des militantismes sur les réseaux sociaux, un corpus similaire à celui de Rauf Arif aurait pu consister en la sélection d'entretiens avec des créateur·ices

71 Ulrike Lune Riboni, « Chercher, trouver, conserver, analyser », p. 52.

72 Josiane Jouët et Coralie Le Caroff, « Chapitre 7 - L'observation ethnographique en ligne », p. 159.

73 Maxime Crepel, « Zoom », dans Christine Barats (dir.), *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, 2013, p. 161.

74 Ulrike Lune Riboni, « Chercher, trouver, conserver, analyser »

75 Rauf Arif, cité dans *Ibid.*, p. 50.

de comptes Instagram qui ont le plus d'abonnés parmi le corpus initial de 613 comptes. Une méthode alternative aurait pu être la sélection des comptes les plus médiatisés : les créateurices interviewés dans la presse, ou qui apparaissent le plus dans les listes de recommandation de la presse en ligne⁷⁶.

Je n'ai pas retenu cette approche pour plusieurs raisons. Elle me semblait tomber dans un cercle de confirmation médiatique : travailler sur les comptes les plus connus renforce leur notoriété et creuse encore l'écart entre les « petits » et les « gros » comptes. Ensuite, la critique de la « starification » de certaines militant·es est un propos qui revient régulièrement dans les propos des militant·es elleux-mêmes⁷⁷. Je n'ai pas exclu complètement les comptes au plus grand nombre d'abonnés, mais ai souhaité dans la mesure du possible ne pas contribuer à cette starification. Le dernier obstacle était d'ordre logistique. Suivre des créateurices-auteurices de comptes Instagram féministes à plusieurs centaines de milliers d'abonnés sur un temps long m'a fait prendre conscience de la difficulté de les contacter : plusieurs d'entre elleux racontent en story des demandes constantes de la part de journalistes, d'étudiant·es et de chercheur·es, et ne peuvent répondre à toutes les sollicitations. Enfin, une sélection des comptes les plus médiatisés et/ou les plus suivis ne prenait pas en compte la dimension visuelle, et risquait de produire un corpus ensuite difficile à exploiter pour une analyse du point de vue du design graphique.

J'ai donc construit mon corpus d'entretien de manière plus organique, au fil de mes « déambulations raisonnées » pour reprendre l'expression d'Ulrike Lune Riboni⁷⁸. Les comptes sélectionnés devaient répondre à un ou plusieurs des critères suivants :

- Présence d'habitudes graphiques identifiées : couleurs, polices de caractères, composition récurrente ;
- Présence de publications sous forme de carrousel contenant une composition texte-image. Les comptes postant majoritairement des photos ou des vidéos ont été exclus ;

⁷⁶ Par exemple, le premier résultat de la requête Google « recommandation comptes Instagram féministes » : Pauline Ferrari, *15 comptes féministes à suivre pour continuer à s'éduquer et se battre pour l'égalité en 2022*, 30 décembre 2021, requête du 5 août 2023.

⁷⁷ Voir Costanza Spina, « Le militantisme et Instagram » ; Tal Madesta, « La performativité, fléau des espaces de sociabilité militants », *Le Club de Mediapart* [en ligne, blog des abonnés de Mediapart], 12 mars 2021.

⁷⁸ Ulrike Lune Riboni, « Chercher, trouver, conserver, analyser », p. 57.

- Présence de publications en story qui portent sur ce que j'appelle la « vie du compte » : l'administrateurice apporte des explications sur le rythme de publication, les choix de thématiques, la recherche de sources par exemple.

Ces critères ont recentré mon attention sur les comptes tournés vers la mise en page d'information, la vulgarisation de concepts militants ou d'histoire du féminisme, les recueils de témoignage. J'ai également saisi des occasions qui se présentaient : la mention en story d'une anecdote particulière à propos de questions de graphisme, la publication d'un format différent (ebook, stickers), un changement d'identité visuelle sur le compte, des questionnements de la créateurice sur le futur du compte. Ces petits événements facilitaient la prise de contact et amenaient un lien avec les pratiques graphiques dès les premiers échanges.

Cette première liste de contacts a donné lieu à quelques refus et surtout de nombreuses absences de réponse. Plusieurs raisons sont possibles : mon message n'a pas été lu parce que les personnes reçoivent trop de sollicitations, parce que la messagerie d'Instagram dysfonctionne, ou simplement parce que les personnes ne se sont pas connectées. Une dizaine de personnes n'ont pas répondu, ne semblent pas avoir vu mon message, ou ont configuré un mode restreint qui ne me permet pas de voir si mon message a été lu.

Concernant les refus verbalisés, les raisons ont été les suivantes :

- Une personne a indiqué souhaiter se détacher d'Instagram, et ne voulait pas répondre à des questions sur son compte ;
- Une personne a évoqué le manque de temps ;
- Une personne a évoqué le manque de temps associé au choix de ne pas accepter les demandes non-rémunérées ;
- Une personne a dit ne pas être la plus « adéquate », que ses réflexions sur le graphisme venaient surtout de la lecture d'autres comptes ;
- Une personne a refusé pour des raisons politiques, je cite une partie de sa réponse : « Je refuse de participer pour une raison générale : le fait que notre travail serve au bénéfice personnel (et/ou collectif) de certains. C'est courant que le milieu universitaire utilise nos travaux, nos réflexions. Et ce n'est plus acceptable. [...] Je refuse de participer parce que c'est mon travail et que je ne souhaite pas qu'il puisse bénéficier d'une manière ou d'une autre à d'autres personnes en dehors de choix personnels et basé sur une relation équitable. »

Cette militant·e exprime dans ce message son refus de voir sa parole récupérée, sortie de son contexte pour un travail qui ne lui apportera pas de bénéfice en retour. Cette réponse montre une méfiance envers les institutions en général et dans les universités en particulier. Cela montre aussi la vivacité des réflexions en cours sur la légitimité du travail militant. Que fait la « validation » universitaire à ces savoirs partagés ? Que dire de la hiérarchisation des formes de savoir, de culture ?

Après cette réponse, j'ai supprimé les quelques captures d'écran recueillies sur ce compte, et j'ai renouvelé ma vigilance pour les prises de contact suivantes, afin de m'assurer que le consentement des enquêtés à participer à un entretien était éclairé et enthousiaste.

Liste définitive

Le message de contact était légèrement différent pour chaque compte, et rebondissait sur un aspect particulier : thématique de travail, qualité graphique du compte, détail typographique. Je précisais mon statut de doctorante ainsi que ma discipline et ma thématique de recherche, joignant féminisme, pratique graphique et d'utilisation d'Instagram. Je renvoyais également vers la story à la une sur mon compte qui donnait de plus amples informations sur ce travail de recherche et sur mes questionnements.

Les comptes étudiés ont été créés entre 2017 et 2021, et ont entre 700 (@detendstonpuff) et 183 000 abonnés (@taspensea). Je détaille ci-après la liste des personnes rencontrées en entretien (I11. 23), accompagnée de la ou des raisons qui ont motivé mon choix de les contacter et de les inclure à ce corpus d'entretien.

Le premier entretien de cette série occupe une place particulière dans le corpus. J'ai pris contact avec Emy, créatrice-autrice du compte @faitsminisme, à la suite d'une story dans laquelle elle racontait un échange de messages désagréable avec un graphiste. Ce dernier l'avait contactée en lui faisant des remarques désobligeantes sur la qualité graphique de ses posts, et lui proposait ses services. Cet entretien est le premier de la série, effectué bien avant tous les autres, en décembre 2020.

entretiens				
nom du compte	mode de contact	date d'entretien	modalité	durée
leoparde__	DM Instagram	30/08/2022	téléphone	1'52"
antipatriarcame	mail	02/09/2022	visio	1'07"
connaissance_contre_ignorance	DM Instagram	05/09/2022	DM Instagram	demi-journée
detendstonpuff	DM Instagram	17/10/2022	visio	58"
faitsminisme	DM Instagram	03/12/2020	visio	37"
payetaplainte	DM Instagram	20/10/2022	visio	60"
femicides2019	DM Instagram	12/09/2022	téléphone	59"
seum_euse	DM Instagram	14/09/2022	visio	1'41"
sexisme_ordinaire_stop	DM Instagram	14/09/2022	visio	1'11"
taspensea	mail	06/10/2022	visio	50"
lagrenadecollectif	DM Instagram	26/10/2022	téléphone	1'31"
faitsminisme	DM Instagram	04/11/2022	visio	1'13"
dou.interjection.dexasperation	DM Instagram	09/11/2022	visio	59"
byebye_pilule	DM Instagram	13/11/2022	visio	1'21"
violences_women	DM Instagram	oct.-nov. 2022	DM Instagram	

Ill.23 - Entretiens avec les créateur·ices-auteur·ices de comptes Instagram féministes. Dates et modalités.

informations sur le compte					
nom du compte	premier post du compte	création du compte	gestion	âge	profession
leopardes__	21/12/2021	confinement de 2020, puis suppression, création de @leopardes__ en sept. 2021, suppression des premiers posts.	perso	22	étudiante en droit
antipatriarcame	03/05/2019		perso	27	illustrateur·ice, graphiste, streameur·euse Twitch
connaissance_contre_ignorance	11/07/2021	mi 2021, premier post supprimé.	perso	21	étudiant·e en psychologie
detendstonpuff	14/02/2021		trois pers.	27	3 diplômées études de commerce
faitsminisme	10/12/2019		perso	27	juriste et formatrice spécialisée dans la lutte contre les VSS
payetaplainte	12/08/2019	Compte créé en février 2019, premiers posts supprimés "pour la cohérence".	perso + aide ponctuelle	/	étudiante en droit
femicides2019	13/11/2019		perso	42	graphiste
seum_euse	21/06/2017		perso	30	professeure d'arts appliqués, CAPLP
sexisme_ordinaire_stop	01/08/2020		perso	30	professeure des écoles
taspensea	20/11/2018		équipe	/	autoentrepreneuse (enseignement)
lagrenadecollectif	05/03/2021		équipe	42	serveuse
faitsminisme	10/12/2019				
dou.interjection.dexasperation	12/03/2020		perso	34	doctorante
byebye_pilule	24/04/2020		perso	31	chargée de prod. Audiovisuelle
violences_women	09/01/2019		gestion perso du compte, aide pour la mise en page	20	étudiante

Entretiens avec les créateur·ices-auteur·ices de comptes Instagram féministes - suite : informations sur les comptes.

Au moment de rencontrer les autres créateuices-auteuices interrogés au deuxième semestre 2022, j'ai contacté Emy pour un second entretien. Entre-temps, le compte avait changé d'identité visuelle et Emy ne construisait plus ses publications de la même façon. J'avais remarqué un ton plus spontané dans les stories, et une réutilisation du contenu des stories dans les publications du *feed*, ce qui n'était pas le cas en 2020. Emy avait aussi amélioré son site internet de partage de ressources à destination des victimes et proches de victimes de violences sexuelles, familiales et conjugales : violencesquefaire.fr.

Pour construire le second entretien, j'ai préalablement envoyé à Emy la retranscription du premier, afin qu'elle puisse se relire et rebondir sur les éléments qui, pour elle, ressortaient particulièrement de ce premier échange. Cela lui a laissé l'opportunité de revenir sur des propos dans lesquels elle ne se reconnaissait plus, ou qui la surprenaient. L'échange alternait entre de nouvelles questions de ma part et les remarques d'Emy à propos de son propre discours.

Ce duo d'entretien a été particulièrement fertile pour comprendre l'évolution du compte, qu'il s'agisse des choix graphiques ou des choix de gestion du compte et d'interaction avec les abonnés. Dans le cadre de cette recherche, je n'ai pas été en mesure de répéter cette approche avec d'autres comptes, pour deux raisons. D'une part, je n'avais pas en décembre 2020 de liste suffisamment arrêtée pour conduire davantage d'entretiens. D'autre part, les difficultés liées à l'observation participante des colleuëuses féministes m'ont conduite à prendre du recul et à retarder le moment de contacter de nouveaux les enquêtés. J'aimerais donc profiter de futurs travaux pour expérimenter à nouveau cette modalité d'entretien, en la prévoyant davantage dès la construction du projet de recherche.

J'ai conduit la majorité des entretiens entre août et novembre 2022, avec 12 autres créateuices-auteuices.

Trois comptes ont une identité graphique marquée et singulière par rapport à la masse des comptes féministes observés. [@detendstonpuff](https://www.instagram.com/detendstonpuff/) est cogéré par 3 amies, et aborde des sujets variés : beauté, cosmétiques, histoire de la coiffure en Afrique de l'Ouest, l'histoire du féminisme noir, pop-culture. Visuellement, le compte semblait emprunter aussi bien aux années 1970 qu'aux années 2000 (**Chapitre 4, Ill. 35**). Avec moins de 1000 abonnés au moment de l'entretien, il semblait être en train de grandir.

Anaïs, créatrice du compte [@byebye_pilule](https://www.instagram.com/byebye_pilule/), raconte sur sa page son expérience de l'arrêt de la pilule contraceptive et passe en revue différentes recommandations de produits ou habitudes alimentaires pour soulager les symptômes du

sevrage. Elle adopte dès le début du compte une identité visuelle qui contraste avec d'autres comptes sur la contraception, avec des couleurs très vives et des textures. Elle publie en mars 2021 un ebook qui rassemble les conseils donnés sur son compte, et raconte longuement en story ses doutes, notamment sur la gratuité du livret. L'identité visuelle du compte et le passage d'Instagram à un ebook constituaient un cas intéressant de production graphique multiformat. Au moment de l'entretien, le compte est alimenté moins fréquemment, et n'est plus actif au moment où j'écris ces lignes.

Alex', créatrice d'@antipatriarcame_, est graphiste. Son compte est très varié, tant graphiquement qu'en termes de contenu proposé : illustrations, notes de lecture, broderie, publication de tweets, etc. Ce compte amène également des questions de rémunération du travail de recherche et du travail graphique, car Alex' a un compte Utip et vend des illustrations sur une boutique en ligne.

J'ai contacté de nombreux comptes dédiés au recueil de témoignages. Ceux qui m'ont répondu favorablement proposent des approches qui se complètent, politiquement et graphiquement. @payetaplainte publie des témoignages et des informations juridiques sur le dépôt de plainte pour violences sexuelles. Je l'avais repéré pour son format qui reprend le modèle « Paye Ta... » et la gravité qui se dégage du compte, à travers l'usage du duo de couleur noir-rouge.

@sexisme_ordinaire_stop publie des témoignages sous la forme de captures d'écran regroupées par thématiques, avec une identité visuelle qui n'a pas changé depuis les débuts du compte en 2020. La capture d'écran de messagerie privée est souvent utilisée pour publier des témoignages, et la rencontre avec la créatrice de @sexisme_ordinaire_stop éclaire les raisons de ce choix.

Marine, sur son compte @seum_euse, recueille des témoignages à propos du rapport au corps, illustrés de dessins. La mise en pages des témoignages et le rapport texte-image change plusieurs fois au cours de la vie du compte, qui est d'ailleurs la plus ancien du corpus (2017). Le rapport au dessin, dimension absente de la plupart des recueils de témoignage, permettait d'explorer un autre aspect du recueil.

@taspensea, recueil de témoignages à propos de la charge mentale, est le compte qui a le plus d'abonnés (183 000). Sa créatrice, Coline Charpentier, l'a administré seule durant deux ans avant de passer la main à une équipe de bénévoles en 2020, renouvelée quelques fois depuis. J'ai rencontré l'une de ces bénévoles. Ce cas permet de comprendre le fonctionnement d'un recueil de témoignages avec un nombre d'abonnés plus conséquent, et sur un sujet connu du grand public :

la notion de « charge mentale » est présente dans les travaux de la sociologue Monique Haicault dès les années 1980⁷⁹, mais a connu un regain d'intérêt après une vulgarisation en bande dessinée par Emma en 2017⁸⁰. Coline Charpentier est l'auteur d'un ouvrage sur le sujet⁸¹, publié en 2020, qui prolonge les conseils donnés sur Instagram.

@leoparde__ et @violences_women publient toutes deux des témoignages de victimes de violences sexuelles, avec des choix graphiques différents. La première publie alternativement des témoignages de victimes, notamment d'inceste, et des posts informatifs. L'identité visuelle est simple et recourt à des illustrations de stock à l'esthétique *flat* (sans dégradés ou effets de textures), le ton est calme et pédagogique. La seconde utilise des photographies de stock pour illustrer les témoignages, parfois en montrant la violence explicitement. Elle est accompagnée d'une équipe, puis d'une personne qui met en page les publications. Les créatrices de ces deux comptes ont en commun de s'identifier publiquement comme victimes de violences sexuelles.

@femicides2019 n'est pas un compte de témoignage ni de vulgarisation, mais utilise Instagram comme mémorial dédié aux victimes de féminicides en 2019. Contrairement aux autres comptes, celui-ci est inactif au moment de l'entretien.

@connaissance_contre_ignorance est ce que l'on peut appeler un « petit compte », qui a peu d'abonnés – moins de 1000 au moment de l'entretien – et peu de publications à son actif. J'ai été interpellée par son organisation minutieuse et le sérieux qui se dégage de la page.

@lagrenadecollectif est le compte d'un collectif féministe de Metz. J'ai rencontré Servane, une des administratrices du compte et fondatrice du collectif. Le compte rassemble des photos de collages – dans un format différent des collages contre les féminicides avec une lettre par feuille A4 – et des appels à manifestation ou des actualités locales.

79 Monique Haicault, « La gestion ordinaire de la vie en deux », *Sociologie du travail*, vol. 26, no 3, 1984, p. 268-277.

80 L'auteur, Emma, publie d'abord une bande dessinée intitulée « Fallait demander » sur son blog et sur Facebook le 9 mai 2017. Ces billets de blogs sont ensuite édités. Voir *Un autre regard*, Paris, J'ai lu, 2018, vol.1.

81 Coline Charpentier, *T'as pensé à... ? Guide d'autodéfense sur la charge mentale*, Paris, le Livre de poche, 2020.

3.3.3. Mode d'entretien

En 2020 comme en 2022, les entretiens ont eu lieu à distance, par téléphone ou en visioconférence. Cela était plus commode pendant la pandémie de Covid-19, qui a permis que ce mode de communication se répande. Cela a facilité les entretiens pour lesquels l'éloignement géographique aurait pu être un obstacle. Contrairement à certains travaux⁸², je n'ai pas rencontré de réticence particulière à la visioconférence, au contraire. Je n'identifie pas la distance induite par le mode de communication comme un frein particulier, car nous avons au cours de l'entretien un support visuel commun qui servait de point d'ancrage dans la conversation : nous consultions ensemble le compte Instagram de l'enquêté, et je relançais parfois sur une question à propos d'une publication en particulier. Les entretiens ont duré entre 37 minutes et 2h.

Devant le nombre de réponses à ma première prise de contact, bien plus faible que ce que j'imaginai, je craignais de ne pas avoir assez d'entretiens et ai proposé à ceux qui ne souhaitaient ou ne pouvaient pas participer à un appel visio ou téléphone de faire un entretien à l'écrit via la messagerie privée d'Instagram. Dans un cas, avec @violences_women, nous avons échangé de manière asynchrone : j'envoyais ma question, et elle y répondait lorsqu'elle était disponible. Les dysfonctionnements de la messagerie et les délais de réponses n'ont malheureusement pas permis d'achever l'entretien.

J'ai procédé différemment avec Alex de @connaissance_contre_ignorance : l'entretien s'est tenu via la messagerie, mais de manière synchrone cette fois, nous avons convenu d'une après-midi dédiée à cet échange. Ce mode de discussion, s'il ne donne pas lieu à des réponses aussi longues et détaillées qu'un entretien audio, permet de rebondir sur les réponses de l'enquêté et offre un bon compromis dans le cas de personnes peu disponibles, moins à l'aise avec l'expression orale, ou qui ne peuvent pas s'isoler pour avoir une conversation téléphonique.

Après avoir envisagé un instant de travailler à partir de questionnaires à envoyer aux comptes sollicités, j'ai préféré procéder par entretiens⁸³ semi-di-

82 Anaïs Théviot, « Confinement et entretien à distance : quels enjeux méthodologiques ? », *Terminal. Technologie de l'information, culture & société*, n° 129, 21 mars 2021.

83 Janine Barbot, « Mener un entretien de face à face », dans *L'enquête sociologique*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Quadrige », 2012, p. 115-141 ; Joëlle Bissonnette, « Chapitre 13. Vivre ou suivre la méthode ? Le dilemme de l'entretien », dans *Recherche qualitative en sciences sociales*, Caen, EMS Editions, coll. « Les Essentiels de la Gestion », 2019, p. 227-231.

rectifs avec quelques questions non-directives. La construction de certaines questions s'appuie sur le format de l'entretien d'explicitation⁸⁴, qui préconise la formulation de questions sur le « comment » des pratiques des enquêtés, plutôt que sur le « pourquoi ». Les questions à propos des choix graphiques et de l'identité visuelle du compte ont souvent nécessité des relances pour obtenir des réponses détaillées, car plusieurs enquêtés tendaient à minimiser leurs compétences (cf. chapitre 5, page 398), l'importance de leurs choix, ou craignaient de ne pas s'exprimer avec un vocabulaire suffisamment précis. Cela confirme qu'une enquête par questionnaire aurait certainement donné lieu à des réponses succinctes, difficilement exploitables.

Ma propre pratique d'Instagram a été d'une grande aide pour construire le déroulé des entretiens et pour rebondir précisément sur les remarques des enquêtés. Je me suis aussi appuyée au cours des échanges sur mon expérience de féministe en ligne au cours des dix dernières années, ce qui a facilité l'empathie et la compréhension de certains aspects du vécu des enquêtés : la pratique du débat et de la discussion pédagogique, les pratiques de modération, le recueil de témoignages, le travail émotionnel et la fatigue⁸⁵ liées à une présence constante en ligne.

84 Pierre Vermersch, « Entretien d'explicitation », dans *Vocabulaire des histoires de vie et de la recherche biographique*, Toulouse, Érès, coll. « Questions de société », 2019, p. 340-342.

85 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, p. 91.

3.3.4. **Récit : parcours de féministe en ligne**

Le premier espace féministe en ligne que j'ai fréquenté est le forum du magazine *Madmoizelle.com*⁸⁶, lorsque j'étais lycéenne. Le magazine, destiné aux adolescentes et jeunes adultes, aborde les sujets habituels de la presse féminine comme la mode ou la beauté, mais aussi des sujets de société, dont les droits des femmes. Je me souviens avoir lu à plusieurs reprises des discussions riches dans l'espace commentaires, en dessous des articles. Au fil du temps, je lisais plus assidûment les commentaires que les articles, et me suis inscrite pour participer aux discussions. Le forum était découpé en catégories thématiques : mode, beauté, vie quotidienne, actualités, etc. Une section politique intitulée « Veille permanente » était divisée en plusieurs *topics* (fils de discussion) : veille permanente sexisme, racisme, homophobie... Je me suis initiée au féminisme dans ces espaces. Nous commentions l'actualité, racontions des moments de vie, du sexisme quotidien. Nous lisions les articles proposés par le magazine sur des thèmes féministes, pour donner notre avis et proposer un complément d'information ou des ressources.

Au fil du temps, entre 2012 et 2016, j'ai remarqué une distance entre la posture de la rédaction du magazine *Madmoizelle* et les discussions que nous avions sur le forum. Nous sollicitons régulièrement la rédaction pour avoir des articles plus poussés. Les réponses nous décevaient, car le souhait de l'équipe était que le site reste une « porte d'entrée » vers le féminisme, il n'était pas question d'en faire un espace militant. Je me souviens de remarques sur notre rôle de *forumeuses*⁸⁷ : par nos commentaires, nous assurions le prolongement de la discussion pour les personnes les plus intéressées, ce qui devait nous réjouir. Je ne pouvais pas désapprouver complètement, moi qui étais arrivée sur le forum précisément par ce biais, mais cet éloignement progressif de la ligne éditoriale du magazine est une des raisons qui m'ont conduite à être de moins en moins présente sur cet espace.

À partir de 2014, je me suis également investie sur différents groupes Facebook de discussion politique, féministe, jusqu'à faire partie de l'équipe d'administration ou de modération. Notre rôle de modératrices était de filtrer les entrées,

86 *Madmoizelle.com* est une entreprise de presse fondée par Fabrice Florent en 2005, rachetée par Humanoid en 2020, entreprise qui possède également Numérama.

87 Utilisatrice de forum de discussion en ligne.

d'accueillir les nouveaux membres, de bannir les *trolls*⁸⁸, et de veiller au bon déroulé des discussions. Nous intervenions si besoin pour faire de la pédagogie sur un sujet, rappeler les membres au respect de la charte de l'espace, accompagner et résoudre les conflits. Nous recevions des messages de personnes souhaitant témoigner anonymement⁸⁹ sur le groupe, ou simplement à la recherche d'écoute et de conseils sur leur situation : violence sexuelle, relation abusive, harcèlement, propos déplacés d'un proche, etc. Mes actions quotidiennes consistaient à partager des ressources, expliquer des termes théoriques ou du jargon militant, argumenter lors de débats, soutenir et accompagner les personnes qui me confiaient leur récit.

Ces heures de discussion et de lecture en ligne m'ont donné l'assurance d'aborder ces sujets dans la vie hors-ligne, de partager des ressources avec mes amis, de donner quelques chiffres, de répondre à des situations de sexisme dans l'espace public ou en classe.

En mars 2020, j'ai rejoint un autre espace en ligne, un serveur Discord dédié à l'entraide entre doctorant·es. Comme un forum, bien que plus flexible et plus léger dans sa structure, un serveur Discord est divisé en espaces de discussion thématiques. Certains salons de ce serveur portent sur les méthodes de travail de recherche, d'autres sur les loisirs, la vie quotidienne, ou l'actualité. À sa création, on y parlait peu de féminisme ou de luttes sociales en général : ce n'était pas l'objet principal du serveur, et il n'y avait pas de fil de discussion dédié. Ces sujets arrivaient toutefois dans les discussions, du fait des champs de recherche des membres ou simplement de discussions sur des productions culturelles. Cela causait des frustrations et des échanges souvent tendus, entre des personnes concernées et/ou informées, et d'autres qui ne percevaient pas du tout l'espace du serveur comme politique.

J'ai fait partie de l'équipe de modération de ce serveur pendant 2 ans. Parmi les missions diverses nécessaires à la gestion de cet espace d'échange comptant 1500 membres et 450 participant·es par semaine, nous avons réfléchi au sein de

88 Personne qui participe à une discussion en ligne de façon malveillante ou polémique, afin de provoquer les autres participant·es et de susciter des réactions. Voir Gustavo Gomez-Mejia, « Troll », dans *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics* [en ligne], HumaNum et Université de Lorraine, 2017.

89 Facebook propose aujourd'hui une fonction qui permet de contribuer sur un groupe de manière anonyme, mais ce n'était pas le cas il y a quelques années : il fallait faire publier son témoignage par une modératrice.

l'équipe à la place occupée par les questions féministes et les questions sociales sur le serveur, des commentaires d'actualité aux récits de vie. Un de nos objectifs était de soulager les membres qui passaient une grande partie de leur temps à faire de la pédagogie sur ces sujets et étaient visiblement épuisés par ces échanges, en face de personnes peu informées ou de mauvaise foi.

Nous avons négocié au fil du temps la construction d'espaces communs, entre ceux considérant le serveur avant tout comme un espace de détente et de loisirs, qui ne voyaient pas ce que des discussions sur le féminisme viendraient faire là, et ceux qui avaient besoin de parler de ces sujets et d'être écoutés.

J'ai mis du temps à relier le choix de mon sujet de thèse à cette expérience personnelle des féminismes en ligne, probablement parce qu'elle n'avait à mes yeux pas grand-chose de « graphique ». Il s'agissait surtout d'écrire, de partager des liens, de les commenter, de structurer des espaces de discussions et de les rendre agréables, compréhensibles et sécurisants, dans la mesure du possible. Ces rôles se rapprochent pourtant fortement de ceux endossés par les féministes interrogés.

J'ai décrit précédemment les pratiques féministes comme un patchwork, un ouvrage textile composite, aux coutures et assemblages plus ou moins apparent. Cette métaphore a l'avantage d'évoquer aisément l'hétérogénéité des pratiques, leur matérialité, leurs connexions et leur souplesse. Elle incite à une analyse flottante, erratique, *messy*, tentant de survivre au vertige de la classification qui peut virer à la codomanie⁹⁰.

Toutefois, le moment de l'écriture venu, il faut bien trouver un fil à dérouler, une brèche, quelque chose qui permette la traduction de la surface composite à la linéarité, un passage du textile au texte⁹¹. Plusieurs mots sont constamment revenus à la surface de l'enquête : collecte et collection, témoignage, visibilité, représentation, pédagogie, information, vulgarisation. Ils se sont imposés plusieurs fois pendant les phases d'observation et d'analyse, et jalonnent la suite de ce texte. Cependant, trop inextricablement brodés dans l'épaisseur du matériau, rien ne se passe quand on en tire le fil.

C'est donc un autre mot qui permettra d'entrer dans les résultats de l'enquête, avec un détour par la philosophie du langage : la parole, plus particulièrement

90 Christophe Lejeune, « Chapitre 3. Étiqueter » ; Pierre Paillé et Alex Mucchielli, « Chapitre 12. L'analyse thématique », dans *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, coll. « U », 2021, 5^e éd., p. 269-357. [2012]

91 Judy Attfield explore les liens métaphoriques entre textualité et textilité dans Judy Attfield, *Wild Things: The Material Culture of Everyday Life*, Oxford, Berg Publishers, 2000, p. 129-130.

la *prise* de parole, acte de langage fondateur et récurrent dans les mouvements féministes. Il s'agit de comprendre dans cette partie comment la pratique du graphisme participe de la matérialité et de la matérialisation de la prise de parole dans les luttes féministes, et ce faisant, comment pratiquer le graphisme est une manière de devenir féministe et de pratiquer le féminisme.

3.4. *Pratiquer le graphisme en féministe, c'est matérialiser la parole*

3.4.1. **Prendre la parole**

Détour par la philosophie du langage

Le chapitre 1 a décrit l'usage d'internet, et en particulier des réseaux sociaux, comme caractéristique principale des féminismes des années 2010-2020. Parmi les éléments importants de ces usages numériques était citée la pratique du recueil de témoignages en ligne, associé au hashtag #MeToo depuis 2017, mais présent en France depuis 2012 avec le recueil Paye Ta Shnek et les déclinaisons qui ont suivi.

L'expression « libération de la parole », « belle et juste⁹² » pour Christine Bard, se heurte toutefois à plusieurs limites. Une tribune de professionnelles de la santé et de la protection de l'enfance, parue en 2021, relève concernant l'inceste que la « libération » de la parole des enfants victimes de violences sexuelles doit surtout

92 Christine Bard et Jean-Marie Durand, « L'actualité des féminismes », dans *Mon genre d'histoire*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Hors collection », 2021, p. 135-165.

être suivie d'une plus grande écoute⁹³. La journaliste Audrey Pulvar déclare la même année que la libération de la parole « ne libère pas grand-monde⁹⁴ », montrant en quoi l'expression peut minimiser le courage et la prise de risque que représente encore la prise de parole pour les victimes de violences sexuelles, a fortiori dans l'enfance.

Malgré ses limites, cette expression récurrente permet de relire sous un nouveau jour l'importance de la prise de parole dans les pratiques féministes, comme l'écrit la chercheuse en philosophie Mona Gérardin-Laverge :

Aujourd'hui, nous serions face à une « libération de la parole », une dénonciation massive des violences hétérosexistes et sexuelles, mettant en évidence leur omniprésence, notamment dans le milieu professionnel. Cet événement réactive l'idée du caractère émancipateur d'une prise de parole qui politise le « personnel » et conteste l'opposition entre le « public » et le « privé », et l'idée qu'une prise de conscience collective est produite par des phénomènes d'écho et de résonance entre des témoignages singuliers. Dans cette perspective, parler ce n'est pas seulement témoigner pour soi, de son expérience individuelle, mais mettre en lien son vécu avec d'autres, donc témoigner de l'organisation sociale qui structure nos vies et qui est la cause des violences⁹⁵.

Dans ses travaux sur les luttes féministes, Mona Gérardin-Laverge pose continuellement la question suivante : que se passe-t-il lorsqu'on prend la parole et pourquoi serait-ce fondamental⁹⁶ ? Le passage ci-dessus offre deux premiers éléments de réponse. D'une part, la prise de parole politise le personnel en contestant l'opposition entre public et privé. D'autre part elle est un mouvement, de soi vers l'extérieur.

93 Luis Alvarez et Nathalie Tomasini, « Que la parole de l'enfant se libère ne suffit pas », *Libération* [en ligne], 15 février 2021.

94 Marie Turcan, « La libération de la parole « ne libère pas grand-monde » : la phrase si importante d'Audrey Pulvar », *Madmoizelle.com* [en ligne], 15 février 2021.

95 Mona Gérardin-Laverge, « Trouble-fêtes. Le pouvoir insurrectionnel de la prise de parole », dans *Cours petite fille !*, Paris, Éditions des femmes, coll. « Essais », 2019, p. 92.

96 *Ibid.*, p. 93.

Mona Gérardin-Laverge remarque ensuite que la parole n'est pas donnée mais *prise*, sans autorisation :

C'est donc un double geste de rupture, qui brise le silence et qui conteste un certain ordre social du discours, déterminant qui peut parler, de quoi, à qui et de quelle manière. Ainsi, si « parler » peut sembler du côté du dire, « prendre » est clairement du côté du faire, et « prendre la parole » c'est à la fois dire et faire⁹⁷ [...]

En associant dire et faire, Mona Gérardin Laverge considère la prise de parole non pas comme un point de départ ou une étape qui précéderait une action féministe, mais comme « une action en tant que telle⁹⁸ », qui a un pouvoir de transformation de soi et du monde. L'autrice s'appuie sur les travaux du philosophe anglais John Langshaw Austin sur la performativité du langage, ainsi que sur la notion de « performativité insurrectionnelle » développée par Judith Butler⁹⁹ : une performativité qui « déstabilise les conditions sociales qui nous empêcheraient d'agir et qui empêcheraient notre discours de faire effet¹⁰⁰ ». Parmi les formes de prise de parole comme action, Mona Gérardin-Laverge étudie plus spécifiquement celle du slogan, montrant en quoi « sloguer » – car le slogan, en devenant action, devient aussi verbe – participe d'un « devenir-féministe » des locuteuices.

De fait, la plupart des « prises de parole » dont il est question dans le présent recherche sont davantage des « prises d'écritures » voire des « prises graphiques ». Je conserve toutefois l'expression « prise de parole » pour les désigner, pour m'inscrire à la suite des travaux de Mona Gérardin-Laverge, et faire écho à l'expression « libération de la parole », très présente dans le paysage médiatique.

97 *Ibid.*

98 *Ibid.*, p. 92-93.

99 Judith Pamela Butler, Charlotte Nordmann et Jérôme Vidal, *Le pouvoir des mots : discours de haine et politique du performatif*, Paris, Éditions Amsterdam, 2017.

100 Mona Gérardin-Laverge, « Trouble-fêtes ».

De la performativité du langage aux actes graphiques

Revenons doucement au design graphique depuis ce bref détour par la philosophie du langage. Mona Gérardin-Laverge emprunte le verbe « sloguer », ainsi que le titre de son article, à la formule « C'est en sloguant qu'on devient féministe¹⁰¹ », reproduite dans l'ouvrage *40 ans de slogans féministes*, dirigé entre autres par Béatrice Fraenkel. Cette dernière, anthropologue de l'écriture, s'appuie elle aussi sur la performativité du langage énoncée par Austin. Mais alors qu'Austin considère que « l'acte de langage idéal est un acte oral¹⁰² », Fraenkel souhaite penser un « acte d'écriture détaché de son frère jumeau l'acte oral¹⁰³ ». Cela ramène de la performativité dans l'écrit, passant du « dire, c'est faire » d'Austin à un « écrire, c'est faire¹⁰⁴ ».

Cet acte d'écriture est associé chez Fraenkel à un acte graphique¹⁰⁵, expression reprise en sous-titre de la revue *Polygraphes, approches métissées des actes graphiques*. Les actes graphiques y sont définis comme « ensemble d'objets qui relèvent tous de l'acte d'inscrire des signes visuels (schémas, images et écritures) dans un environnement donné¹⁰⁶ ». Cette approche met l'accent sur la matérialité et préfère « le geste, l'intentionnalité, les supports et la vocation communicationnelle » à la forme ou au jugement esthétique¹⁰⁷.

101 Béatrice Fraenkel, dans Corinne App, Anne-Marie Faure-Fraisse, Béatrice Fraenkel et Lydie Rauzier, *40 ans de slogans féministes : 1970-2010*, Donnemarie-Dontilly, IXe, 2011.

102 Béatrice Fraenkel, « Actes écrits, actes oraux : la performativité à l'épreuve de l'écriture », *Études de communication. langages, information, médiations*, n° 29, 1^{er} décembre 2006, p. 69-93.

103 *Ibid.*

104 Béatrice Fraenkel, « Actes d'écriture : quand écrire c'est faire », *Langage et société*, vol. 121-122, n° 3, 2007, p. 101-112.

105 Béatrice Fraenkel, « Actes écrits, actes oraux » ; Béatrice Fraenkel, « Actes graphiques », *L'Homme*, vol. 227-228, n° 3, 2018, p. 7-20.

106 Camille Bourdier, Francesca Cozzolino, Claudia Defrasne, Philippe Hameau, Delphine Leroy et Eric Robert, « L'acte graphique : les dimensions d'un objet d'étude », *Polygraphe(s) : approches métissées des actes graphiques*, vol. 1, 2019, p. 2.

107 *Ibid.*

Actes graphiques, pratiques graphiques, pratiques féministes

La notion d'acte graphique, associant graphisme et performativité de l'écrit, peut sembler toute indiquée pour désigner les productions féministes étudiées ici. Pourtant, je préfère à l'acte graphique l'expression « pratique graphique ». Les éditeuices de Polygraphes expliquent le choix du mot « graphique » par un souhait de se détacher du vocabulaire de l'art et de l'émotion esthétique, trop ethnocentré entre autres. L'importance du mot « acte », en revanche, n'est pas autant explicitée.

Après la lecture de Fraenkel et Gérardin-Laverge qui s'appuient sur Austin, je rapproche spontanément l'acte graphique de la notion d'acte de langage. Dans ce cas, il semble désigner une action ponctuelle, qui peut être répétée mais ne dure pas particulièrement dans le temps. C'est pourquoi je souhaite lui préférer la notion de « pratique graphique », qui n'est d'ailleurs pas sans rapport avec la linguistique, comme nous l'avons vu dans l'introduction générale avec cet extrait de Vivien Philizot :

La pratique est une notion fondamentalement linguistique : en tant qu'elle engage le praticien à transformer et à informer le milieu dans lequel il évolue, en tant qu'elle l'invite à se prendre au jeu, qu'elle requiert un apprentissage, et enfin et surtout, en tant qu'elle fait advenir une ou des signification(s)¹⁰⁸ [...]

La philosophie du langage et la linguistique permettent donc d'énoncer plusieurs principes tissant des liens entre langage, parole, écriture et graphisme. Si nous allons de formule en formule : Austin énonce que dire, c'est faire ; Fraenkel ajoute qu'écrire, c'est faire, et que l'acte d'écriture contient un acte graphique. À son tour, Gérardin-Laverge renchérit : prendre la parole, « sloguer » plus spécifiquement, c'est faire. Elle précise en ce sens que prendre la parole, notamment par le slogan, contribue au « devenir-féministe » des individuës.

Mona Gérardin-Laverge apporte des pistes de réflexion sur une performativité féministe du langage, arguant que « sloguer », comme d'autres pratiques

108 Vivien Philizot, « Formes du design et construction subjective du monde social », *Figures de l'art*, n° 25, 2013.

langagières, contribue à un devenir-féministe. Je viens entremêler le graphisme dans cette équation, en concevant la pratique graphique comme une manière particulière de donner forme et substance à la prise de parole. Si l'on considère, à la suite de Mona Gérardin-Laverge, que la prise de parole est centrale et importante comme acte féministe, alors la pratique graphique a ici au moins deux fonctions possibles.

On peut considérer d'une part le design graphique comme force de manifestation et de matérialisation de la prise de parole féministe. On le voit notamment dans les travaux de Béatrice Fraenkel : l'acte graphique a une telle importance, dans le moment de la prise de parole, que parfois « le fait d'écrire semble plus important que ce qui est écrit¹⁰⁹ ». S'intéresser à l'acte graphique, c'est donc relier intimement la prise de parole à sa manifestation graphique.

L'autre face de cette importance du graphisme peut être formulée en réécrivant à mon tour un slogan : si on devient féministe en sloguant, alors ne devient-on pas aussi féministe en pratiquant le graphisme ? Une fois encore, les travaux de Piepmeier¹¹⁰, Baer¹¹¹, Rentschler¹¹², Jouët¹¹³, en considérant les féminismes comme quelque chose qui se fait et se refait, nous invitent à passer de l'être au faire : c'est en « graphiquant » qu'on fait le féminisme.

109 Béatrice Fraenkel, « Actes graphiques ».

110 Alison Piepmeier, *Girl zines: making media, doing feminism*, New York, New York University Press, 2009.

111 Hester Baer, « Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism », *Feminist Media Studies*, vol. 16, n° 1, 2 janvier 2016, p. 17-34.

112 Carrie Rentschler, « Making culture and doing feminism », dans *Routledge handbook of contemporary feminism*, Londres, Routledge, 2019.

113 Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*.

3.4.2. Recueillir la parole

Aménagement graphique d'un espace du dicible féministe

Nous venons d'analyser avec Mona Gérardin-Laverge l'importance de la prise de parole dans les mouvements féministes à partir du slogan. Intéressons-nous maintenant à un second espace essentiel et emblématique de la deuxième vague des féminismes : le groupe de parole, aussi appelé « groupe de conscience » ou « groupe femmes ».

Les travaux de Catherine Achin et Delphine Naudier dans les années 2000 se penchent sur des trajectoires de femmes qui ont participé à des groupes de femmes dans les années 1970, et montrent que ces groupes participent de la formation d'une « puissance d'agir » féministe¹¹⁴. On voit également apparaître des parallèles, certes prudents¹¹⁵, entre les groupes de parole des années 1970 et certains espaces contemporains comme les groupes Facebook¹¹⁶ ou les blogs, considérés comme autant d'espaces de parole alternatifs qui renégocient la limite entre privé et public¹¹⁷. Christine Bard, s'exprimant à propos de sa rencontre avec le mouvement #MeToo et son ampleur, établit un lien direct avec les groupes de parole : « L'autocensure qui se lève, c'est quelque chose de saisissant, de perturbant. La puissance de l'émotion créée par des récits à la première personne sur les violences subies [...] était un aspect fondamental dans les groupes de conscience féministes¹¹⁸ ».

La sociologue Marion Charpenel désigne ces groupes de parole comme des « espaces du dicible féministe¹¹⁹ », c'est-à-dire des espaces où la parole est possible,

114 Catherine Achin et Delphine Naudier, « Trajectoires de femmes « ordinaires » dans les années 1970. La fabrique de la puissance d'agir féministe », *Sociologie*, vol. 1, n° 1, 2010, p. 77-93.

115 Gersende Blanchard, Simon Gadras et Stéphanie Wojcik, « Chapitre 8 - Analyser la participation politique en ligne : des traces numériques pratiques sociales », dans *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, Paris, Armand Colin, coll. « U », 2013, p. 166-186.

116 Bibia Pavard, « Les mobilisations féministes en France à l'ère d'internet : pour une approche sociohistorique », dans *Féminismes du XXI^e siècle*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. « Archives du féminisme », 2017, p. 161-173.

117 Karine Bergès, « Remous autour des vagues féministes », dans *Féminismes du XXI^e siècle*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. « Archives du féminisme », 2017, p. 11-27.

118 Christine Bard et Jean-Marie Durand, « L'actualité des féminismes ».

119 Marion Charpenel, « Les groupes de parole ou la triple concrétisation de l'utopie féministe », *Éducation et sociétés*, vol. 37, no 1, 2016, p. 15-31. L'autrice reprend l'expression « espace du dicible » des travaux de Michael Pollak et Nathalie Heinich, notamment dans « Le témoignage », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, vol. 62, no 1, 1986, p. 3-29.

encouragée, et encadrée au sein du groupe. Elle relève des normes récurrentes dans ces espaces : la non-mixité (bien que celle-ci soit moins marquée dans les années 2000 que dans les années 1970), la non-hiérarchie, et la prise de parole à la première personne. Ces espaces du dicible féministes reposent sur un exercice constant entre « partir de soi » (parler à la première personne) et « sortir de soi » (échanger à plusieurs, répondre aux autres récits). Ce mouvement repousse les frontières de ce qui peut être dit, rend exprimable ce qui ne l'était pas, et politise les expériences vécues. La notion d'espace du dicible féministe conjugue nécessairement l'étude de la prise de parole en elle-même à l'étude des conditions et des espaces de cette prise de parole.

En ce sens, les pratiques graphiques féministes contemporaines peuvent être analysées comme des éléments d'aménagement graphique d'un espace du dicible féministe. Si l'on suit cette hypothèse, il serait moins question de *donner* la parole que d'*aménager* des espaces pour la prendre et la recueillir. Ici, l'opération de recueil désigne non seulement le fait de recevoir une parole, mais aussi l'acte de la publier, de la diffuser, souvent aux côtés d'autres récits analogues.

L'aménagement d'espaces graphiques du dicible féministe suppose donc l'existence d'un profil spécifique de militant^e, que je nommerai la·e recueillant^e.

Deux nouveaux profils féministes : la·e témoinant·e et la·e recueillant·e

Dans ses travaux sur les néo-militant^{es} des années 2000, Fabien Granjon observe de nouvelles formes d'engagement et d'organisation militante, se construisant en réseau plutôt que selon une structure fédérale plus traditionnelle¹²⁰. L'observation de ces nouvelles formes d'organisation, qui reposent sur l'adaptabilité et la flexibilité des militant^{es}, « révèle ainsi l'émergence d'une nouvelle classe d'intermédiaires, constituée de militants-médiateurs fortement investis dans des opérations de propagation de l'information¹²¹ ».

Granjon identifie 3 types de militants-médiateurs : le passeur, le filtreur, et l'interprète¹²². Ces rôles, qu'il observe sur les listes de diffusion militantes, sont

120 Fabien Granjon, *L'Internet militant : mouvement social et usages des réseaux télématiques*, Rennes, Apogée, 2001 ; Fabien Granjon, « Les militants-internautes », *Communication. Information médias théories pratiques*, Vol. 22/1, 15 février 2003, p. 11-32.

121 Fabien Granjon, « Les militants-internautes ».

122 Fabien Granjon, *L'Internet militant* ; « Les militants-internautes ».

intimement liés à de nouveaux besoins d'organisation de la transmission d'information. Les « passeurs » assurent la diffusion de l'information au plus grand nombre. Les « filtreurs » sélectionnent les informations les plus pertinentes, et sont d'autant plus nécessaires que la masse d'information disponible augmente constamment. Outre la diffusion et la sélection d'information, les « interprètes » font un travail d'explication, de vulgarisation et de synthèse, et sont considérés comme des expertes d'un sujet donné du fait de leur expérience.

On peut analyser le comportement de nombreuses créatrices de comptes Instagram, ainsi que certains profils de colleuses, à partir de cette typologie, bien que toutes ne se définissent pas comme « militantes ». Elles relaient des faits d'actualité (passeuses), effectuent des revues de presse ou des recommandations d'ouvrage (filtreuses), synthétisent des travaux scientifiques ou expliquent les chiffres issus d'enquêtes statistiques (interprètes). En revanche, les espaces d'expression personnelle et de publication de témoignages – qu'ils soient localisés sur les murs, dans les pages d'un fanzine ou sur un compte Instagram – échappent à ces catégories. Ce sont pourtant bien des exemples caractéristiques « d'espace du dicible » féministe (pour reprendre les mots de Marion Charpenel) ainsi que des espaces de médiation de la parole : il me semble donc nécessaire de nuancer la classification établie par Granjon.

Au sein d'espaces d'expression personnelle – blog, fanzine individuel, tweets, certains collages, certains comptes Instagram personnels – la personne qui prend la parole, que j'appelle ici la témoignante, en assure elle-même la diffusion et la visibilité. Dans de nombreux cas, toutefois, la témoignante confie son récit à une autre personne, la recueillante. Cette dernière prend en charge de nombreuses étapes de médiation de la parole, du recueil à la diffusion : écoute, réception des messages, mise en page, illustration, mise en ligne. Cette liste n'est pas exhaustive, les étapes du travail de recueil pouvant différer d'une recueillante à l'autre. Je fais l'hypothèse que les rôles de témoignante et de recueillante doivent venir compléter la définition du militant-médiateur – ou plutôt de la féministe-médiateuse, pour les exemples qui nous occupent ici.

En observant les pratiques graphiques féministes entre 2019 et 2022, et en prenant le réseau social Instagram comme point d'entrée, un mouvement en deux temps se dessine : prendre la parole, recueillir la parole. Prendre la parole constitue un moment entre « partir de soi » et « sortir de soi », pour reprendre les

termes de Marion Charpenel¹²³. Il s'agit de comprendre la manière dont la parole prend forme et est négociée graphiquement par les témoins : comment la pratique graphique contribue-t-elle au « sortir de soi » ?

Recueillir la parole pose ensuite la question de l'aménagement graphique d'un « espace du dicible féministe¹²⁴ ». On cherche ici à comprendre ce qui se joue lorsqu'une témoinsante confie sa parole à une recueillante : quelles sont les formes graphiques du recueil féministe ? Au-delà de la diffusion de la parole des témoinsantes, recueillir et rassembler les prises de parole contribue à leur politisation.

Le chapitre suivant sera consacré à l'analyse de pratiques graphiques correspondant au premier temps, la prise de parole.

123 Marion Charpenel, « Les groupes de parole ou la triple concrétisation de l'utopie féministe »

124 *Ibid.*

chapitre 4

*partir de soi,
sortir de soi*

*matérialisations graphiques
de la prise de parole*

Dans ce chapitre, je vais analyser les conditions matérielles et graphiques de certaines formes de prise de parole féministes rencontrées pendant l'enquête. Celles-ci relèvent à la fois du « partir de soi » et du « sortir de soi », c'est-à-dire du récit à la première personne et du mouvement d'extériorisation que ce récit représente. Que se passe-t-il graphiquement au moment où les individus prennent la parole ?

Ce chapitre apportera des réponses à cette question à partir d'observations au sein de deux espaces distincts : celui des collages féministes et celui des comptes Instagram.

4.1. *Prendre la parole par la pratique du collage féministe*

Dans le chapitre 2, le mouvement des collages contre les féminicides a été abordé essentiellement pour son caractère spectaculaire et pour la résistance des colleuses à une esthétisation par les médias ou les cinéastes. À présent, les pratiques des colleuses féministes nous offrent une entrée pertinente dans cette exploration de la matérialisation graphique de la prise de parole féministe.

Les slogans faisant directement référence à la parole ou à son empêchement sont fréquents chez les colleuses. On peut citer par exemple « On nous coupe la parole, on la prend et on la colle¹ », ou « Sois fier.e.x et parle fort² ». Le collage revêt donc une fonction de « dé-silenciation³ », qui prend place à la fois dans l'acte de langage et dans l'acte graphique. L'existence matérielle du slogan sur les murs de la ville *fait* précisément ce que ce slogan *dit* : prendre la parole. Une colleuse interrogée emploie un langage plus fort encore, en parlant d'« hurler sur les murs⁴ ».

1 Titre du chapitre 6 de l'ouvrage collectif de Collages Féminicides Paris, *Notre colère sur vos murs*, Paris, Denoël, 2021.

2 @collages_feminicides_lehavre, publication Instagram, 11 juillet 2023.

3 Laura Zinzius, « Les collages féministes : une pratique en trois temps. Matérialité, performativité et ethos », Namur, Fabula, 2023.

4 *Isabelle, Collages Féminicides Paris. Entretien, le 8 décembre 2020.

La visibilité des collages est une manière d'imposer à la vue de toutes des sujets, des histoires passées sous silence, sans qu'il soit possible de détourner le regard : « Bon, maintenant, vous n'allez pas avoir le choix que de m'écouter⁵ ». Pour Saule, il s'agit de défaire les mécanismes de silenciation :

On le fait en partie parce que ça se voit, parce que ça interpelle. C'est matérialiser aussi des mots qui ont été tellement longtemps tus et cachés, et juste murmurés, puis ensuite effacés. [...] On nique tellement tous les mécanismes de silence et de honte en faisant ça, et on dit, on force le passant et les personnes qui n'y pensent pas forcément, à juste y penser, à le voir, à le lire et à dire qu'on ne peut plus le nier, on ne peut plus faire en sorte de dire que ça n'existe pas, ce n'est pas possible⁶.

Cet objectif de visibilité, pour faire en sorte que l'on ne puisse plus « ne pas voir » ou « faire l'autruche⁷ », est omniprésent dans les discours des colleuses. On le retrouve dans les slogans eux-mêmes, dans les entretiens, dans les interventions des colleuses dans les médias régionaux et nationaux⁸. Toutefois, l'affichage du collage dans l'espace public n'est que l'un des temps du processus et de l'action des colleuses, et le moment de la prise de parole n'est pas réductible à celui du collage.

C'est ce que s'accordent à montrer quelques travaux, encore rares⁹ du fait du caractère récent du mouvement des collages féministes (2019). Ces travaux sont ancrés dans les champs de l'étude des organisations¹⁰, des territoires et

5 *Margot, Collages Féminicides Paris, Collages virtuels. Entretien, le 8 décembre 2020.

6 *Saule, collages féministes Saint-Étienne. Entretien, le 11 décembre 2020.

7 *Margot, Collages Féminicides Paris, Collages virtuels.

8 « à un moment, il faut choquer », « on ne peut pas détourner le regard » sont des propos récurrents des colleuses dans les médias, par exemple dans « Collages Féminicides sur les murs de Bordeaux : coller pour dénoncer », *France 3 Nouvelle Aquitaine* [reportage vidéo] 30 janvier 2020 ; « Les collages comme arme féministe », *NC News* (Nouvelle Calédonie) [reportage vidéo], 21 janvier 2022.

9 Les travaux sont aussi majoritairement des textes de jeunes chercheuses, doctorantes en début de thèse, masterantes.

10 Juliette Cermeno et Justine Loizeau, « Collages féministes : lutter contre la violence, ça s'organise ! », *The Conversation* [en ligne], 7 mars 2023 ; Juliette Cermeno et Justine Loizeau, « Une méthodologie féministe en binôme : envisager la frontière de l'organisation alternative comme lieu de production du savoir », *Usages des perspectives critiques en recherche qualitative : méthodes, réflexions épistémologiques et questionnements éthiques*, n°26, 2022, p. 82-98.

espaces urbains¹¹, et de la littérature¹². Côté militant, Collage Féminicides Paris a publié en 2021 l'ouvrage *Notre colère sur vos murs*, qui rassemble des témoignages, des essais et des contributions d'actrices du mouvement qui sont aussi jeunes chercheuses¹³.

Dans les travaux universitaires, le moment de la peinture est peu abordé, et pensé essentiellement comme un acte d'écriture collectif. Denis Saint-Amand détermine « deux temporalités et deux espaces » de création des collages : « des temps d'échanges, dans un espace privé, qui préparent des temps d'action, dans l'espace public et le plus souvent de nuit¹⁴ ». Il envisage les temps d'échange comme des « ateliers d'écriture », au sens que leur donne Béatrice Fraenkel décrivant le MLF : une fabrique d'écriture, un moment de grand foisonnement¹⁵. On retrouve chez Laura Zinzius le même vocabulaire¹⁶. Le tracé des lettres est mentionné mais peu documenté, et l'ancrage disciplinaire en littérature conduit les chercheuses à insister davantage sur le plaisir de l'invention langagière des slogans.

Contrairement à Saint-Amand et Zinzius qui désignent la préparation des slogans comme un moment d'écriture, les colleuses interrogées parlent plutôt de « peindre » un slogan, et de « session de peinture ». Je les suis dans cette dénomination, car peindre des lettres est une forme d'écriture qui requiert des savoir-faire et des gestes particuliers. Conserver le mot « peinture » pour désigner cette activité permet de rappeler l'importance du médium.

11 Zoé Ruzic, *Subvertir la dichotomie privé-public au moyen des espaces publics : enquête auprès du collectif Collages Féministes Rennes*, Mémoire de Master 2 Aménagement et urbanisme, Université Rennes 2, Rennes, 2022 ; Alexandra Mallah, *L'appropriation de l'espace public par les mouvements sociaux féministes : le cas de Collages Féminicides Paris*, Mémoire de Master 2 Territoires Espaces Sociétés, EHESS, Paris, 2021.

12 Denis Saint-Amand, « « Elle le quitte, il la tue ». Les collages féministes, une littérature sauvage », *Fabula*, Atelier de théorie littéraire, 2021 ; Laura Zinzius, « Les collages féministes ».

13 Juliette Cermeno, Justine Loizeau et Alexandra Mallah entre autres.

14 Denis Saint-Amand, « « Elle le quitte, il la tue » ».

15 Béatrice Fraenkel, « « Nos drapeaux sont des foulards à fleurs », les manifestations du MLF », dans *40 ans de slogans féministes : 1970-2010*, Donnemarie-Dontilly, IXe, 2011, p. 5-17.

16 Laura Zinzius, « Les collages féministes ».

4.1.1.1. **La peinture comme moment de matérialisation graphique de la parole**

Dans la pratique des collages féministes, la prise de parole commence bien avant l’affichage du message dans la rue. La peinture est un moment intermédiaire pendant lequel les lettres sont matérialisées, inscrites sur les feuilles de papier, mais pas encore affichées dans l’espace public ni même assemblées pour former des mots. Abordant le mouvement des collages par l’angle des pratiques graphiques, j’avais construit une trame d’entretien moins centrée sur le collage dans sa dimension de réappropriation de l’espace urbain – déjà documentée par les colleuèuses elleux-mêmes et par quelques travaux – et laissant une plus large place au moment de la peinture. Ce choix méthodologique entraîne un autre, qui doit être explicité.

Le message de sollicitation pour un entretien envoyé aux groupes de colleuèuses sur Instagram et sur les canaux de communication des colleuèuses parisiennes mentionnait explicitement le graphisme et le moment de la peinture comme thématiques de l’entretien. Les colleuèuses volontaires pour un entretien sont très probablement plus intéressés par l’aspect graphique des collages que la moyenne des colleuèuses. Sur les 6 colleuèuses interrogés (dont un membre du collectif La Grenade à Metz, qui fait des collages sur un mode différent), 3 sont graphistes ou étudiantes en art. Ce biais de représentation n’est toutefois pas un obstacle majeur dans le cas présent, pour plusieurs raisons.

D’une part, l’enquête ayant malheureusement été écourtée (cf. 3.3.1), le faible nombre de colleuèuses interrogés ne permettait pas d’avoir un aperçu exhaustif des pratiques et des vécus des colleuèuses concernant la peinture, d’autant plus que les pratiques peuvent être très différentes d’une ville à l’autre : la peinture en groupe dépend souvent de l’accès à un local de taille suffisante par exemple. D’autre part, annoncer clairement les thèmes de l’entretien permet d’assurer une plus grande attention au vécu des enquêtés et à ce qu’ils retirent de l’échange avec l’enquêtrice. J’ai jugé que ce bénéfice excédait le biais de représentation occasionné.

L’observation des publications des groupes de collages féministes sur Instagram et, plus ponctuellement, des canaux de communication, avait en effet révélé une certaine lassitude des colleuèuses à l’égard des sollicitations des chercheuèuses, étudiantes et journalistes.

Tal Madesta, auteur, journaliste et militant au sein des collages féministes en 2020, écrit :

- Et du coup, pourquoi vous n'acceptez pas le zom ?
 - Dans la rue, les passants ont-ils plutôt une réaction positive ou négative ? [...]
 - Pourquoi le collage et pas le tag ?
 - Pourquoi des grandes lettres noires sur fond blanc ? [...]
- Arrêtez ça jpp c'est la plus grande campagne de collages de l'histoire du féminisme, soyez créatives, ya mille autres trucs à savoir¹⁷.

Au-delà des questions prévues, certains entretiens avec les colleuresses se sont poursuivis par des discussions sur des sujets connexes entre féministes, entre amateuices d'art et de graphisme : l'impact du confinement et des couvre-feu sur les collages et sur la santé mentale, les relations entre art et féminisme, entre graphisme et art, le rapport au dessin. Une colleuseuse m'a demandé des recommandations d'ouvrages sur le graphisme féministe. Ces discussions informelles ont permis de faire en sorte, autant que possible, que le moment de l'entretien soit fertile pour les deux parties.

Depuis l'extérieur du mouvement, il est aisé d'imaginer la peinture comme un moment systématiquement collectif, de réflexion et de discussion, comme le décrit Denis Saint-Amand : « il faudrait ici parvenir à faire entendre l'énergie d'un tel creuset, où il s'agit de discuter, d'écouter, de nuancer, de remuer, de bricoler, de tester, d'essayer, de rater parfois, de recommencer, de déplacer, de modifier, d'affiner¹⁸ ». Cette réflexion collective est facilitée lorsque les colleuses ont accès à des locaux dédiés à la peinture comme cela a pu être le cas à Paris¹⁹ ou à Liège²⁰. Le collage dans de plus petits espaces amène une proximité physique²¹ qui peut être difficilement propice à l'observation pour les chercheuses, et pose des difficultés logistiques, notamment le manque d'espace pour faire sécher les feuilles. Pourtant, le manque d'espace n'est pas la seule raison qui conduit les

17 Tal Madesta, @tal.madesta, story Instagram du 13 novembre 2020.

18 Denis Saint-Amand, « Elle le quitte, il la tue ».

19 L'existence de ces lieux est documentée par des photographies sur les réseaux sociaux, et une colleuse présente depuis les débuts du mouvement en a fait mention lors d'un échange informel.

20 Laura Zinzius mentionne le local du groupe liégeois Gluegang dans « Les collages féministes ».

21 Zoé Ruzic, *Subvertir la dichotomie privé-public*, p. 58.

colleureuses interrogés à peindre seuls, et certains récits du moment de la peinture contrastent fortement avec l'émulation décrite par Saint-Amand. Toutes les colleureuses décrivent la peinture comme un moment plutôt calme et méditatif : « détendant [sic] » et agréable pour Maria²², « précieux », « intime », « paisible, tranquille » pour Isabelle²³, « méditatif » pour Saule²⁴, qui relève de la « relaxation » pour Lou²⁵ et Margot²⁶.

La peinture des slogans amène une répétitivité des gestes que les colleureuses trouvent agréable. Margot raconte la peinture comme « un rituel », « une relaxation, une automatisation qui se met en place²⁷ ». Cette automatisation est aussi due au tracé des lettres :

J'ai un pinceau qui fait tout pile la largeur des lettres, je n'ai besoin de passer qu'un coup. Donc avec la peinture qui est fluide, je fais un geste, et ça forme la lettre. On fait la lettre, on pose la feuille, on fait la lettre²⁸.

Maria évoque aussi une fluidité dans le tracé des lettres, en disant que « ça glisse²⁹ ». Saule insiste sur le « mouvement méditatif³⁰ » de la peinture, lié à la répétition de mêmes gestes.

Cet aspect méditatif devient pour certaines un moment d'introspection. Margot préfère peindre seule car c'est un moment pendant lequel elle se retrouve, Isabelle en parle comme d'un moment de recueillement : « c'est comme accoucher de quelque chose³¹ ». Cette tendance à l'introspection peut être pesante : Saule préfère peindre accompagné d'autres colleureuses pour éviter de « ressassier », d'être plongé dans ses pensées. Il raconte au cours de l'entretien des anecdotes de séances de peinture : une confusion dans le groupe sur le format choisi pour le slogan (A4 ou A5) crée un slogan étrange, avec des lettres différentes, dont certaines en double. Chez une amie, « le chat passait un peu sur les

22 *Maria, Collages Féminicides Paris. Entretien, 11 décembre 2020.

23 *Isabelle, Collages Féminicides Paris.

24 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

25 *Lou, collages féministes Nantes. Entretien, 9 janvier 2021.

26 * Margot, Collages Féminicides Paris, Collages virtuels.

27 **Ibid.*

28 **Ibid.*

29 *Maria, Collages Féminicides Paris.

30 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

31 *Isabelle, Collages Féminicides Paris.

feuilles, il se mettait à courir partout, et après il avait de la peinture sur les pattes et il en mettait partout. [...] C'était hyper drôle³² ».

Il raconte spontanément ces anecdotes lorsque j'aborde le sujet de la peinture, ce qui contraste avec l'aspect méditatif évoqué quelques minutes avant. C'est une manière de défaire le fantasme de la séance de peinture uniquement grave et sérieuse :

On parle de violence, d'agression, c'est des sujets qui sont hyper durs, et en même temps, on est tellement contentes d'être ensemble, tellement aussi libres d'être ensemble et pas sur nos gardes, ce qui fait que c'est hyper joyeux aussi, on est en mode... Ouais on va tout repeindre, tout recouvrir, et parfois on fait juste des blagues³³.

Isabelle elle aussi raconte une anecdote festive, qui contraste avec le recueillement et l'aspect méditatif précités. Méditatif ou festif, solitaire ou collectif, le moment de la peinture est rattaché à un sentiment de sécurité, de calme et de cohésion.

Les colleur·euses rencontrés préfèrent la peinture à la main aux lettres imprimées, sans toutefois porter de jugement négatif sur les militant·es qui impriment du texte. Le slogan peint à la main « ne peut qu'être réussi » pour Maria³⁴ : la peinture de capitales bâton unifie l'écriture, contrairement à un texte imprimé qui pourrait employer des polices inadaptées ou souffrir de mauvaise qualité d'impression. Maria souligne l'accessibilité de la technique : « tout le monde peut en faire³⁵ ».

Concernant la manifestation graphique de la prise de parole, des colleur·euses interrogés font un lien direct entre le tracé des lettres et leur capacité à s'exprimer. Isabelle raconte une certaine angoisse au moment de peindre son propre témoignage, et la difficulté que posent certaines lettres, le S en particulier.

32 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

33 **Ibid.*

34 *Maria, Collages Féminicides Paris.

35 **Ibid.*

Son amie lui montre une astuce et la rassure :

Elle était là, elle me disait « elles sont trop belles tes lettres, tu les fais mieux que moi » et tout, et en fait je ne sais pas, c'est con mais ça m'a vachement rassurée. Je me suis dit : bon ben ça va alors, tout va bien, je vais pouvoir faire ça³⁶.

Dans le discours d'Isabelle, « ça » semble désigner à la fois la peinture, le collage et l'écriture de son témoignage. L'accompagnement d'une amie et la confiance dans le tracé des lettres contribuent à lui donner confiance en sa prise de parole.

Lors de ma première séance de peinture, j'ai pu observer une attitude similaire des colleuses qui m'accompagnaient. L'une d'elle s'est interrompue un instant pour observer mes lettres, notamment les M et les S, considérés comme difficiles à peindre (111. 24a). Nous avons échangé des astuces : il faut les commencer par le centre pour éviter qu'une moitié soit tassée sur le bord de la feuille. La minutie et le caractère méditatif de la peinture peuvent toutefois se heurter aux contraintes logistiques lorsque la peinture n'est pas assez diluée et met trop de temps à sécher, ou qu'il faut préparer plus de slogans que l'on n'en avait prévus. Au sein de notre groupe de 3, la vitesse de tracé des lettres, et donc leur aspect final, était très disparate. Je peignais des slogans pour la première fois dans ce format, tandis qu'une de mes accompagnatrices peignait de plus en plus rapidement, assise puis debout, voyant approcher sur sa montre l'heure du rendez-vous avec le groupe. Le rôle de formateur·ice, c'est-à-dire de celui qui explique les règles et initie les nouveaux·les membres à la pratique du collage, semble moins compatible avec une session de peinture méditative.

Isabelle et Saule racontent un lien entre peinture et prise de parole qui repose aussi sur la grosseur des lettres : « mon but à moi c'est de prendre un maximum de la feuille, pour que les lettres soient les plus grosses possibles³⁷ ». Saule renchérit : « plus elles sont grosses, plus ça me fait du bien³⁸ ». Il explique avoir changé de taille de pinceau et de tracé au fil du temps, pour que ses lettres prennent de

36 *Isabelle, Collages Féminicides Paris.

37 *Ibid.

38 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

plus en plus de place sur les feuilles. Cela devient une question de cohérence de posture entre le message qu'il peint et son état d'esprit.

Avant j'utilisais le plus petit [pinceau] et après je me suis rendu compte que je pouvais utiliser plus gros. On a tellement tendance à s'excuser d'être là, s'excuser d'exister, d'avoir subi des trucs... Ça oblige à se dire : non, là de toute façon j'affiche des mots en grand dans la rue, donc au bout d'un moment je ne peux pas faire ça en m'excusant et en essayant que les lettres soient petites. Non, on va jusqu'au bout et plus c'est gros mieux c'est. Plus c'est gros et plus la colère gronde aussi³⁹.

Saule soulève ici un paradoxe entre l'apparente force des collages et la timidité ou le manque de confiance dans sa prise de parole pendant ses premières séances de peinture. L'épaisseur et la fermeté du tracé au moment de la peinture peuvent donc contribuer à la puissance de l'effet visuel des collages sur les passant^{es}, ainsi qu'à un apprentissage du droit à prendre de la place, par le geste de peindre. Les planches d'images suivantes (111.24) proposent une brève analyse de la variété du tracé des lettres dans les collages féministes et des éléments graphiques qui les accompagnent. Saule poursuit sur ce sujet en faisant un parallèle direct entre la feuille, la ville et le corps :

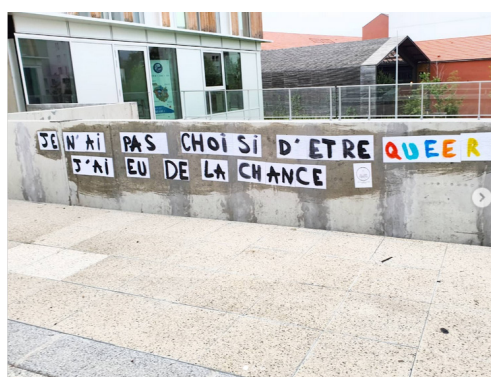
C'est vraiment aussi une éducation à prendre de la place, le collage, tu vois. Que ce soient les lettres à l'intérieur de la feuille, que ce soient les mots à l'intérieur du mur, à l'intérieur de la ville, et nos corps à l'intérieur de l'espace public qu'est la ville⁴⁰.

Pour ces colleu^{re}uses, prendre de la parole c'est aussi prendre de la place, et la peinture comme l'affichage du collage y contribuent. Il y a une forme de complémentarité entre ces deux moments : Isabelle dit avoir « besoin des deux⁴¹ ».

39 **Ibid.*

40 **Ibid.*

41 *Isabelle, Collages Féminicides Paris.



I11.24 - Tracés des lettres dans les collages féministes.

Publications des comptes Instagram @collages_feministes_stetienne et @colleuxses_nantais.es.

24a. @collages_feministes_stetienne, 10 septembre 2023, slide 1. Exemple de lettre S au tracé « tassé » sur le haut de la feuille.

24b. @colleuxses_nantais.es, 2 avril 2022. Les lettres sont tracées d'un seul coup de pinceau, avec une peinture très diluée.

24c. @collages_feministes_stetienne, 27 juin 2021. La peinture est légèrement moins diluée. On remarque la présence de lettres en couleur, souvent employées pour écrire les mots « LGBTQI+ » ou « QUEER ».

24d. @collages_feministes_stetienne, 14 juin 2023. Les lettres sont fines, tracées avec un pinceau biseauté. Les pleins et déliés, visible lorsque la lettre est tracée d'un geste, sont lissés ou effacés lorsqu'il y a plusieurs coups de pinceau.



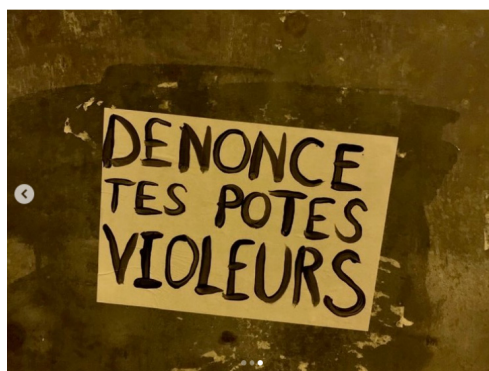
Tracés des lettres dans les collages féministes - suite.

24e. @colleuxses_nantais.es, 25 février 2022. Les lettres sont plus droites et grasses.

24f. @collages_feministes_stetienne, 10 avril 2021. Les lettres sont encore plus épaisses, vraisemblablement tracées au pinceau brosse. Les slogans courts sont souvent composés de lettres plus épaisses que les slogans longs. On peut noter sur ce même collage l'utilisation de deux formes d'écriture inclusive, le x (terminaison neutre) et le point médian, ici en forme de cœur.

24g. @collages_feministes_stetienne, 28 octobre 2020. Les cœurs sont présents sur plusieurs collages du groupe stéphanois, associés à des messages de soutien : « adelphité », « on te croit », ou « tu n'es pas seule », comme ici.

24h. @colleuxses_nantais.es, 25 février 2022. Même chose à Nantes, le collage est accompagné de dessins de cœurs, transformant le mot « adelphité » en message de soutien et d'amitié. L'adelphité est un équivalent sans marque de genre des mots fraternité ou sororité. Il permet d'exprimer la solidarité quel que soit le genre, binaire ou non, de l'interlocuteuice.



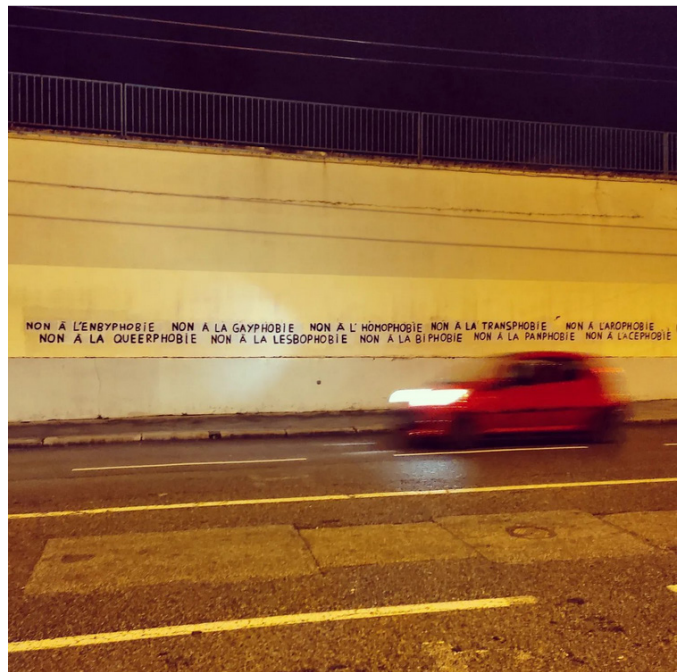
Tracés des lettres dans les collages féministes - suite.

24i. @collages_feministes_stetienne, 28 juin 2020. Certains slogans, plus rares, sont tracés au marqueur. On le reconnaît à des irrégularités de graisse, notamment sur le G.

24j. @collages_feministes_stetienne, 5 septembre 2022. Un tracé plus énergique et rapide, avec des traverses montantes sur les T et les E.

24k. @colleuxses_nantais.es, 29 mars 2022, slide 3. Les collages en petit format, ici un slogan sur une feuille A4, ont fréquemment un tracé plus spontané et irrégulier.

24l. @collages_feministes_stetienne, 22 juillet 2021. Cet exemple, plus rare, montre une composition avec un collage principal orné de flammes et plusieurs collages de plus petits formats, des citations de textes de Wendy Delorme et Monique Wittig. La feuille A5 sur la droite est imprimée avec le logo et les coordonnées du groupe, en guise de signature.



Ill.25 - Lecture des collages dans la ville.

25a. @collages_feministes_stetienne, publication Instagram, 22 juin 2023. Le collage s'étire sur deux lignes, ce qui oblige à le photographier de plus loin.

25b. @collages_feministes_stetienne, publication Instagram, 6 février 2022. Grand collage sous forme de liste : « non à... » suivi de plusieurs formes d'oppression et de discrimination. Le collage n'est lisible en entier que depuis l'autre côté de la rue.

4.1.2. **De la feuille à la ville : prendre la parole, prendre de la place**

L'espace réduit des appartements des colleureuses permet rarement de pouvoir lire le slogan peint : les lettres sont éparpillées dans la pièce, comme dans l'appartement d'Isabelle que j'aperçois à travers sa webcam lors de l'entretien en visio. D'autres colleureuses utilisent un fil ou un étendoir à linge pour faire sécher les lettres. Le moment de l'affichage du collage permet donc de redécouvrir les slogans, ou de prendre connaissance de ceux des autres colleureuses de la session. Maria souligne l'importance de la taille des collages et de l'espace occupé, en expliquant qu'il est « rare dans l'espace public d'avoir des messages avec des lettres formats A4⁴² ». Pour Isabelle, le caractère éphémère des collages rend plus importante encore leur visibilité : « ça ne va pas durer très longtemps donc il faut que ce soit très très très visible⁴³ ». Il s'agit d'écrire, de parler et d'occuper l'espace en grand, pour « sortir la colère⁴⁴ ».

Le collage peut revêtir un aspect impressionnant lorsqu'il se déploie lettre par lettre, au point de devenir difficilement photographiable, quand il est sur une ou deux longues lignes : c'est plus souvent le cas lorsque le collage est affiché sur un muret ou sous un pont routier (I11.25). Dans la rue, il faut alors le lire en marchant ; sur Instagram, les photos sont prises de plus loin ou avec une forte perspective. Sous un grand collage contre les LGBTphobies à Saint-Étienne (I11.25b), une internaute commente : « Bonne chance à ceux qui voudront retirer ça ! Bravo à vous ». Le format du collage le rend difficile à photographier, mais aussi plus difficile à supprimer totalement. Saule évoque aussi l'engagement du corps dans l'acte de coller :

Le fait que ce soit grand c'est important, le fait que ça mette aussi notre corps en jeu, avec le geste [fait un grand geste avec une brosse imaginaire], se mettre sur la pointe des pieds pour pouvoir mettre la colle⁴⁵...

42 *Maria, Collages Féminicides Paris.

43 *Isabelle, Collages Féminicides Paris.

44 *Margot, Collages Féminicides Paris, Collages virtuels.

45 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

Alors qu'André Gunthert remarque l'absence d'images, et plus précisément de représentation des corps, dans les luttes féministes contre les violences sexuelles⁴⁶, dans les collages féministes le corps n'est pas représenté mais directement engagé dans l'action.

À Metz, le collectif La Grenade a choisi un autre format de collage féministe. Servane, cofondatrice et membre de ce collectif, explique être dérangée par le fait d'utiliser le même mode d'action que la militante à l'origine du mouvement des collages, Marguerite Stern, écartée du mouvement après quelques mois du fait de ses propos et actes transphobes⁴⁷. Elle ne porte aucun jugement de valeur sur les militant·es qui s'expriment avec ce format de collage, et est au courant de cette scission au début du mouvement. Elle souhaitait cependant proposer autre chose, afin que les collages A4 ne soient pas « le seul moyen d'exprimer dans la rue des choses écrites par des féministes⁴⁸ ». Servane évoque les contraintes logistiques de ces collages A4 :

En termes de praticité, c'est plutôt la nuit, tu ne peux pas dire tout ce que tu veux, tu ne peux pas faire beaucoup de messages [...] Il faut prévoir une place, il faut mesurer avant par rapport aux nombres de lettres, c'est beaucoup de contraintes⁴⁹.

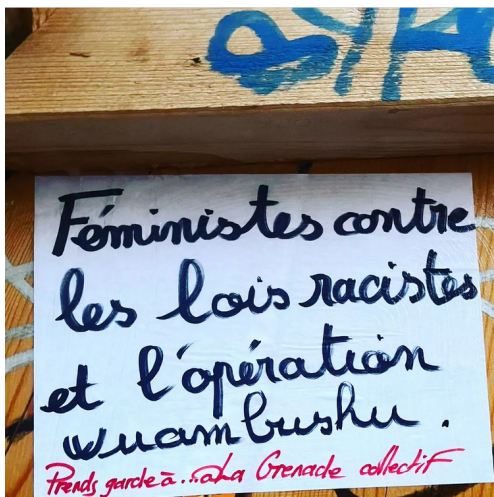
Ces contraintes sont amplifiées par les mesures prises pour endiguer la pandémie de Covid-19, notamment les couvre-feux, qui rendent impossible tout collage de nuit. La Grenade a donc choisi des collages de plus petit format : une feuille A4 contient une à deux phrases écrites au marqueur noir en écriture cursive, et une signature au marqueur rouge : « prends garde à ... @lagrenadecollectif ».

46 André Gunthert, « Écouter la parole des femmes, avec ou sans images », *L'image sociale* [en ligne], 15 janvier 2018.

47 La militante Marguerite Stern ne se dit plus féministe mais « femelliste » depuis 2022. Outre son combat contre une supposée « idéologie trans », elle tient également des propos associant immigration et insécurité, ce qui la rapproche des courants fémonationalistes. Sa posture essentialiste et transphobe est, dès 2020, en désaccord complet avec la majorité des groupes de collages féministes, qui collent en mixité de femmes cisgenre et transgenre, homme trans et personnes non-binaires.

48 *Servane, La Grenade collectif féministe, @lagrenadecollectif. Entretien, 26 octobre 2022.

49 **Ibid.*

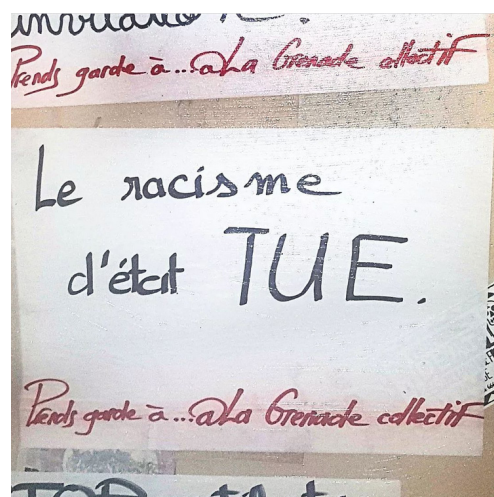
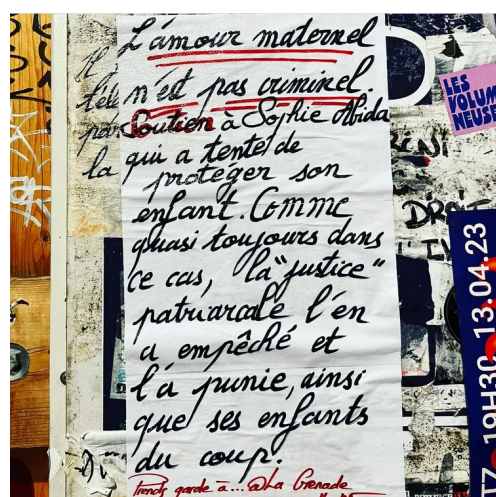
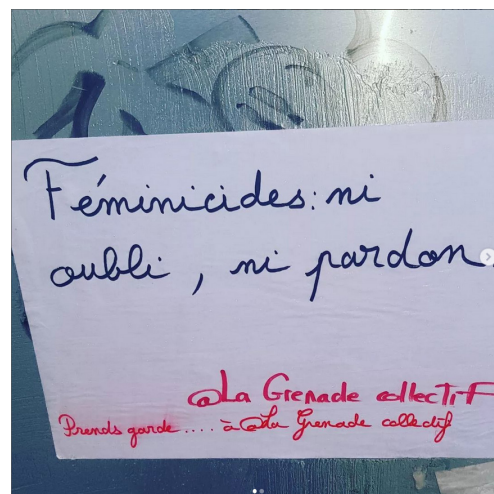


111.26 - La Grenade.

26a. Publication Instagram, 25 avril 2023. Le cadrage de la photographie est légèrement décalé pour laisser apparaître un autocollant antifasciste. À gauche juste en-dessous du collage de La Grenade, on aperçoit une partie de la signature d'un collage qui semble avoir été arraché, ce qui indique que les membres de La Grenade reviennent plusieurs fois au même endroit.

26b. Publication Instagram, 27 mai 2023.

Le format réduit (une feuille A4 horizontale) donne bien moins d'indices sur la localisation du collage, s'il est affiché à hauteur d'œil ou plus bas. On distingue des fragments d'affiches électorales, d'affiches superposées comme c'est souvent le cas pour les espaces d'affichage libre, ou les contours des transformateurs électriques et bornes de branchement. Ces indices concordent avec le discours de Servane sur l'occupation de plus petits espaces, de « recoins » dans la ville.



La Grenade, suite.

26c. Publication Instagram, 18 avril 2023. Lorsque les colleuseuses ont besoin d'afficher un message plus long, ils rédigent leur message sur plusieurs feuilles A4 format paysage, scotchées entre elles puis collées.

26d. Publication Instagram, 5 octobre 2022.

26e. Publication Instagram, 30 octobre 2022. On voit sur cette photo que La Grenade colle plusieurs slogans à proximité les uns des autres. La signature en rouge est écrite par la même personne en haut et au milieu, contrairement aux slogans. On peut supposer que des membres du collectif préparent plusieurs feuilles vierges avec des signatures, ou qu'une personne recopie cette signature à la fin d'une séance collective d'écriture. Cette diversité de tracés d'un slogan à l'autre rappelle l'aspect collectif de l'action.

Le format et l'écriture cursive, plus proche de l'écriture manuscrite quotidienne des militant·es de La Grenade, permet pour Servane d'avoir une plus grande proximité avec les passant·es, de les toucher plus directement :

Toi qui me lis, j'ai écrit ça pour toi [...] On te parle à toi, toi qui me lis qui passe. Ce n'est pas un gros truc affiché, c'est plus : je TE parle, et vous qui passez, on VOUS parle, chacun chacune⁵⁰.

La diversité des écritures manuscrites représente également, pour Servane, la pluralité des situations d'oppression et des subjectivités des membres du collectif, de manière plus visible que des lettres capitales. La planche précédente (111.26) se penche plus en détail sur les spécificités des collages du collectif La Grenade.

4.1.3. « C'est beau » : le moment de l'affichage comme aboutissement

Alors que le collage semble être le moment le plus important du processus, le plus fort, le plus rapide aussi, les observations des séances de collages, m'ont amenée à assister à un moment particulier qui dure quelques secondes seulement, après le collage. Souvent en silence, les colleur·es lissent les dernières feuilles puis reculent de quelques pas pour regarder le collage terminé. Pendant ce moment, j'ai souvent entendu « c'est beau », « il est beau », « ça claque », phrases que l'on retrouve aussi plusieurs fois dans les documentaires et reportages sur les collages, comme dans l'épisode du podcast *La Poudre* qui leur est consacré⁵¹. C'est aussi le moment de photographier le collage avant de partir trouver un autre mur. Dans les entretiens avec les colleur·es, je raconte mon observation de ce moment, dans lequel toutes les colleur·es interrogés se reconnaissent immédiatement. La question qui suit rompt avec le rythme du reste de l'entretien : pourquoi c'est beau ?

D'après les colleur·es interrogés, la beauté du collage (et de ce moment en particulier) vient du fait que ces quelques secondes de recul représentent l'aboutissement d'un long processus, au terme duquel un collage est finalement

50 *Servane, La Grenade collectif féministe, @lagrenadecollectif.

51 « « Notre Colère sur vos murs » (Documentaire) », *La Poudre* [podcast], Nouvelles Écoutes, novembre 2020.

« là devant nous⁵² ». Pour Lou, c'est aussi le moment au cours duquel le slogan peint devient visible et lisible dans l'espace public, après avoir été formulé au brouillon, peint, transporté. Isabelle développe les différentes étapes de ce processus :

C'est beau globalement, c'est à dire c'est beau qu'on soit là, c'est beau ce qu'on a fait, c'est beau l'énergie, c'est beau, c'est le résultat de beaucoup de choses, parce que coller c'est pas juste coller. Avant il s'est passé quelque chose de l'ordre de la réflexion de ce qu'on va écrire, après il faut l'écrire, il faut le faire sécher, faut mettre dans son sac, faut faire de la colle, faut se retrouver, faut monter sur des poubelles, faut se faire emmerder, et finalement tu vois après tout ce petit périple la procession se termine par... Oui, c'est bien quand même de prendre le temps de regarder un petit peu. En tout cas moi je le prends ce temps, parce que oui c'est le résultat de beaucoup de relais, de beaucoup d'efforts, et ce qui est beau c'est le mouvement, l'action⁵³.

Dans cet inventaire que fait Isabelle des étapes nécessaires à la réalisation d'un collage, le moment de l'encollage lui-même est curieusement absent, sous-entendu quelque part entre « monter sur des poubelles » et « se faire emmerder ». Son discours appuie une conception du collage comme pratique militante féministe qui se déroule sur un temps bien plus long que le seul moment de l'affichage. Ce temps long est découpé en moments qui mobilisent différentes compétences langagières, sociales, graphiques et corporelles.

Dans le prolongement du discours d'Isabelle, Saule évoque pour certains collages un processus de « mise hors de soi » du vécu, qui commence bien avant l'affichage, et même bien avant la peinture :

C'est des mots qu'on met tellement de temps à sortir de nous. [...] Le fait que ça arrive à notre conscience met beaucoup de temps. Et en plus il y a encore du temps après pour qu'on le dise, pour qu'on en parle, pour qu'on n'ait plus honte, et encore du temps pour le coller, et encore du temps⁵⁴...

52 *Lou, collages féministes Nantes.

53 *Isabelle, Collages Féminicides Paris.

54 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

Le collage matérialise graphiquement plusieurs étapes d'un passage de l'indicible au dicible, processus qui se déroule sur un temps très long. La courte durée de vie du collage contraste fortement avec la longueur et l'intensité de la temporalité qui le précède.

Cette dualité explique l'importance de la photographie pour archiver et immortaliser ces collages éphémères. Cette documentation minutieuse, qu'elle soit réalisée par des colleuses photographes amateurs ou par des photographes professionnelles qui travaillent bénévolement pour le mouvement, participe à faire entrer les collages dans l'histoire pour Isabelle et Saule, qui insistent sur l'aspect « éternel » de la photographie. La pérennité des photos sur Instagram n'est toutefois pas garantie : le compte du groupe bruxellois La fronde a été supprimé par Instagram en 2020⁵⁵, et celui des colleuses nantaises a été piraté en février 2022⁵⁶. D'autres moyens de circulation sont mis en œuvre, outre le livre de Collages Féminicides Paris : les colleuses partagent des photographies sur leurs canaux de discussion, les collages virtuels réalisés pendant les confinements ont été mis en ligne sur un site web⁵⁷ en parallèle du compte Instagram @collages_feminicides_internet. Les collages peuvent également être immortalisés par inadvertance : Saule raconte sa surprise de voir de nombreux collages sur Google Street View, service qui permet de se promener dans une ville grâce à un ensemble de photographies à 360°. Certains slogans étaient en clair, d'autres phrases plus spécifiques contenant un prénom ou un message anti-police étaient floutés, mais restaient lisibles en jouant avec les angles de vue de l'application. Les photos ont été refaites avant que je ne puisse enregistrer des captures d'écran de ces exemples. Pour Saule, ces photographies sont une indication supplémentaire que les collages « font partie de la ville⁵⁸ » : ils peuvent devenir visibles en trois dimensions pour quiconque se promènerait virtuellement dans la ville.

55 Laura Zinzius, « Les collages féministes : une pratique en trois temps. Matérialité, performativité et ethos », Namur, Fabula, 2023.

56 @colleuxses_nantais.es, publication Instagram, 21 février 2022.

57 Disponible en ligne : <https://collagesvirtuels.fr>

58 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

4.1.4. Arrachages et réparations

Le temps et l'énergie investies dans le travail introspectif, dans la prise de conscience individuelle et collective, puis dans la réalisation logistique et graphique du collage, contrastent d'autant plus fortement avec la rapidité avec laquelle un collage peut être arraché. Cela ajoute à la violence perçue du geste de l'arrachage, d'autant plus lorsque les arracheureuses ne visent pas directement le message collé mais s'opposent au principe de l'affichage en avançant l'argument de la propreté des murs. Isabelle souligne l'absurdité de cette situation :

Je suis extrêmement triste et atterrée que pour des gens un mur propre soit plus important que l'intégrité physique, la dignité et la vie de quelqu'un d'autre. On prend les choses par le bout qu'on peut. Écoutez, vous aurez vos murs propres quand vous détruirez le patriarcat⁵⁹.

Isabelle ironise également sur le choix des municipalités de retirer les collages au nettoyeur haute pression, qui détrempe les feuilles et les transforme en charpie, ce qui salit la chaussée⁶⁰ : l'argument de la propreté ne tient plus.

Les réactions négatives surprennent d'autant plus lorsque le message collé est beau et poétique. Isabelle raconte que le collage du slogan « Ton amour pour toi est plus fort que tous les hommes que tu croiseras dans ta vie. Tu es forte et merveilleuse » lors d'une séance a suscité beaucoup de réactions négatives des passant^{es}.

Cette violence des riveraires et des passant^{es} constitue un « rappel à l'ordre social⁶¹ » contestant l'appropriation militante, féministe, de l'espace public. Ce rappel à l'ordre social rejoint la notion de *backlash* : l'arrachage survient presque immédiatement après le collage, nous donnant un exemple d'un *backlash* instantané, perçu dans certains travaux comme caractéristique de la quatrième vague des féminismes (cf. 1.2.2., page 80). Cela nous ramène aux formes de silencieuses des discours féministes, analysées par Mona Gérardin-Laverge⁶². L'arrachage n'est pas seulement une contestation de l'appropriation *féministe* de

59 *Isabelle, Collages Féminicides Paris.

60 *Ibid.*

61 Mathilde Guellier, « Tu fais un truc qui n'est pas légal mais qui est légitime en fait » : coller contre les féminicides », *Mouvements*, vol. 112, n° 4, 2022, p. 158-166.

62 Mona Gérardin-Laverge, « Trouble-fêtes ».

l'espace public, mais la contestation de l'appropriation de l'espace public par les femmes et les minorités de genre. Ce n'est pas uniquement un discours, mais un fait social complet qui est désigné comme faisant désordre ou salissant les murs.

Le collage sur les murs peut être perçu comme une dégradation ou une violation de l'espace privé, et cristallise des tensions autour de la propriété. Cette conception de la propriété ne semble pas s'arrêter à celle des murs en eux-mêmes. Interrogée sur les réactions véhémentes qu'elle reçoit des passant·es lors des collages, Isabelle s'indigne du fait que le plus souvent, « ce n'est même pas leur mur⁶³ ! » Le collage et les réactions qu'il suscite constituent non seulement une lutte pour l'occupation de l'espace public, mais aussi une rivalité pour la définition-même du statut de propriété de cet espace, et pour la détermination du périmètre de la propriété privée. Ainsi, des riverains interrogés par Alexandra Mallah dans le cadre de son mémoire mentionnent l'intrusion que représente un collage visible depuis la fenêtre de leur logement, ou admettent être moins favorables aux collages dans leur propre quartier⁶⁴.

L'arrachage du collage peut être perçu comme la destruction et la négation, non seulement du message lui-même, mais de tout le processus de réflexion, souvent douloureux, qui aboutit à cette prise de parole. Pour Saule, c'est un « retour de bâton » dont il peut être difficile de se remettre :

[L]e mec qui arrache ça, le mec qui vient nous insulter parce qu'on met ça, il détruit, je ne sais pas... Ça dépend des personnes mais ça peut être des années de lutte avec soi-même pour arriver à juste sortir de ce schéma de culpabilité, de honte. Ces mecs-là ne se rendent pas compte de la douleur que c'est d'avoir honte, de se sentir mal, d'avoir peur⁶⁵.

L'arrachage induit plusieurs réponses de la part des colleur·euses. La première est une dynamique collective de réparation des collages, notamment ceux dont le sens a été altéré : « qui ne dit mot ne consent pas » devenu « qui ne dit mot... consent... » par exemple. Ces réparations sont particulièrement urgentes pour Lou : « On ne peut pas laisser un slogan qui veut dire autre chose, ce n'est pas

63 *Isabelle, Collages Féminicides Paris.

64 Alexandra Mallah, *L'appropriation de l'espace public par les mouvements sociaux féministes*, p. 146-153.

65 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

possible⁶⁶. » Elle ajoute que les détournements poussent parfois son groupe à éviter d'employer les formulations les plus aisées à modifier. Parmi les photos d'arrachage sur les réseaux sociaux, il est aussi fréquent de voir les mots « viol » et « agresseur » arrachés en premier sur un slogan. Il est très difficile d'échanger avec les arracheuses et de connaître précisément leurs motifs, mais nous pouvons supposer qu'il s'agit là d'effacer les mots perçus comme les plus violents, les plus indicibles en public.

Les colleuses réparent les collages auxquels ils manquent des lettres voire des mots entiers. Le plus souvent, ils profitent d'une session pour réparer des collages précédents, avec des marqueurs noirs ou de nouvelles feuilles : certaines prévoient un alphabet supplémentaire. Maria et Isabelle font parfois des sessions entièrement dédiées à la réparation de collages, lorsqu'elles en repèrent plusieurs qui nécessitent une réparation dans le même quartier. Quand les sessions de collage sont très rapprochées, Isabelle explique qu'il est plus difficile de coller de nouveaux slogans « parce que les murs sont pris, et donc l'important est d'aller réparer ceux qui ont été collés la semaine d'avant pour qu'ils puissent perdurer dans le temps⁶⁷ ». Le nombre de colleuses rencontrés est trop faible pour comparer précisément les pratiques des différentes villes, mais Margot explique avoir été « étonnée par la durée de vie des collages⁶⁸ » à Paris, bien plus longue que dans sa ville d'origine. Chez elle, les réparations sont plus rares : « on ne peut même pas réparer, il faut recoller, parce qu'ils sont arrachés dans leur intégrité⁶⁹. » Lou fait le même constat à Nantes.

La succession d'arrachages et de réparations laisse des traces sur les murs des villes, qui deviennent partie intégrante du discours et du mode d'action des colleuses. Lors des sessions auxquelles j'ai assisté et participé en novembre et décembre 2020, le choix d'emplacement de certains collages était motivé par la présence proche d'un collage arraché partiellement ou complètement. L'ancien collage était réparé, ou recouvert s'il était trop endommagé. Le nouveau collage venait renforcer le message du précédent, lorsque les colleuses avaient dans leur stock de slogans une phrase qui convenait. À côté d'un slogan « tu n'es pas seul » en partie arraché, nous avons ajouté : « on te croit ».

66 *Lou, collages féministes Nantes.

67 *Isabelle, Collages Féminicides Paris.

68 *Margot, Collages Féminicides Paris, Collages virtuels.

69 *Ibid.*

Ce jeu de réparation et de rebond d'un collage à l'autre est également documenté dans l'ouvrage *Notre colère sur vos murs*. Les cartes de deux sessions de collages, dessinées par Alexandra Mallah, montrent que le parcours des colleuses est jalonné de collages arrachés, réparés ou non pendant la session⁷⁰.

La persévérance des militant·es constitue une deuxième réponse aux arrachages. Dans ses travaux sur les collages, Denis de Saint-Amand relève que les oppositions virulentes aux collages « ne sont pas de nature à entamer les convictions des militantes⁷¹ », mais ont plutôt tendance à les renforcer. Les entretiens vont dans ce sens, plusieurs colleuses expriment une colère envers les arrachages, colère qui s'avère motrice : « Viens me les casser, je vais prendre toute l'énergie que tu me donnes et je vais la transformer pour aller coller plus haut⁷². » Les collages sont une façon de « construire positivement⁷³ » autour de la colère, de sortir la colère de soi⁷⁴.

Parfois, la réparation prend un tournant plus intime et plus important encore. Isabelle a entretenu un rapport particulier au collage de son propre témoignage :

J'ai eu l'impression, comme si c'était un élan du corps, qu'il fallait que je le protège, comme moi je n'ai pas pu me protéger avant. Enfin, de mon viol. J'y allais tout le temps avec mes lettres et je recollais, je recollais, tous les soirs j'allais recoller des lettres, jusqu'à ce qu'il soit « kârchérisé » par la mairie. Là je ne pouvais plus rien faire, mais j'ai choisi de le laisser vivre, j'ai choisi de réparer tout ce que je pouvais⁷⁵.

Isabelle associe ici la réparation à un élan de protection, qui lui redonne une capacité d'agir. Elle colle son témoignage juste avant le deuxième confinement de 2020, et doit le réparer en journée à l'occasion d'une sortie autorisée. Elle tenait à réparer son collage avec ses propres lettres, pour assurer une unité visuelle. Elle se sent plus vulnérable pendant ces moments de collage en solitaire, mais ce geste de réparation devient une habitude qu'elle poursuit après le confinement. Seule dans son quartier ou pendant une session, elle prépare toujours des lettres

70 Collages Féminicides Paris, *Notre colère sur vos murs*, Paris, Denoël, 2021, p. 52-53.

71 Denis Saint-Amand, « « Elle le quitte, il la tue ». Les collages féministes, une littérature sauvage », *Fabula, Atelier de théorie littéraire*, 2021.

72 *Isabelle, Collages Féminicides Paris.

73 **Ibid.*

74 *Margot, Collages Féminicides Paris, Collages virtuels.

75 *Isabelle, Collages Féminicides Paris.

supplémentaires. Saule raconte également un épisode de réparation particulier. Après une session de collage avec et pour une victime de viol, il constate que le slogan « mon viol ma rage » a été arraché dès le lendemain. Il s'engage alors dans une réparation à répétition :

Il y avait quelques lettres qui étaient arrachées donc je les avais remises au marqueur. Après il y a eu le confinement, et à chaque fois que je passais faire mes courses je faisais un détour par là-bas et j'allais remettre les lettres. Ensuite toutes les lettres ont été arrachées, du coup j'ai remis au marqueur toutes les lettres, ensuite ça a été repeint, ensuite j'ai remis au marqueur toutes les lettres, ensuite ça a été re-repeint. Ensuite la dernière fois que j'y suis allé c'était il y a une petite semaine, j'ai remis au marqueur toutes les lettres⁷⁶.

Saule s'investit dans cette réparation pour réécrire continuellement les mêmes mots. Le mode d'action change, passant du collage à l'écriture au marqueur. Cette bataille graphique est une lutte pour l'occupation de l'espace public et pour la visibilité de la parole des témoignante^s. Saule ne répare pas son propre témoignage, mais endosse en quelque sorte un rôle de « gardien » de la parole de saⁿ adelphe militante^e.

4.1.5. Une présence graphique

L'exemple qui précède montre que les collages peuvent être perçus comme très personnels même lorsqu'ils ne sont pas à proprement parler des « témoignages », c'est-à-dire des récits à la première personne, de victimes ou de proches de victimes. Le collage que Saule réécrit plusieurs fois est un slogan utilisé à de nombreuses reprises par les colleuse^s, mais il revêt une signification particulière pour chaque militant^e qui choisit de le peindre.

Lors des sessions de collage ou des échanges par messagerie privée, les colleuse^s emploient plusieurs fois les expressions « ton collage », « ton slogan ». Pendant ma première session de collage, nous n'avons pas eu le temps de coller tous les slogans prévus avant que le groupe se sépare, car le couvre-feu a plusieurs fois écourté les séances pour celles habitant le plus loin. Le groupe arrivait

76 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

à court de slogans, et j'ai confié aux autres colleureuses un de ceux que j'avais peints, avant de les quitter. J'ai ressenti une forme de soin et d'attention particulière pour les lettres que je leur avais confiées : une colleureuse du groupe a pris soin de m'envoyer une photo du slogan collé. Bien que cette prévenance puisse être accentuée par le fait qu'il s'agissait de ma première session, mon ressenti semble concorder avec la pratique des colleureuses interrogées.

Maria porte une attention particulière aux slogans qui lui sont confiés, quel que soit le texte, car « tu sais l'importance que ça a pour la personne de le coller⁷⁷ ». Cette attention s'étend aux réparations :

Les messages réparent les gens, vraiment. Et nous quand on répare, on répare des messages qu'on n'a pas collés. [...] En les réparant on répare aussi la personne, on répare ce qu'elle avait à dire⁷⁸.

Ce passage de « réparer le message » à « réparer la personne » fait écho à la notion de protection évoquée par Isabelle. L'attention accordée à la réparation des mots semble matérialiser et prolonger le soutien entre colleureuses. Ce soutien se manifeste également dans le fait de coller pour des personnes qui assistent à la session sans y participer. Les colleureuses peuvent observer le collage d'un texte qui les concerne, qu'elles ont participé à peindre, en se mettant en retrait et en laissant le soin aux autres militantes de coller le message. Lou et Maria ont toutes deux fait cette expérience. Cette prise de recul permet d'assister consciemment à l'apparition du message, en dehors d'un exercice de rapidité et de coordination qui n'est pas propice à la réflexion. Ce peut aussi être une manière de participer à son rythme, malgré un état émotionnel qui rend difficile l'acte de coller : pour Lou, il s'agissait de se réapproprier la rue et le collage après une interpellation et une mise en garde à vue. Elle décrit ce collage comme un moment de soutien particulièrement fort.

Par la peinture, le collage, la photographie, la réparation, la présence du collage dans l'espace public se prolonge dans le temps bien au-delà du court moment pendant lequel le collage est affiché et lisible.

77 *Maria, Collages Féminicides Paris.

78 *Ibid.

Saule le raconte en termes presque mystiques :

Même si on ne distingue plus ce qui est écrit, on sait ce qui s'est passé à ce moment-là. On sait. Même si on ne l'a pas fait nous... [...] C'est comme si, je ne sais pas, il y avait des incantations. Tu marches, il y a les mots qui viennent à l'intérieur de toi et qui te donnent de la force⁷⁹.

Ces incantations dont parle Saule proviennent des messages affichés, mais aussi des traces laissées par un arrachage ou un nettoyage, et du souvenir du collage qui a été là. Une étude de la réception des collages par des passant·es et riveraires serait nécessaire ici pour mieux comprendre si le ressenti de Saule provient essentiellement de son expérience de colleur, ou si des passant·es qui n'ont jamais collé peuvent ressentir une si forte présence des collages dans leur environnement.

4.1.6. **Synthèse : Se réapproprier sa parole et l'espace à travers le collage féministe**

Prendre la parole et prendre de la place dans l'espace public sont deux actes qui fusionnent dans la pratique du collage féministe. Alexandra Mallah s'appuie sur la notion de droit à la ville du philosophe Henri Lefebvre, pour qui « l'exercice du droit à la ville ne peut être octroyé : il s'énonce, puis se réalise⁸⁰ ». On observe une approche analogue à celle de Mona Gérardin-Laverge, qui envisage la prise de parole féministe comme un acte de langage performatif et insurrectionnel, qui ne demande pas d'autorisation.

Dans le cas des collages féministes, la principale pratique graphique qui matérialise la prise de parole est la peinture. Les colleuseuses interrogées envisagent ce moment solitaire ou collectif comme une pratique méditative et répétitive, distincte temporellement, spatialement et émotionnellement de l'affichage.

79 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

80 *Ibid.*, p. 84.

La peinture a lieu dans un espace privé, qui offre un sentiment de sécurité et la possibilité de prendre son temps. La taille des lettres, leur tracé, le choix de la peinture et des pinceaux, le ressenti provoqué par la répétitivité du geste, sont autant d'éléments qui contribuent à faire de la peinture un premier moment pendant lequel les colleureuses développent à force de pratique une aisance et une confiance dans leur prise de parole. Les choix typographiques, ou devrait-on dire calligraphiques, sont adaptés au ton que les colleureuses souhaitent donner au texte : les lettres noires format A4, toutes en capitales, sont pour Saule un moyen de cesser de s'excuser, de s'autoriser à écrire en grand. L'écriture cursive au marqueur et le format réduit des collages de la Grenade amènent une prise de parole qui porte en elle la subjectivité, l'individualité des militant·es, et s'adresse aux passant·es avec plus de proximité.

Certes, le format est pensé pour son effet sur les passant·es, mais le collage final est aussi l'objet de la contemplation de ceux qui viennent de le produire. En le regardant, ils font le constat du processus de prise de parole réalisé. Face à tout ce que cristallise le collage pour les colleureuses, la réaction des passant·es est vécue comme une silenciation intimement douloureuse. Cette douleur intime est politique : elle incarne le *backlash* désormais simultané aux actions féministes de réappropriation de l'espace public et de la parole.

J'ai analysé ici des collages comme premier exemple d'espace de prise de parole féministe. Le second espace sera celui du compte Instagram. Nous nous intéresserons en particulier, pour ce qui concerne la prise de parole, au moment du « lancement » du compte, aux débuts de son existence. Au-delà du contenu des premiers posts ou stories, l'action même de créer et d'alimenter un compte Instagram est ici envisagée comme une forme de prise de parole, aménagée graphiquement entre les contraintes de la plateforme et les besoins et envies des individus.

4.2. *Prendre la parole sur Instagram*

Les comptes Instagram féministes du corpus sont de différentes natures : récit d'expérience, récit de violence, recueil de témoignage, partage d'information, vulgarisation, illustration, divertissement, compte collectif ou individuel. De fait, le statut des administrateurices de ces comptes est difficile à résumer en un mot. « Créateurice de contenu » est un terme courant pour désigner les auteurices de productions textuelles et audiovisuelles sur les réseaux sociaux, mais a aujourd'hui une connotation professionnelle, alors que la monétisation de ces activités en ligne se fait plus fréquente. « Créateurice » tout court couvre les créateurices de contenu, les artistes et les artisanes, mais se révèle peu adapté pour évoquer les activités de vulgarisation. « Auteurice » est là plus adéquat, mais demeure inexact pour désigner l'activité des recueillant^{es} de témoignages. Pour faciliter la compréhension, j'emploierai le plus souvent le mot-valise « créateurice-auteurice », qui, s'il n'est pas complètement satisfaisant, permet tout de même de couvrir une plus grande variété de comptes. J'utiliserai parfois « auteurice », « recueillant^e » ou « créateurice » pour insister plus précisément sur certaines pratiques des personnes interrogés.

J'ai relevé, au cours de mes entretiens avec les créateuices-auteuices de comptes Instagram féministes, trois types d'envies ou de besoins qui motivent l'ouverture du compte :

- raconter et extérioriser un vécu ;
- rendre publique une pratique d'écriture privée ou déjà présente sur d'autres plateformes ;
- publier le produit de recherches personnelles d'information.

Ces trois motivations, qui n'impliquent pas le même degré d'intimité avec le public ni le même état d'esprit, constituent trois formes distinctes de prise de parole féministe sur Instagram. Cette première catégorisation tripartite est aussi l'occasion de revenir plus en détail sur la démarche de chaque créateuice-auteuice au sein de son propre compte.

4.2.1. **Prendre la parole pour extérioriser : partir du vécu**

Un premier type de créateuice-auteuice envisage le compte Instagram, du moins au moment de sa création, comme un espace de récit de vie. Pour les créatrices de @leopard_ et @violences_women, il s'agit plus spécifiquement de l'extériorisation d'un vécu de violences sexuelles. Leur situation personnelle est explicitée dès leur bio⁸¹ Instagram, selon un format assez similaire. @violences_women⁸² y indique plusieurs éléments biographiques liés à son vécu de violences (I11. 27a).

Les émojis ont pour fonction de renforcer ou remplacer certains mots : « mon combat » est précédé d'un biceps contracté qui évoque la force, et l'expérience de l'hospitalisation est synthétisée avec un emoji représentant un hôpital et un chiffre. La description est similaire pour @leopard_ (I11. 27b).

81 Diminutif de « biographie », la bio est l'espace de description sommaire d'un compte de réseau social, et apparaît tout en haut du profil.

82 Pour désigner les créateuices-auteuices, j'ai utilisé leur pseudo ou leur prénom avec leur accord. Certaines n'ont pas renseigné de prénom ni de pseudo, ou ont rempli la case « pseudo » avec le nom de leur compte. Cela peut créer une forme de confusion entre la créateuice et son compte. Je n'ai pas cherché à évacuer cette confusion, dans la mesure où elle suit les usages de la plateforme : pour interpeller quelqu'un dans une story, les utilisateuices tendent à utiliser le nom du compte pour désigner son administrateuice : « je vous invite à aller voir la story de @leopard_ » par exemple.

Violences_Women 🧠👩

Communauté

- 🦊 : Mon combat, toute une vie 🧠
- 🎂 : 21 ans 🍀
- 🩸 : Violée, Battue, Harcelée
- 💊 : Borderline, Troubles anxieux, Dépressive
- 🇫🇷 : 1

Stop aux violences sexuelles 🐆

🌟 Écoutez et croyez les victimes 🌟
Stress post-traumatique - inceste - VSS - droit
Victime d'inceste de 8 à 18 ans
🧑 Étudiante 🧠👩 | 23 ans | 🇫🇷

I11.27 - Biographies.

27a. Bio du compte Instagram @violences_women.

27b. Bio du compte Instagram de @leopard_...

Les éléments biographiques côtoient deux slogans de soutien aux victimes de violences sexuelles et une ligne de mots-clés. Le léopard est l'animal que Léoparde⁸³ a choisi comme symbole, on le retrouve dans sa photo de profil et sur tous ses posts. Le mot « droit » et l'emoji 🎓 rappellent qu'elle est étudiante en droit ; leur mention dans la bio participe à la caractérisation du sérieux et de la légitimité du compte.

La bio du compte a peu évolué depuis sa création, mais Léoparde raconte l'ajout d'un emoji représentant une femme qui porte le voile :

Au début cette année [2022] j'ai pris la décision de dire... J'ai juste mis un emoji sur mon profil, parce qu'il y avait les élections, et il y avait tellement de discours autour de nous... Et pour moi c'est une fierté de l'être donc je l'ai mis sur mon profil. Y'en a marre, avant d'être une femme voilée, je suis une femme, j'ai des rêves, des ambitions, je suis une étudiante, bénévole, une grande sœur, je suis beaucoup de choses ! Je suis pas que ça. Je pense que le fait d'avoir vu beaucoup de trucs, tout et n'importe quoi sur internet sur les femmes voilées mais avec le contexte des élections ils se sont pas gênés ! Quand j'ai vu ça je me suis dit, c'est bon quoi. D'habitude je m'en fiche un peu mais bon... Ma sœur porte le voile, elle déjà été agressée à plusieurs reprises pour ça⁸⁴...

Léoparde ne montre pas son visage sur son compte et ses posts ne traitent pas spécifiquement des conditions de vie des femmes qui portent le voile ou des femmes musulmanes, cette partie de son identité n'est donc pas lisible dans le contenu du compte. Elle choisit d'ajouter cet emoji pour réaffirmer son identité dans un climat politique islamophobe où les femmes musulmanes font particulièrement l'objet d'attaques. Il s'agit de se rendre plus visible dans un paysage médiatique dans lequel des personnes « se permettent de parler à [leur] place⁸⁵ », et par soutien, notamment à sa sœur.

On peut interpréter les bios des comptes @leoparde__ et @violences_women comme une manière de se positionner publiquement comme personnes concernées par les violences sexuelles et dans le cas de @leoparde__ qui emploie directement ce terme, comme victime. Ces bios sont une première trace de ce qui a guidé la création de leurs comptes. Nous plonger plus en détail sur l'évolution

83 Pseudo choisi par l'enquêtée.

84 *Léoparde, @leoparde___. Entretien, 30 août 2022.

85 **Ibid.*

de ces deux comptes et l'histoire de leurs créatrices-autrices permettra de mettre en lumière les liens entre la prise de parole comme extériorisation d'un vécu de violences, et les choix graphiques liés à cette prise de parole sur Instagram.

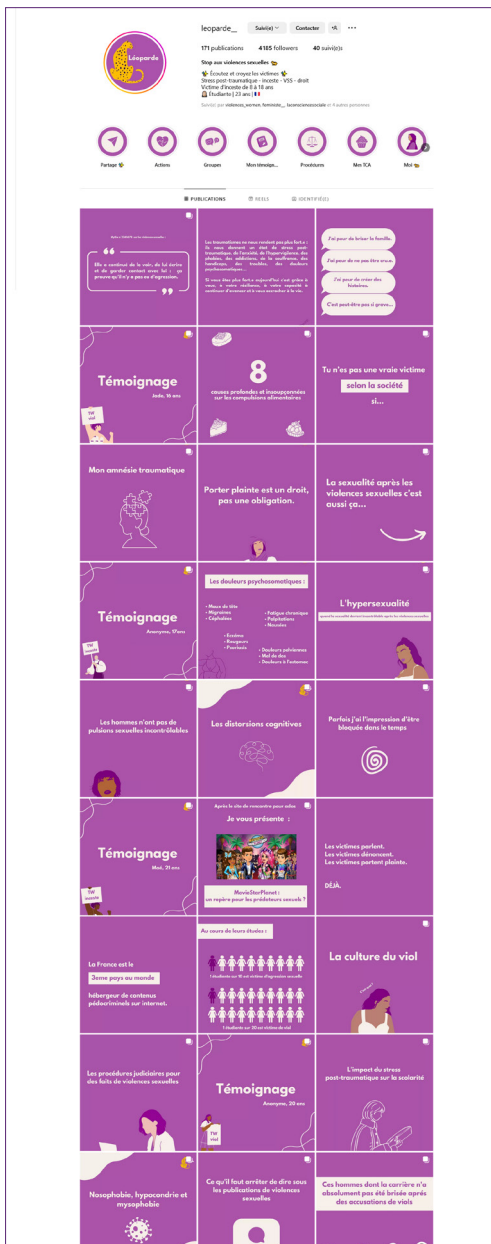
Raconter un vécu de violences : @leoparde__

Léoparde a créé son compte en 2020, pendant le premier confinement. Elle raconte qu'elle se sentait incomprise et démunie à cette période. D'une part, elle a fait l'expérience d'une levée d'amnésie traumatique qui a causé plusieurs problèmes de santé, alors même que le confinement rendait plus difficile l'accès aux soins médicaux. D'autre part, elle a fait face à des violences médicales et institutionnelles lorsqu'elle a commencé à parler de son vécu dans le but d'engager des poursuites judiciaires. Avant la création de son compte, elle consultait régulièrement des comptes Instagram de recueil de témoignages ou de sensibilisation aux violences sexuelles, puis elle a décidé de se lancer. Elle raconte sa démarche spontanée :

En fait on ne me comprenait pas trop, je me sentais un peu incomprise, et du coup j'avais besoin d'écrire. En plus je suis une grosse littéraire, j'ai fait un bac L, écrire et lire c'était le seul moyen pour un peu penser à autre chose. Et donc c'est comme ça que je me suis lancée, je me suis dit que peut-être en écrivant, en allant sur un réseau social, sachant que j'avais jamais eu Instagram avant, même un Insta personnel. Donc je me suis dit, bon, je vais me lancer. Quelques temps avant déjà je me suis fait un petit Instagram. Une amie m'a conseillé un compte, c'est comme ça qu'au début, je regardais un peu le compte des gens, et après, je sais plus comment s'appelle le compte, briser les silences ? Je lisais de temps en temps et un jour j'ai eu envie de me lancer⁸⁶.

Novice sur Instagram, @leoparde__ a utilisé pour la mise en page de ses premières publications l'application Pixiz, dont elle avait déjà un usage personnel pour la création de montages de photos de vacances.

86 *Léoparde, @leoparde__.



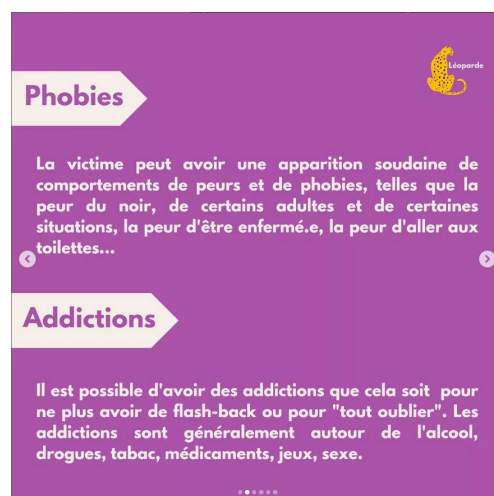
I11.28 - Léopard, @leoparde__.

28a. Vue d'ensemble du compte, capture d'écran en date du 10 octobre 2023.



Léoparde, @leopardes - suite.

28b. Story Instagram du 2 septembre 2022. Léoparde montre un aperçu de la précédente identité visuelle de son compte.



28c. « L'impact des violences sexuelles sur la victime », Publication du 3 juillet 2022, slide 1.

28d. Idem, slide 2.

Elle poursuit :

Un soir j'ai sauté le pas, j'étais vraiment pas bien du tout, j'étais au bout de ma vie, et je me suis dit : ok, je me lance. J'ai écrit un truc qui me venait comme ça, j'ai posté. Il était peut-être 1h, 2h du matin, et là il y a une personne qui m'a répondu, qui m'a envoyé un message de soutien. [...] Et donc ça a commencé comme ça, et après j'ai continué de poster, d'écrire des trucs. Mais au début c'était vraiment, comment dire, que des petits bouts de texte par rapport à ma vie, mes états d'âme⁸⁷.

L'espace que Léoparde a créé sur Instagram suit ses changements d'état d'esprit et son parcours personnel. Ce premier compte dont elle fait le récit, créé en mars 2020, n'est pas le compte @leoparde__ actuel : elle a changé de compte en février 2021 lorsqu'elle a commencé à associer le récit de son vécu à des conseils et de la vulgarisation, en laissant le temps à ses premières abonnés de la suivre sur le nouveau compte. Elle partage alors des lectures sur le viol et l'inceste, des informations sur le stress post-traumatique et ses différents symptômes.

Léoparde archive ou supprime en décembre 2021 les premiers posts de ce nouveau compte, et change d'identité visuelle pour adopter celle qui est toujours la sienne aujourd'hui : des posts présentant un texte crème sur fond violet, ponctué de pictogrammes (I11. 28). Cette évolution du compte suit le parcours de vie de Léoparde : elle raconte le passage d'un compte centré sur elle et son histoire, à un compte qu'elle souhaite plus informatif, professionnel, et dont elle souhaite que l'objet central ne soit plus sa propre histoire.

Ses décisions de changer d'identité visuelle et d'outils pour mettre en page ses posts reflètent ce mouvement de décentrement et d'ouverture : après avoir composé ses posts avec Pixiz, elle utilise l'outil de création de stories d'Instagram, puis l'application Canva, recommandée par une amie. Au fil du temps, elle souhaite « professionnaliser » l'apparence de son compte. Au cours de l'entretien, elle décrit avec humour ses choix graphiques initiaux, mentionnant notamment qu'il y avait trop de couleurs, trop de motifs, que c'était « trop moche ». Lorsque je lui demande si elle a gardé des traces de ces publications, elle retrouve quelques jours plus tard quelques posts à motifs léopard : elle me les envoie et les montre en story le même jour sur son compte (I11. 28b).

87 *Léoparde, @leoparde__.

À ces posts à motifs léopard, animal symbolique sur son compte, succède en décembre 2021 une identité visuelle plus sobre, plus cohérente avec son évolution personnelle :

Au bout d'un moment j'ai eu un peu envie d'évoluer quand même. J'avais évolué physiquement, mentalement, mais avec mon compte, ben... [ton de lassitude] Voilà, je voulais faire quelque chose de plus professionnel⁸⁸.

Ce souhait vient aussi de l'envie de partager plus largement son compte :

Au début je n'osais pas en parler avec des amis, je trouvais que c'était quelque chose de personnel. Un jour une amie a été victime et je savais que mon compte allait l'aider, c'est comme ça que je me suis dit que je devrais peut-être un peu décentrer, arrêter de trop parler de moi, peut-être faire quelque chose d'utile, plus beau d'un point de vue visuel. J'ai recommencé encore [sourire dans la voix] et c'est ce qu'il y a aujourd'hui sur mon compte⁸⁹.

Dans le récit de Léoparde, on perçoit une volonté que les choix graphiques et les logiciels ou applications utilisées pour la mise en page suivent l'évolution de l'orientation du compte – évolution qui, elle-même, suit le parcours de vie de la créatrice-autrice. Au fil du temps, le besoin d'écrire et d'extérioriser son histoire laisse place à un fort besoin d'aider, que Léoparde formule plusieurs fois dans l'entretien. C'est un aller-retour constant :

En même temps que ma guérison, ce compte m'a aidé à me comprendre moi. Je voulais aider les autres et en aidant les autres je me suis aidée moi. Je n'avais pas la science infuse, j'ai fait des recherches, et ça m'a aussi permis de me comprendre⁹⁰.

88 *Léoparde, @leoparde__.

89 **Ibid.*

90 **Ibid.*

Parmi ses symptômes de stress post-traumatique, Léoparde souffre de troubles de l'apprentissage et de troubles de la mémoire. Tenir ce compte Instagram lui permet de maintenir un rythme et lui donne un sentiment d'accomplissement gratifiant :

Parler de sujets qui m'intéressent, quand je veux, si je veux, ça fait du bien. Surtout quand on voit que ça aide les autres, que ça intéresse les autres, surtout quand on voit que ça peut aider les victimes, je suis juste trop fière de moi quand il s'agit de ce compte, donc voilà. C'est ma petite lumière dans ma vie⁹¹.

Libérer la parole : @violences_women

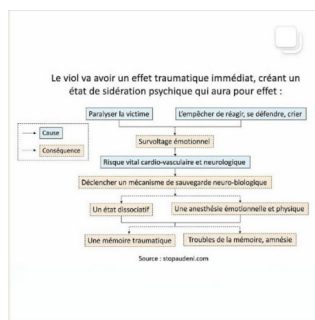
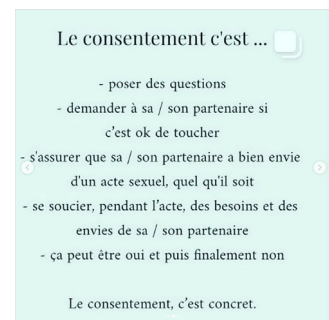
La créatrice du compte @violences_women évoque comme @leoparde__ un besoin de mettre hors d'elle une partie de son vécu :

Après l'événement qui m'a le plus traumatisée (mon viol), je ressentais le besoin d'extérioriser tout ce que je vivais au plus profond de moi. J'avais besoin d'en parler et d'aider les autres femmes. J'avais besoin de libérer la parole tout simplement. Le fait de parler avec des personnes qui me soutiennent ou qui ont vécu la même chose me faisait du bien. Je me sentais moins seule. À ce moment-là je n'allais pas vraiment bien mais j'en ai fait ma force 🤝⁹²

Sur le compte de @violences_women, « extérioriser » ne signifie pas nécessairement publier le récit explicite de son vécu. Cela se traduit davantage par le fait d'aborder le sujet des violences sexuelles sous diverses formes dans les premiers posts du compte : écrire le mot « victime », en soulignant qu'il n'est pas péjoratif (I11. 29b) ; rappeler que « Non c'est Non » ; donner une définition du consentement (I11. 29e) ; publier une capture d'écran d'un schéma montrant les différentes conséquences et phases de la sidération psychique, qui peut survenir lors d'un viol (I11. 29d).

91 *Léoparde, @leoparde__.

92 *@violences_women. Entretien, octobre-novembre 2022 (messagerie privée d'Instagram).



Ill. 29 - @violences_women.

29a. Vue d'ensemble du compte @violences_women, 29 premiers posts.

29b. Publication Instagram du 17 juillet 2019. Le texte semble composé avec l'outil de création de story, avec un léger effet de vignette. L'image est accompagnée de la légende : « Etre une victime n'est pas une faiblesse ! C'est une FORCE ! ».

29c. Publication Instagram, 9 mars 2019.

29d. Publication Instagram, 12 juin 2019. Partage d'un schéma tiré du site stopaudeni.com.

29e. Publication Instagram, 28 juillet 2019, slide 2. Extrait d'une publication en 3 slides sur le consentement. L'icône en haut à droite indiquant qu'il s'agit d'un post à faire défiler nous donne un indice : il s'agit d'une capture d'écran republiée.

29f. Publication Instagram, 18 juillet 2019. Le texte est tracé au doigt ou au sylet, accompagné d'un assemblage d'émoticônes.

La nature et la qualité graphique des publications sont hétérogènes et variées (I11. 29a) : @violences_women republie des infographies et de slogans provenant de comptes d'associations féministes comme Ni putes ni soumises et Nous Toutes, des clichés de manifestation, des extraits d'articles de presse en ligne, ou encore des photographies de violences (mises en scène ou réelles) très explicites – on peut y voir du sang, des traces de coups et blessures, des scènes d'étranglement. On trouve également de courts messages mis en page avec l'outil de création de stories Instagram, reconnaissable aux polices de caractère, couleurs ou effets de surbrillance utilisés (I11. 29c).

@violences_women publie 35 posts entre janvier et juin 2019, avant de diffuser un premier témoignage sous la forme d'une photo d'écran d'ordinateur. De juin à août 2022, le compte alterne entre témoignages, posts informatifs et slogans. Les témoignages sont de plus en plus fréquents : ils occupent un post sur trois, puis un sur deux, et sont publiés sous la forme de capture d'écran de messagerie privée. Le fil de posts s'organise pour former une mosaïque qui alterne de façon régulière entre posts d'information et témoignages. À partir du centième témoignage environ, en septembre 2021, le témoignage n'est plus publié sous la forme de capture d'écran : il est remis en page et précédé d'une page de titre. Les témoignages occupent donc une place grandissante sur le compte, et leur mise en page est de plus en plus soignée.

Cette évolution du traitement graphique des témoignages s'accompagne d'un changement global dans la gestion du compte. @violences_women raconte qu'elle a débuté son compte en l'administrant seule, par choix : « c'était mon histoire, mon vécu et je voulais que ce soit mon point de vue⁹³ ». Publier des témoignages n'était pas la vocation première du compte, mais l'idée lui est venue au fil du temps, à force d'en recevoir. Le nombre et la fréquence des messages reçus, couplés aux difficultés personnelles de la créatrice-autrice, la conduisent toutefois à suspendre son activité pendant plusieurs mois. Elle reprend avec une envie de construire quelque chose de plus « présentable » et « sérieux », de se « concentrer plus sérieusement sur [son] compte et vraiment travailler dessus⁹⁴ ». Elle travaille en équipe, puis en duo, avec une personne qui met en page les témoignages. Déléguer la mise en page lui permet d'être moins seule, mieux épaulée, et de maintenir l'activité du compte tout en préservant sa propre santé.

93 *@violences_women.

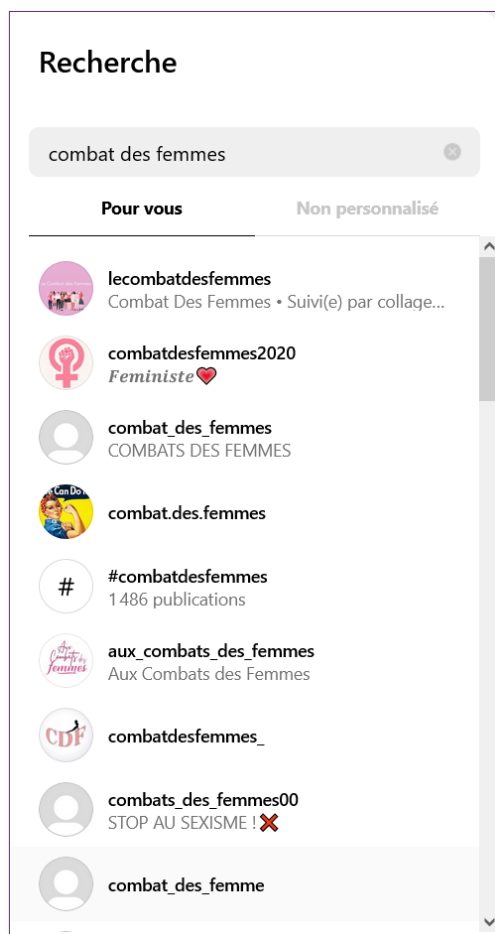
94 **Ibid.*

L'évolution de l'état d'esprit de ces deux créatrices-autrices se lit dans leur discours, dans leur changement d'identité visuelle, et dans une évolution des outils utilisés pour la mise en page. Léoparde s'éloigne de la familiarité d'une application de montage photo pour utiliser un outil qu'elle considère comme plus professionnel, @violences_women associe le fait de déléguer la mise en page à un travail « plus sérieux ». Dans ces deux cas, le compte Instagram change de vocation, passant d'un espace personnel d'extériorisation à un espace de partage d'information et de recueil de la parole d'autres témoignant·es.

Prendre la parole avec d'autres mots que les siens

Le contenu du compte @violences_women entre janvier et juin 2019 est similaire à de nombreux petits comptes Instagram : sur les 609 comptes que comporte le corpus élargi de cette thèse, 88 sont ce que j'appelle des comptes de republication ([Annexe 5, page 507](#)). Ils sont constitués de partage de contenu provenant d'associations et de collectifs féministes (notamment Nous Toutes), de slogans réécrits, de captures d'écran non commentées d'articles de presse, d'illustrations (souvent publiées sans mention de l'artiste), de photographies de stock, de montages photo, de notes manuscrites photographiées ou de montages composites. Cette hétérogénéité les rend difficiles à étudier. Sur ces 88 comptes recensés en 2020, seuls 4 sont encore actifs, la majorité ayant cessé leur activité en 2020. 24 n'existent plus ou ont été vidés de leur contenu ; et de nombreux nouveaux comptes ont vu le jour entre 2020 et 2023. De fait, les 88 comptes recensés sont loin de constituer une liste exhaustive.

Ces comptes de republication ont aussi un très faible nombre d'abonnés : moins de 500 pour 75 d'entre eux, parmi lesquels 35 sont suivis par moins de 100 abonnés. Cela les rend peu visibles sur la plateforme ; leur présence en si grand nombre dans le corpus peut donc surprendre. J'en ai pris connaissance directement à partir de la barre de recherche d'Instagram : beaucoup de ces comptes ont des noms très similaires, dérivés des mots « combat », « femmes » ou « féministe » et combinés à des tirets ou des points pour former un alias unique – Instagram ne permettant pas les doublons ([I11.30](#)).



I11.30 - Recherche de comptes sur Instagram.

Capture d'écran de la requête « combat des femmes » dans la barre de recherche sur Instagram.

On peut supposer que ces comptes n'ont pas toujours pour vocation de toucher un public très large, et constituent plutôt pour leurs créatrices un espace de collection personnelle d'images, slogans, photos et informations qui les touchent, liés à des sujets féministes. Ce type d'appropriation ordinaire peut alors constituer une manière spécifique de prendre la parole, au même titre que l'acte de crier ou d'écrire un slogan. Dans le cadre de cette enquête, je n'ai pu qu'effleurer la question des republications et des très petits comptes féministes. Une planche d'illustrations passe en revue les principaux types de contenu que l'on y trouve (111.31). Une étude plus approfondie serait nécessaire, d'une part pour éclairer les raisons qui motivent la création de ces comptes, et d'autre part pour comprendre comment leurs créatrices sélectionnent ces images ou choisissent de produire leur propre réécriture d'un slogan ou d'une information.

Le fait que @violences_women décrive son activité au début de son compte comme une manière « d'extérioriser », de parler, confirme qu'elle considère bien ces publications comme une forme d'expression. La publication sur un compte personnel sur Instagram de slogans comme « non c'est non » nécessite de choisir *a minima* un logiciel pour composer la page, et éventuellement une ou plusieurs polices de caractère, des couleurs, un fond ou une illustration.

En ce sens, ces pratiques de republication, de réécriture et de mise en page sont des « appropriations ordinaires⁹⁵ » des discours féministes, comme peut l'être le fait de peindre un slogan sur une pancarte : c'est une activité politique et qui politise, analogue à ce que Mona Gérardin-Laverge relevait à propos des slogans⁹⁶.

La grande majorité des comptes de republication recensés publie des montages numériques. Toutefois, quelques créatrices-auteures publient des photographies de compositions manuscrites : des schémas proches de cartes mentales, une reproduction simplifiée de l'espace commentaire d'un réseau social, ou encore la reproduction manuscrite complète d'un graphique sur les inégalités salariales

95 Alban Jacquemart et Viviane Albenga, « Pour une approche microsociologique des idées politiques. Les appropriations ordinaires des idées féministes », *Politix*, vol. 109, n° 1, 2015, p. 7-20.

96 Mona Gérardin-Laverge, « C'est en slogant qu'on devient féministe » Hétérogénéité du genre et performativité insurrectionnelle », *Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours*, n° 44, 24 mai 2018.



Ill.31 - Comptes de republication.

31a. @_femmes___, publication Instagram, 9 mai 2020. Post sur les poils, slide 1. [7]

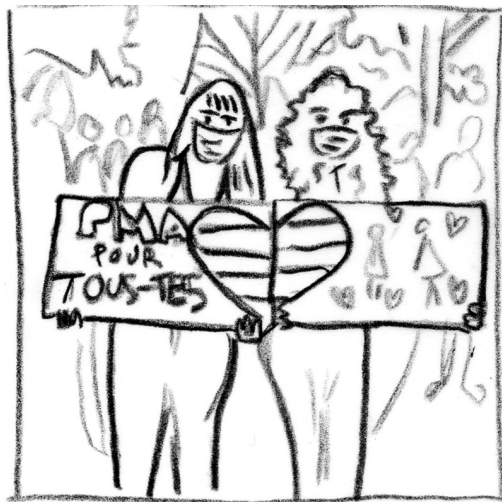
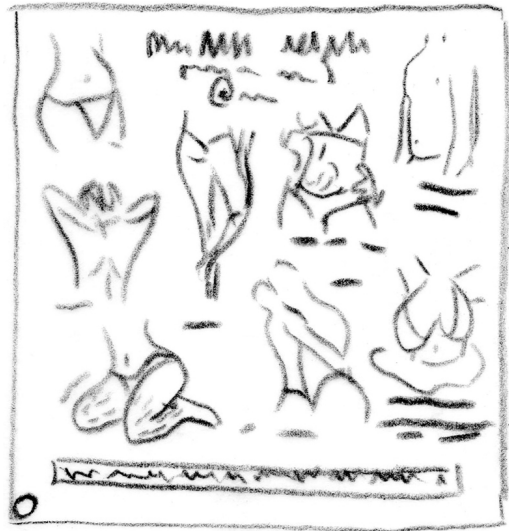
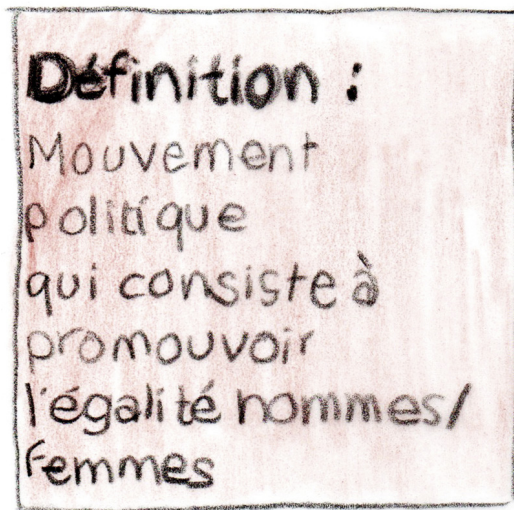
31b. Idem, slide 3/5. Page de titre avec une composition de texte en deux couleurs, photos et illustrations sur ce thème.

La légende du post livre un discours bienveillant et « décomplexant » sur les poils.

31c. @_femmes___, publication Instagram, 28 avril 2020 slide 1/3. [7]

Post sur le revenge porn, mis en page avec l'outil stories d'Instagram.

31d. @vive_le_feminisme, publication Instagram, 13 avril 2020. [7] Remise en page du slogan « Céder n'est pas consentir », placé dans un phylactère et orné de dessins de fleurs. La publication est accompagnée de la légende : « Si vous êtes forcés c'est un viol ! ».



Comptes de republication - suite.

31e. @apprentie_feministe, publication Instagram, 7 février 2020, slide 3/5. [?] Post proposant une définition très succincte du féminisme en deux temps : une définition type dictionnaire, suivie de l'avis personnel de la créatrice. Le texte est peu lisible, en blanc sur fond rose, mais il y a un choix de mise en page.

31f. @les_jeunes_feministes, publication Instagram, 26 avril 2021. [?] Photo d'une marche lesbienne.

31g. @les_jeunes_feministes, publication Instagram, 13 juillet 2020. [?] Illustration de @angelethm sur la diversité des corps. Les illustrations représentant des corps féminins variés et des caractéristiques physiques comme les poils, les vergetures, les seins asymétriques, sont parmi les images les plus partagées sur ces petits comptes.

31h. @_femmes_., publication Instagram, 7 juin 2020. [?] Composition typographique avec le texte « I Was ».

Ce hashtag qui émerge sur Twitter en 2020 est une campagne qui invite à poster des témoignages de violences sexuelles sur la forme « I was... years old », « j'avais... ans ».

dans le monde en fonction du genre⁹⁷. La composition manuscrite indique un certain temps consacré à cette activité, auquel s'ajoute la démarche de publier et de rédiger éventuellement une légende. C'est justement par une activité de reproduction manuscrite de contenu numérique que Marine, créatrice-autrice et recueillante sur le compte @seum_euse, a lancé son compte Instagram.

@seum_euse, dessiner et accompagner les corps

Marine, administratrice de @seum_euse, a découvert Instagram par le biais des « régimeuses », terme utilisé pour désigner des groupes de femmes qui s'entraident pour perdre du poids. Elle commence à suivre des comptes orientés vers le fitness et la nutrition, mais décrit en entretien qu'elle ressent un certain malaise face à ces contenus. Parallèlement, après sa scolarité dans une école des Beaux-Arts, elle raconte avoir passé beaucoup de temps sans dessiner, avoir été traumatisée par certains jugements d'enseignants sur la qualité artistique de son travail. Elle renoue avec la pratique du dessin avant tout pour mettre le doigt sur ce malaise qu'elle ressent à propos du contenu qu'elle consomme sur les réseaux sociaux. Elle recopie en dessin les corps qu'elle voit : les photos de nourriture, de corps tronqués avec des abdominaux. Elle copie-colle également les légendes des posts qu'elle dessine. Le fait de reproduire ces images, d'y être confrontée plus en détail par le dessin, « ça a fait tilt sur mon rapport au corps⁹⁸ », dit-elle. Cette pratique l'aide à comprendre qu'elle souffre de troubles du comportement alimentaire.

Marine publie son premier dessin le 21 juin 2017 (Ill. 32a) : un petit déjeuner, dont la légende décompte les calories. Elle publie ensuite plusieurs posts similaires avec de la nourriture, des reproductions de selfies. Les personnes sont représentées posant devant leur miroir, en sous-vêtement et tenues de sport ; on reconnaît les poses fréquentes dans les comptes Instagram dits « fitness »,

97 [instagram.com/inegalitefemmehomme](https://www.instagram.com/inegalitefemmehomme), publications du 27 novembre 2019. Le compte @inegalitefemmehomme semble – l'indécision demeure car les posts supprimés ou archivés ne sont pas visibles – avoir été créé et alimenté juste après le 25 novembre, journée internationale de lutte contre les violences à l'égard des femmes. La recension des comptes de republication ayant été faite sur un an entre septembre 2019 et août 2020, cela ne permet pas de déterminer si ces comptes sont plus actifs ou créés plus fréquemment autour du 8 mars et du 25 novembre, mais c'est une hypothèse possible.

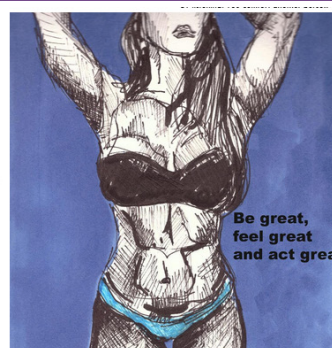
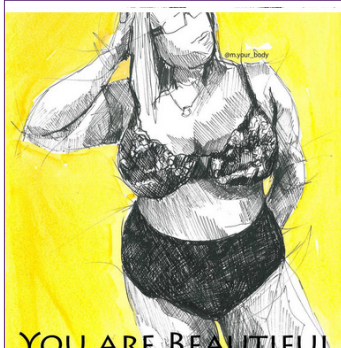
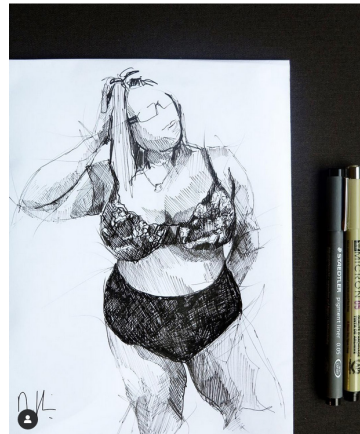
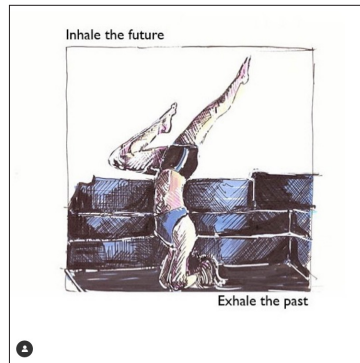
98 *Marine Gohier, @seum_euse. Entretien, 14 septembre 2022.

consacrés au sport en salle. Marine reprend aussi le texte ou les émoticônes affichés sur l'image (I11. 32b). Ces premiers dessins sont vifs, les cadres carrés des posts sont tracés à main levée sans recherche de perfection, les dessins sont des croquis au stylo ou feutre fin avec des traits noirs très appuyés, des hachures. Après une période de dessin spontané et expressif, Marine expérimente un style de croquis plus conventionnel, avec des traits de construction apparents et des hachures plus régulières pour créer des demi-teintes (I11. 32e). En 2018, Marine commence à publier des compositions de texte et de dessins, associées à des phrases motivantes : « Happy bopo New Year », bonne année BoPo (bodypositive) (I11. 32c).

Cette série de posts montre une période de transition au sein du compte @seum_euse. Le discours oscille entre « healthy » et « bodypositive », entre témoignages et messages motivants qui rappellent les mantras de développement personnel. Les personnes dessinées sont des influenceuses « lifestyle » ou « fitness ».

Au cours de l'année 2018, le style de dessin de Marine évolue. Les contours et lignes noires très appuyées laissent place à des volumes suggérés en couleur, avec des jeux de superposition au feutre à alcool. Alors que le feutre à alcool permet un fondu des couleurs entre elles lorsqu'il est utilisé sur du papier dit « lay-out », très lisse, Marine utilise au contraire un papier à grain moins cher, moins adapté, mais qui lui permet de travailler les textures de ses dessins. Le contenu du compte évolue : les modèles de Marine étaient au départ des influenceuses ou personnalités publiques d'Instagram, puis elle commence à dessiner des anonymes, et reçoit des témoignages. L'orientation politique du compte change :

[À] force de parler avec des gens, sur notre rapport au corps et la diversité des corps, des histoires, ça m'a permis moi aussi de me réapproprier ma propre image, l'estime que j'avais de moi. Maintenant je m'associe moins à la mouvance *body positive*, tout simplement parce que je ne suis pas concernée, enfin, la base même du mouvement c'était pour montrer des corps qu'on ne voit absolument pas, qui sont invisibilisés, et notamment des corps gros, des corps noirs, des corps handicapés. [...] Le projet a évolué, et maintenant je n'ai plus trop envie d'utiliser les



I11.32 - @seum_euse.

32a. Publication du 21 juin 2017.
Première publication du compte.

32d. Publication du
24 novembre 2017.

32b. Publication du
1^{er} juillet 2017.

32e. Publication du
1^{er} janvier 2018.

32c. Publications du 4, 9 et 11 janvier 2018. *À gauche* : la légende du post est un court texte sur le fait d'aimer et d'accepter son corps, il n'y a pas d'indication nous permettant de savoir s'il s'agit des mots de @seum_euse ou de @lau_dreamy_healthy, qui est représentée sur le dessin. *Au centre* : La légende est un témoignage de l'influenceuse @ely_killeuse sur son rapport à son corps. *À droite* : La légende dit « Body positivity – self love – mental health » et mentionne @doriszaboq2, qui a servi de modèle pour le dessin.

termes d'acceptation de soi, parce que pour moi c'est plus important de parler de représentation. On n'est pas obligé de s'accepter pour montrer son corps, c'est important en fait⁹⁹.

Marine associe ce changement d'orientation et de discours sur son compte à un processus de « déconstruction » au cours duquel elle a redécouvert le féminisme, qu'elle associait au départ surtout à des actions comme celles de Femen. Instagram a joué un rôle dans ce processus qui a amené Marine à souhaiter sortir de discours *body positive*, qui relèvent aujourd'hui pour elle d'une injonction à aimer son corps.

La mouvance *body positive* reprend le nom d'une association, créée en 1996 par Connie Sobczak et Elizabeth Scott¹⁰⁰, qui tient un discours en faveur de l'acceptation inconditionnelle de soi et de son corps. Depuis les années 1990, le *body positive* se manifeste par un large ensemble d'initiatives amateurs, associatives ou commerciales, des campagnes de publicité¹⁰¹ aux autoreprésentations sur les réseaux sociaux¹⁰². En raison de cette diversité d'acceptations, il est considéré comme un « ensemble souple de philosophies¹⁰³ » plutôt que comme un mouvement politique à proprement parler.

Les comptes estampillés *#bodypositive* ou *#bopo* sur Instagram ont fait l'objet de travaux visant à évaluer l'impact de ces discours sur l'image de soi des consommatrices de ces contenus, majoritairement des femmes¹⁰⁴. Les critiques du discours *body positive* portent sur son insistance sur l'amour de soi et la beauté¹⁰⁵, une des raisons pour lesquelles Marine explique s'en être éloignée. Pourtant, il

99 *Marine Gohier, @seum_euse.

100 <https://thebodypositive.org/our-history/>.

101 Josée Johnston et Judith Taylor, « Feminist Consumerism and Fat Activists: A Comparative Study of Grassroots Activism and the Dove Real Beauty Campaign », *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, vol. 33, n° 4, juin 2008, p. 941-966.

102 Sofia P. Caldeira, Sander De Ridder et Sofie Van Bauwel, « Exploring the Politics of Gender Representation on Instagram: Self-representations of Femininity », *Journal of Diversity and Gender Studies*, vol. 5, n° 1, 2018, p. 23-42.

103 Alexandra Sastre, « Towards a Radical Body Positive: Reading the online body positive movement », *Feminist Media Studies*, vol. 14, n° 6, 2 novembre 2014, p. 929-943.

104 Rachel Cohen, Jasmine Fardouly, Toby Newton-John et Amy Slater, « #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image », *New Media & Society*, vol. 21, n° 7, juillet 2019, p. 1546-1564.

105 Sofia P. Caldeira et Sander De Ridder, « Representing diverse femininities on Instagram: A case study of the body-positive @effyourbeautystandards Instagram account », *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, vol. 9, n° 2, 1^{er} octobre 2017, p. 321-337.

ne s'agit pas d'opposer frontalement une mouvance *body positive* supposément dépolitisée à un mouvement radical *fat activist* et de lutte contre la grossophobie.

Alexandra Sastre analyse des représentations de corps malades ou souffrants, qui « remplacent un discours *body positive* centré sur la réussite par de l'incertitude et de la vulnérabilité¹⁰⁶ » et constituent un *body positive* radical. Dans un contexte francophone, Julie d'Haussy montre l'existence d'un continuum entre la *body positivity* et le *fat activism* ou les luttes autour de la grosseur et contre la grossophobie. Elle constate que les discours *body positive* peuvent constituer « un potentiel tremplin vers des engagements plus radicaux et, plus particulièrement vers des engagements *fat activist* », luttes dont « les imaginaires stimulés, radicalement non-normatifs, peuvent s'en trouver moins accessibles et demander des formes de médiation¹⁰⁷ ».

La pratique de Marine sur son compte @seum_euse depuis 6 ans reflète cette continuité, en ce qu'elle accompagne un long parcours de compréhension de son vécu personnel : son rapport au corps et à ses troubles du comportement alimentaire, ses positionnements politiques et son discours féministe se construisent dans et par la pratique du dessin.

Les comptes @leopard_., @violences_women et @seum_euse ont donc été mis en mouvement, à leur origine, par un besoin de compréhension de soi et d'extériorisation lié à un vécu personnel – inceste et stress post-traumatique, viol, ou troubles du comportement alimentaire. Ces espaces d'expression personnelle se sont ensuite mués en espaces de recueil de témoignages, et portent des traces graphiques du parcours féministe de leurs créatrices.

106 Alexandra Sastre, « Towards a Radical Body Positive ».

107 Julie D'Haussy, « Instagrammeuses, médias et militantisme : étude exploratoire de médiascares luttant autour de la grosseur », *Études de communication*, vol. 58, n° 1, 2022, p. 67-86.

4.2.2. Donner une existence publique à une pratique d'écriture

Pour une deuxième catégorie de créateurices-auteurices interrogés, la création d'un compte Instagram est l'occasion de prolonger leurs réflexions, de rendre publique une pratique d'écriture préexistante. Prendre la parole signifie alors publier une réflexion personnelle.

Alex, créateurice-auteurice de @connaissance_contre_ignorance, souligne que l'incitation à créer le compte vient de ses proches : « j'écrivais des textes et de la poésie, ma famille et mes amis m'ont dit que j'avais une force dans mon écriture¹⁰⁸ ». Le compte est alors le prolongement d'une pratique d'écriture déjà existante, qui prend sur Instagram une dimension plus aboutie, plus formalisée, aussi du fait des choix de composition. C'est aussi le cas pour Barbara, créatrice-autrice du compte @dou.interjection.dexasperation, qui écrit d'abord de courts textes sur Facebook : « je commençais à publier de plus en plus d'espèces de coups de gueule féministes, et puis voilà, je me suis dit : mais pourquoi pas essayer d'en faire quelque chose de systématisé ? De plus cadré¹⁰⁹ ? ». On observe sur @connaissance_contre_ignorance et @dou.interjection.dexasperation une grande constance dans l'identité visuelle : à quelques variations typographiques près, les posts les plus anciens et les plus récents sont construits sur le même modèle.

Le cas de Léoparde suggérerait qu'une grande homogénéité visuelle sur un compte peut être le signe que celui-ci a été reconfiguré et archivé plusieurs fois. Interrogé sur ce sujet, Alex explique avoir simplement supprimé sa première publication, « trop moche¹¹⁰ », pour adopter son identité visuelle actuelle. Chez D'où¹¹¹, la constance visuelle vient au départ de contraintes de mise en page sur le logiciel Paint : « T'écris, tu fais des trucs ça disparaît, ça ne sauvegarde pas bien, du coup je me suis dit : je vais aller *to the point* . Un aplat de couleur. [...] Et puis la police, pareil, au début c'était vraiment pour des questions de simplicité¹¹². »

108 *Alex, @connaissance_contre_ignorance. Entretien, 5 septembre 2022.

109 *Barbara, D'où, @dou.interjection.dexasperation. Entretien, 9 novembre 2022.

110 *Alex, @connaissance_contre_ignorance.

111 Barbara emploie le nom de son compte comme pseudonyme plusieurs fois dans l'entretien, et décrit son compte comme une voix à part entière, distincte de celle de Barbara. J'emploie donc à sa suite « D'où » comme pseudonyme du compte.

112 *Barbara, D'où, @dou.interjection.dexasperation.

D'où a choisi Paint par défaut, car c'est le premier outil qui lui est venu en tête. Après avoir découvert Canva qu'elle utilise actuellement, elle conserve un fond bleu marine et des linéales fines. S'étant tournée vers la simplicité, elle raconte avoir « appris » qu'elle avait une identité visuelle, une « patte » reconnaissable, après un sondage auprès de ses abonnés, dans lequel elle se questionne sur la lisibilité de ses publications.

Barbara qualifie son compte de « coup de gueule pédagogique », un ton spécifique qui repose justement sur ses pages de titre. Prenons comme exemple cette publication du 19 août 2022 (I11. 33). Les textes commencent toujours par une question sur la forme « D'où... ? » Cette locution familière marque l'interrogation¹¹³ mais n'a pas pour objet le lieu : c'est une version plus familière, forte et vindicative d'un « De quel droit ? » ou d'un « Comment ça ? ». La question composée toute en capitales occupe la majorité du format carré, avec très peu de marges, donnant à la question un aspect frontal qui contraste avec la finesse des lettres. Le ton des slides suivantes glisse de l'adresse directe et familière – « petit chenapan que je suis », « les potos » – à une présentation de chiffres. La mise en page du texte très hachée, avec beaucoup de sauts de lignes, soutient ce ton. Slide 4, l'isolement de la phrase « laissez-moi être limpide » marque une pause et annonce la suite du propos. Les informations et chiffres sur les violences sexuelles en Belgique sont ensuite présentés dans un « plan » en plusieurs parties, numérotées et titrées en gras. Barbara change plusieurs fois de police de caractère pour le texte des publications, mais celles-ci ont toujours en commun d'être des linéales fines, très ouvertes, avec une grande hauteur d'œil¹¹⁴ et une chasse¹¹⁵ large. Ces détails contribuent à donner aux publications une forte présence et un aspect frontal.

Les choix de typographie et de mise en page soutiennent le post comme espace dans lequel D'où prend la parole en occupant largement ce format carré. Lorsque l'espace du post ne suffit pas, D'où recourt également à un blog, qui héberge des textes plus longs¹¹⁶, ce qui lui laisse un plus grand choix de formats d'expression.

113 Où renforcé, exemple du TLFi : « *D'où est-ce que...? Où campait-il ? Où gisait-il ? Où donc, où donc ?* » (Cladel, *Ompdrailles*, 1879, p. 347).

114 La hauteur d'œil désigne la hauteur d'une lettre comme a ou le e. À corps (la taille, exprimée en points, pt.) égal, une police avec un gros œil paraîtra plus grande, d'autant plus si ses ascendantes et descendantes (la barre du b ou du p) sont très courtes.

115 La chasse est la largeur de la lettre et des espaces qui la séparent du caractère précédent ou suivant.

116 En ligne sur doulapage.com.

D'OÙ TU
SERAIS PAS
CONCERNÉ
PAR LE
VIOL?

1/ Les violences sexuelles ne sont pas rares

En Belgique, près de 10 plaintes pour viol par jour sont déposées à la police (chiffres de la police fédérale, 2018). 20% des femmes et 14% des hommes déclarent avoir subi un viol (Amnesty, 2020).

En France, 1/7 femmes et 1/25 hommes déclarent avoir vécu au moins une forme d'agression sexuelle (hors harcèlement et exhibitionnisme) (Institut national d'études démographiques, 2016).

Au Canada, c'est 33% des femmes et 9% des hommes (Centre d'expertise et de référence en santé publique, 2018).

Hier j'ai publié en story ce visuel de Paye Ta Shnek.

The grid contains the following questions:

- TU AS DROITÉ OU PAS DROITÉ UNE PERSONNE DANS LE BUS ÉCRIVER UNE LETTRE À TA FILLE ?
- TU AS DROITÉ OU PAS DROITÉ UN PARTENAIRE POUR AVOIR UNE RÉACTION DE SOUCHE REU ?
- TU AS DROITÉ OU PAS DROITÉ UN PARTENAIRE POUR ÊTRE EN TON PARTENAIRE ?
- TU AS IMPOSÉ UNE PRATIQUE À TA TON PARTENAIRE ?
- TU AS IMPOSÉ À TA TON PARTENAIRE ?
- TU AS IMPOSÉ À TA TON PARTENAIRE ?
- TU AS IMPOSÉ À TA TON PARTENAIRE ?
- TU AS IMPOSÉ À TA TON PARTENAIRE ?
- TU AS IMPOSÉ À TA TON PARTENAIRE ?
- TU AS IMPOSÉ À TA TON PARTENAIRE ?
- TU AS IMPOSÉ À TA TON PARTENAIRE ?
- TU AS IMPOSÉ À TA TON PARTENAIRE ?

Entre les DM à base de "cette affirmation manque de rigueur", "où sont les chiffres", "pourquoi c'est pas écrit en inclusif, les femmes ne violent pas peut-être?" et les traditionnels Not All Men, oui oui, je sens que ça vous a picoté le bourrichon.

Laissez-moi donc être limpide.

2/ Ces chiffres sont de larges sous-estimations

En Belgique, on estime que seules 6% des femmes victimes d'un viol font une déposition auprès de la police (Institut fédéral pour l'égalité des femmes et des hommes, 2011).

Même chiffres (5 à 6%) du côté du Canada (Centre d'expertise et de référence en santé publique, 2018).

En France, seules 19% des victimes de viol hors du cadre familial le rapportent à la police (or c'est le type de viol le plus souvent rapporté) (INSEE, 2021).

J'ai ensuite complété, petit chenapan que je suis, avec une story qui disait "si t'es un mec cis, statistiquement, le pourcentage est extrêmement élevé que tu sois dans l'une des cases. On n'a pas toustes une histoire de viol pour rien, [...] Admets, bosse, change. Et dénonce tes potes."

Aè aïe aïe, ça a piqué ça hein les potos?

III. 33 - @dou.interjection.dexasperation.

« D'où tu serais pas concerné par le viol ? », Publication Instagram du 19 août 2023, slides 1 à 6.

Alex', qui est à l'origine du compte @antipatriarcame, emploie l'expression « coup de gueule politique¹¹⁷ » pour désigner ses premiers textes, publiés sous la forme de threads Twitter. Æl tenait déjà en parallèle un compte Instagram dédié à ses illustrations. Touché par une maladie chronique en 2019, æl n'est plus en mesure de poursuivre son emploi salarié. Alex' envisage alors de développer à la fois son activité d'illustrateurice et de créateurice de vulgarisation politique, afin de dégager des revenus. Après un bannissement de Twitter en 2019 pour quelques jours, æl cherche d'autres espaces de présence et se tourne vers YouTube et Twitch, en parallèle d'Instagram. Au fil du temps, ses différentes activités convergent et son compte Instagram devient un espace de partage d'illustrations, de notes de lecture, de broderie, de vulgarisation de certaines notions (notamment sur le féminisme anticarcéral et anarchiste). C'est aussi un espace d'agenda et d'annonce de son activité sur d'autres plateformes (Twitch et YouTube).

Cette diversité de formats permet à Alex' d'en comparer la portée et la visibilité, et æl est régulièrement frustré que ses « coups de gueule » touchent bien plus de public que ses illustrations ou ses contenus plus longs : « si un jour, très énervé en rentrant chez moi parce qu'il m'est arrivé quelque chose, je fais un tweet, le tweet va percer¹¹⁸ », contrairement au fil de discussion. Alex' mentionne aussi « des habitudes de communication qui sont vraiment violentes sur les réseaux sociaux¹¹⁹ ». Æl précise ne pas parler du ton mais bien de la manière de réagir, et du goût pour les échanges virulents. Pour pallier ce cercle de réactions à chaud, Alex' s'est donné quelques règles éthiques, comme celle de ne pas porter publiquement de jugement négatif sur un compte qui a moins d'abonnés qu'ellui.

Pendant l'entretien, j'ai moi-même participé sans le voir à cet engouement pour les contenus tranchés et les « coups de gueule » : pour aborder la question de la rémunération du travail graphique et la vente d'illustration d'Alex', je lui ai posé la question à partir d'une story postée quelques jours auparavant. Alex' a répondu immédiatement que la story en question était avant tout un « coup de gueule » pendant un moment précis, qui ne reflétait pas l'ensemble de sa posture sur le sujet. À l'écrit et dans un format court comme la story ou le tweet, la lecture du degré de colère ou d'ironie est incertaine, ce qui appelle une vigilance particulière lors de l'étude de ces formats.

117 *Alex', @antipatriarcame_. Entretien, 2 septembre 2022.

118 *Ibid.

119 *Ibid.

Le vécu d'Alex' sur Twitter concorde avec des travaux qui y voient une « intensification du discours polémique¹²⁰ » : le format des échanges sur Twitter se prête en effet plutôt bien à des usages politiques polémiques¹²¹, et Romain Badouard parle même de brutalisation¹²² pour désigner la prise d'ampleur des modes de communication violents sur les réseaux sociaux. Alex' poursuit en comparant Twitter et Instagram :

Même si on décide de compléter en rajoutant derrière, et même si le premier tweet a énormément de visibilité, ça ne va pas être beaucoup vu. [...] Alors que j'ai le sentiment quand même que sur Instagram, avec une première image accrocheuse, on peut réussir un peu plus à attirer les gens vers la suite¹²³.

Æl modifie sans cesse son compte et expérimente beaucoup sur Instagram. On trouve sur @antipatriarcame_ des montages de captures d'écrans, principalement des tweets ou de portions de threads avec des jeux d'emphase (I11. 34b), des portions de texte remises en page spécifiquement pour Instagram, ou du texte supplémentaire (I11. 34a). Cette écriture sous forme de « coup de gueule » peut être l'impulsion de création du compte, mais ne constitue pas la majorité du travail d'Alex'. Sur le compte Instagram, ces tweets commentés cohabitent avec des plannings de ses émissions en direct prévues sur Twitch (I11. 34c) des notes de lecture (I11. 34d) et des illustrations ou broderies (I11. 34e).

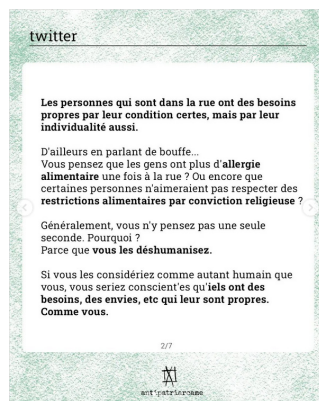
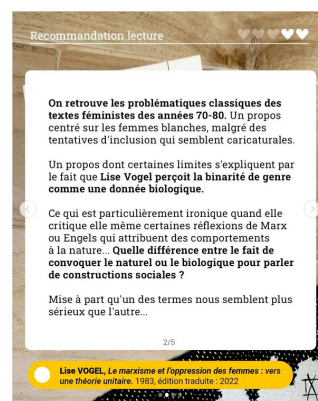
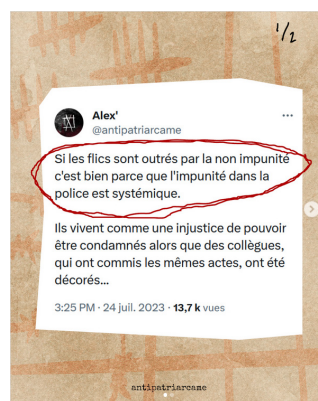
Le compte @antipatriarcame_ est particulièrement riche graphiquement. Chaque ensemble de publications présente une forte identité, qui change tous les mois environ, avec quelques éléments récurrents : des polices monospace avec un effet de bavure d'encre ; du rouge brique et du noir comme couleurs dominantes, parfois complétées par un jaune vif et un vert amande ; des éléments graphiques manuscrits comme des flammes, bulles et flèches ; des textures de papier froissé, de textile et de photocopieur. Ces éléments donnent une cohérence à l'ensemble, ce qui préserve l'identité du compte. Même en cas de changement

120 Virginie Julliard, « #Theoriedugenre : comment débat-on du genre sur Twitter ? », *Questions de communication*, n° 30, 31 décembre 2016, p. 135-157.

121 Arnaud Mercier, « Twitter, espace politique, espace polémique. L'exemple des tweet-campagnes municipales en France (janvier-mars 2014) », *Les Cahiers du numérique*, vol. 11, n° 4, 2015, p. 145-168.

122 Romain Badouard, « Internet et la brutalisation du débat public », *La Vie des idées*, 6 novembre 2018.

123 *Alex', @antipatriarcame_.



Ill. 34 - @antipatriarcame_.

34a. Publication du 16 décembre 2022, slides 1 et 2 sur 7. Publication de captures d'écran de tweets et texte de complément.

34b. Publication du 3 août 2023, slide 1 sur 2. Capture d'écran de tweet avec une emphase tracée en rouge autour du texte.

34c. Publication du 27 février 2023, 1/1. Planning Twitch pour la semaine du 27 février au 5 mars.

34d. Publication du 9 décembre 2022, slide 2/5. Résumé et critique de l'ouvrage *Le marxisme et l'oppression des femmes* de Lise Vogel.

34e. Publication du 12 mars 2023, slide 1/1. Photographie de linogravures à vendre sur la boutique en ligne d'antipatriarcame.

drastique, ou après la suppression et la refonte totale du compte en décembre 2022, @antipatriarcame_ reste reconnaissable. La liberté graphique est plus importante sur Instagram que sur Twitter ou Twitch, et alors qu'Alex' admet ne pas apprécier le moment de publier sur Instagram, la mise en page des posts est au contraire un de ses moments favoris. Æl explique avoir besoin de cette variété :

Je ne suis franchement pas sûre d'être à la recherche d'une forme définitive de quelque chose. J'essaie des trucs, tant que je suis contente je les garde, et si à un moment donné j'ai envie d'essayer autre chose, j'essaie autre chose. Aussi parce que techniquement, je suis capable de faire une identité visuelle qui serait cohérente dans le temps, mais ça m'ennuierait¹²⁴.

Le cas du compte Instagram @antipatriarcame_ est un peu particulier dans ce corpus. D'une part, il est un des seuls, avec celui de @lagrenadecollectif, à constituer avant tout une vitrine pour d'autres pratiques. D'autre part, il est un des seuls avec @femicides2019 à être administré par une graphiste. Toutefois, comme nous allons le voir, le plaisir visuel et le plaisir de faire de la mise en page ne sont pas l'apanage des designers graphiques.

4.2.3. **Rendre publiques ses recherches d'information**

Entre partage de savoir et expression personnelle

Inès est co-créatrice du compte @detendstonpuff (35a) avec deux amies, Elise et Naomi. Elle décrit ce compte comme un espace qui prolonge en ligne des discussions entre amies sur des questions féministes, afin de « rapporter sur la toile des sujets qui ne sont pas forcément les plus populaires¹²⁵ ». Elles font le portrait de figures historiques du militantisme et du féminisme noir comme Paulette Nardal¹²⁶, détaillent l'origine de certaines coiffures, critiquent ou recom-

¹²⁴ *Alex', @antipatriarcame_.

¹²⁵ *Inès, @detendstonpuff. Entretien, 17 octobre 2022.

¹²⁶ Journaliste, autrice et une des initiatrices du courant littéraire de la négritude durant l'entre-deux-guerres.



I11.35 - @detendstonpuff.

35a. Vue d'ensemble du compte @detendstonpuff, capture d'écran du 1^{er} octobre 2023.

mandent des livres et des séries, partagent des recettes de soins pour les cheveux, définissent et vulgarisent certains termes politiques comme le colorisme ou l'appropriation culturelle.

Le compte étant le fruit de plusieurs voix, Inès raconte que le trio s'est laissé la liberté d'aborder des sujets très différents, certains considérés comme « légers », d'autres comme plus sérieux : « On aime plein de choses en même temps, on est aussi et surtout féministes, on est surtout toutes les trois des femmes racisées, on veut parler de tout en étant nous-mêmes¹²⁷. » Elles se sont également autorisées une variété de polices de caractères, de fonds et de couleurs en fonction de leurs envies. Cela crée une impression de « bazar¹²⁸ » dans l'identité visuelle du compte. Inès apprécie et revendique ce mélange de sujets et d'éléments, que l'on peut percevoir comme la manifestation graphique d'un flot de pensées, d'une navigation sur internet où une recherche en entraîne une autre.

Cette construction rend compte des relations et discussions entre les 3 créatrices-autrices, chacune ayant son rythme de travail ou ses sujets de prédilection. Le compte reflète donc leur manière de penser ensemble. Les créatrices pourraient et sauraient faire autrement, mais ne le souhaitent pas :

En vrai, on pourrait grave en prendre 4 [des fonds/motifs pour les posts] mais la page ne serait pas aussi bizarre que maintenant, et on aime bien qu'elle soit un petit peu bizarre¹²⁹.

Comme pour Alex', la variété graphique est un élément essentiel dans l'envie d'Inès, Elise et Naomi de continuer à publier. Elles partagent un dossier dans lequel elles entreposent des fonds – colorés, à motifs ou à paillettes – et des polices de caractère glanées sur Dafont¹³⁰, afin de disposer d'un vivier graphique dans lequel piocher à chaque publication.

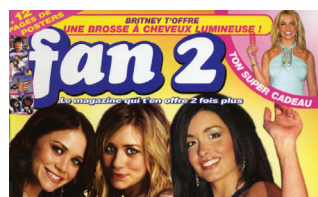
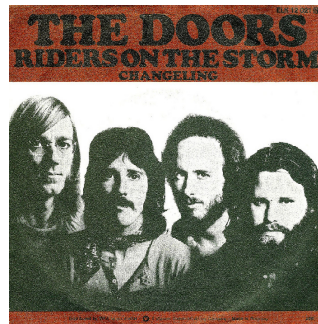
L'éclectisme visuel est pleinement assumé, et fait référence pour Inès à son goût pour le « vintage ». La police Abstract Groovy, utilisée dans les titres des posts, semble quelque part à mi-chemin entre les magazines des années 2000 (**II.1. 35d**) et les pochettes d'album des années 1970, notamment celle qui utilisent

127 *Inès, @detendstonpuff.

128 *Ibid.

129 *Ibid.

130 Dafont est un site web proposant un catalogues de polices de caractères à télécharger. Le site est populaire pour sa gratuité et l'immensité de son catalogue. La qualité des polices proposée est variable, et tout internaute peut ajouter une police sur le site, qu'il soit ou non professionnelle du dessin de caractère.



@detendstonpuff - suite.

35b. @detendstonpuff, publication Instagram du 31 août 2022, slide 1/4. Inès évoque une « influence seventies » dans les motifs choisis en arrière-plan.

35c. Pochette de l'album *Riders On the Storm*, The Doors, 1971. Utilisation de la police Cooper Black dont on retrouve des évocations dans le magazine *Fanz* et dans les publications de @detendstonpuff.

35d. Couverture du magazine *Fanz* n° 51, avril-mai 2004.



@detendstonpuff - suite.

35e. Couverture du magazine Julie n° 104, mars 2007. © Milan Jeunesse.



35f. @detendstonpuff, publication Instagram du 23 septembre 2021.

35g. @detendstonpuff, publication Instagram du 28 mars 2021.

35h. Idem, détail.

la police Cooper Black (I11. 35c). Alors qu'Inès évoque une influence « seventies » que l'on retrouve dans les motifs de certains fonds (I11. 35a), beaucoup d'éléments graphiques du compte sont plutôt empruntés aux années 2000 et notamment aux magazines pour filles (I11. 35e) : bleu et rose pastel, fonds à paillettes, points des i en forme de cœur et personnages détourés (I11. 35f à 35h).

Les paillettes ne sont aucunement considérées comme un obstacle au sérieux, et cette réappropriation d'une esthétique dite « girly » affirme un droit d'aborder une variété de sujets avec une liberté de ton et de codes visuels :

On veut être reconnues comme une page où on peut parler de tout, mais ne vous inquiétez pas que s'il faut parler d'un truc sérieux on va en parler sérieusement, et s'il faut parler d'un truc fun on va en parler de manière fun. On ne va pas se cacher derrière du fun pour toujours. J'ai l'impression que sur certaines pages, si tu choisis une ligne éditoriale fun, tu ne parles jamais de sujets sérieux¹³¹.

Le thème le plus récurrent sur le compte est celui des cheveux. Ce sujet est traité au travers de publications sur l'histoire des coiffures des femmes noires d'Afrique de l'Ouest, ou sur le racisme et les discriminations spécifiques envers les femmes noires qui portent leurs cheveux au naturel. Ces publications côtoient des recettes de masques capillaires et des recommandations de produits de soin pour les cheveux crépus et bouclés.

L'utilisation d'une identité graphique commune crée une continuité entre les publications. Sur le sujet du cheveu plus précisément, qui peut être stéréotypé comme féminin et superficiel, la démarche du compte s'inscrit dans les initiatives de documentation et de visibilité de l'histoire des techniques du cheveu¹³² et de l'histoire du racisme envers les femmes noires¹³³. @detendstonpuff, en se réappropriant des codes graphiques stéréotypés féminins et en les poussant à l'excès, défait la ligne de partage entre sujet important et superficiel, entre personnel et politique.

131 *Inès, @detendstonpuff.

132 Nettrice Gaskins, « Hair Braiding is Technology », *Recess Art* [en ligne], 1^{er} septembre 2014. Voir les travaux (imprimés, vidéo et web) de l'artiste zimbabwéenne Nontsikelelo Mutiti sur le tressage de cheveux africains (African Hair Braiding) comme culture diasporique et comme technologie.

133 Juliette Sméralda, *Peau noire, cheveu crépu : l'histoire d'une aliénation*, Pointe-à-Pitre, Éditions Jasor, 2017.

La posture d'Anaïs, créatrice du compte @byebye_pilule (I11.36), se situe à mi-chemin entre un récit d'expérience personnelle et un souhait de partager de l'information. Elle dit avec humour « donner [son] corps à la science¹³⁴ », et se considère comme un cobaye de sa propre expérience d'arrêt de la pilule contraceptive, qu'elle a choisi de rendre publique. Elle avait déjà essayé une première fois d'arrêter de prendre la pilule, plusieurs années auparavant, mais la persistance de symptômes après cet arrêt l'avait conduite à reprendre cette contraception.

Après avoir consulté plusieurs médecins spécialistes, notamment en dermatologie et en gynécologie, sans trouver de réponse à ses questions, Anaïs s'est tournée vers internet et notamment vers les blogs, à la recherche de récit de personnes dans une situation similaire à la sienne. Elle a effectivement trouvé des témoignages, mais pas de solution ou d'astuces pour mieux vivre cette période et les différents effets secondaires qui lui sont associés. Il est à noter qu'interroger le moteur de recherche Google sur la requête « arrêter la pilule¹³⁵ » renvoie majoritairement vers des sites d'entreprises de santé : services de prise de rendez-vous médicaux en ligne, vente de thermomètres de symptothermie¹³⁶...

Les sites web gouvernementaux, comme celui de la Haute Autorité de Santé ou choisirsacontraception.fr, ne fournissent pas d'information sur les symptômes de l'arrêt d'une contraception hormonale. Les rares conseils à ce sujet sont celui de ne pas arrêter la pilule contraceptive sans la remplacer par un autre moyen de contraception, et de le faire sur avis médical. Les premiers résultats abordant plus précisément les symptômes les plus courants proviennent de magazines féminins¹³⁷.

Se tourner vers internet et contribuer elle-même au recueil et à la transmission d'information relève d'une forme d'évidence pour Anaïs : « Quand tu n'as pas la solution auprès des spécialistes, je pense que toute personne normalement constituée finit par se tourner vers internet¹³⁸ ». Elle a choisi le moment du premier confinement, pendant la pandémie de coronavirus au printemps 2020, pour faire un deuxième essai d'arrêt de la pilule et lancer son compte Instagram. Cette période particulière lui permet de dégager suffisamment de temps pour alimenter le compte, mais aussi de vivre plus sereinement les symptômes liés à

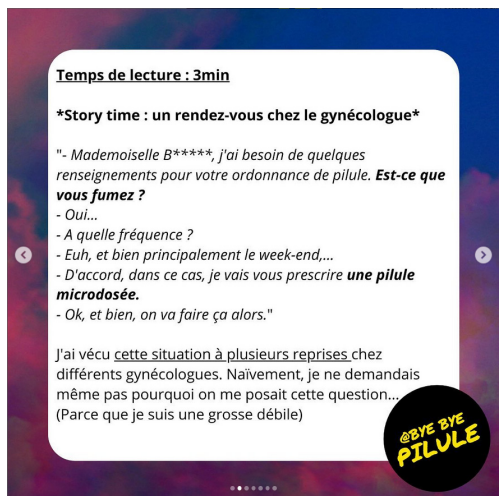
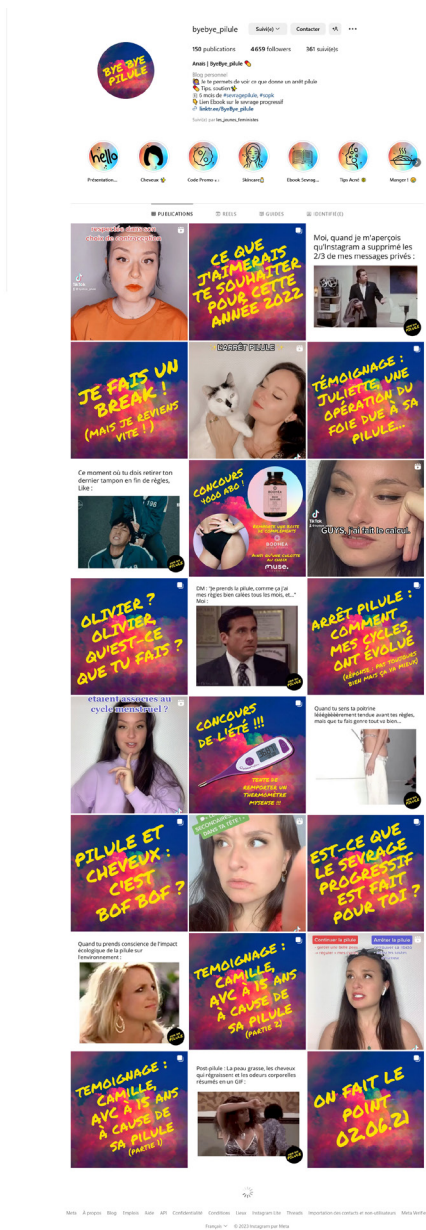
134 *Anaïs Bonhome, @byebye_pilule. Entretien, 13 novembre 2022.

135 Requêtes test effectuées en septembre 2022 et septembre 2023.

136 Méthode de contraception reposant sur l'observation du cycle menstruel.

137 Marie-Claire et le Journal des Femmes arrivent sur la première page des résultats dans les deux requêtes.

138 *Anaïs Bonhome, @byebye_pilule.



I11.36 - @byebye_pilule.

36a. Vue d'ensemble du compte @byebye_pilule, capture d'écran au 1er septembre 2023.

36b. @byebye_pilule, « Pilule et cigarette, pourquoi c'est dangereux ? », publication Instagram du 6 janvier 2021, slide 1.

36c. Idem, slide 2.

l'arrêt de la pilule. Pendant un an, elle présente plusieurs méthodes de sevrage progressif, documente ses symptômes, son alimentation, ses raisons de cesser de prendre une contraception hormonale, et fait des bilans réguliers. Afin de publier plus régulièrement et dans l'objectif d'être en phase avec l'algorithme d'Instagram, elle alterne entre des publications sur son expérience d'arrêt de la pilule et des images humoristiques, notamment des mèmes.

Anaïs a construit l'identité visuelle de son compte bien en amont, et n'en a pas changé pendant deux ans. Elle ne se reconnaissait pas dans l'ambiance visuelle et le ton des comptes Instagram ou sites internet consacrés à la santé féminine, et souhait construire un espace qui reflète sa personnalité :

Le sujet de mon compte c'était vraiment en rapport avec le bien-être féminin, tout ça. Quand je cherchais des comptes en rapport avec le bien-être féminin, c'était toujours la même chose, des trucs assez lisses, assez pastel, c'était très doux, ce n'était jamais provocateur. Je me disais : j'ai envie de parler de bien-être féminin, mais j'ai aussi envie de parler d'injustices que j'ai vécu par rapport à ça, et je ne trouvais pas¹³⁹.

Elle n'a pas conservé ses premières recherches graphiques, mais les décrit comme « un graphisme avec les codes qui se faisaient¹⁴⁰ », notamment des couleurs pastel et polices « douces » qui ne lui convenaient pas. Après ces premières recherches graphiques par imitation, Anaïs se tourne vers des couleurs plus vives, pour « que ça flashe, que ça percute, que tout ça agresse l'œil¹⁴¹ ». Elle travaille à partir d'une photographie de nuage, « clin d'œil » à sa sensibilité, et déforme l'image avec plusieurs traitements (**II.1. 36b**) : ajout de filtres rose, violet et bleu, décalage des calques pour rendre visible la superposition des couleurs, ajout de grain. Elle complète la première slide de ses publications avec un titre jaune vif dans une police toute en capitales qui imite un marqueur épais.

Le choix de police, la vivacité des couleurs et l'inclinaison du titre sont autant d'éléments graphiques en opposition avec les codes qu'Anaïs identifie comme caractéristiques des pages consacrées à la santé féminine.

L'équilibre entre page personnelle et page d'information est apporté par le choix d'une composition plus classique pour le texte des posts (**II.1. 36c**). Le fond aux nuages colorés devient un cadre qui entoure la zone de texte. Le texte est

139 *Anaïs Bonhome, @byebye_pilule.

140 *Ibid.*

141 *Ibid.*

écrit en noir sur fond blanc dans une linéale bien lisible, il est aligné à gauche, distinctement séparé en paragraphes, avec quelques emphases soulignées ou mises en gras. Anaïs fait donc le choix d'un compte plutôt incarné et personifié graphiquement : elle souhaite qu'il soit perçu comme un compte personnel, avant d'être une page « bien-être féminin ».

Au bout d'un an, elle complète son compte par un nouveau support : un ebook, diffusé gratuitement en ligne à partir de mars 2021 sous la forme d'un livret numérique de 34 pages au format PDF. Ce passage d'une mosaïque de posts à un format plus linéaire et plus long lui permet d'organiser autrement son propos. Anaïs accorde beaucoup d'importance à la gratuité de l'ebook : elle aurait « tellement, tellement voulu avoir ces infos¹⁴² » qu'il était pour elle indispensable de les rendre accessibles gratuitement. Elle évoque un sentiment de « devoir d'information¹⁴³ ».

L'ebook reprend certains éléments graphiques présents sur le compte, comme les motifs de nuages et la police effet marqueur sur certains titres, mais l'ensemble est un peu moins vif, plus sobre. Les textes sont plus longs, justifiés, les pages sont plus denses. Ce nouveau format déplace et réactualise le propos du compte. Lors de l'entretien, conduit en novembre 2022, Anaïs a publié l'ebook depuis plus d'un an, sa dernière publication date de juin 2022, et elle se pose la question de continuer ou non à animer le compte Instagram :

[L]e sujet de la pilule, j'en ai fait le tour. Et au final maintenant ça fait 3 ans que j'ai arrêté, je vais mieux, ça fait partie de mon histoire mais c'est un petit pan de mon histoire dans tout ce que je suis et c'est très dur... Enfin je déteste produire pour produire, donc je n'ai pas envie de faire un post juste pour faire un post, ça ne me ressemble pas¹⁴⁴ [...]

On perçoit dans cette conclusion que le « devoir d'information » dont Anaïs se sent investie est directement corrélé à son expérience personnelle de l'arrêt de la pilule. Dès lors que cette période de sa vie se termine, son envie de poursuivre le compte s'estompe. Pour reprendre les rôles féministes énoncés plus haut, le rôle de médiatrice qu'elle endosse repose directement sur son rôle de témoinnante.

142 *Anaïs Bonhome, @byebye_pilule.

143 **Ibid.*

144 **Ibid.*

Vulgariser, transmettre de l'information

Contrairement à @detendstonpuff et @byebye_pilule, d'autres créateurices ont fait le choix d'un compte moins personnalisé, et envisagent leur pratique avant tout comme une démarche de recueil et de transmission d'information.

Pour Emy, créatrice du compte @faitsminisme (111.37), l'impulsion de créer un compte Instagram vient du souhait de rendre publiques et facilement accessibles des informations, chiffres, rapports qu'elle cherchait sur son temps libre :

Je me rendais compte que je savais très bien qu'il y avait un écart salarial, mais je ne savais pas d'où ça sortait. Je ne savais pas vraiment dire pourquoi, donc j'ai commencé à faire mes propres recherches pour moi-même, pour pouvoir l'expliquer, le ministère du travail, l'INSEE, tout ça. Et puis je me suis dit finalement, je passe beaucoup de temps à faire ça, donc pourquoi pas le partager ? Je ne pense pas être la seule qui a besoin de sources fiables quand elle cherche une information, et on n'a pas forcément le temps de chercher une demi-heure, lire les rapports. Donc voilà, j'ai créé mon compte et à côté de ça j'ai commencé aussi à m'y intéresser dans la vraie vie, faire des manifestations¹⁴⁵.

Emy ne parle pas de vulgarisation mais de « partage d'information » pour décrire son compte Instagram en 2020. Lors de mon second entretien avec elle en 2022, je lui demande à nouveau de décrire son compte, elle répond qu'il s'agit de « partage d'informations et de ressources sur la lutte contre les violences sous un angle juridique¹⁴⁶ ». Cette description diffère de la bio de son compte en 2020, sur laquelle on pouvait lire : « regroupement d'informations sur le thème du féminisme, diffusion des faits et des chiffres ». Emy ajoute deux éléments importants à la description de son compte entre 2020 et 2022.

D'une part, ses compétences de juriste sont mises en avant, et il lui arrive de mentionner sur son compte son emploi actuel de formatrice spécialisée sur les violences sexistes et sexuelles au travail. D'autre part, la notion de « ressource » évoque un discours plus concret permettant de se sortir d'une situation difficile¹⁴⁷ : il ne s'agit plus seulement de transmettre de l'information mais aussi d'outiller ses abonnés.

145 *Emy, @faitsminisme, entretien du 3 décembre 2020.

146 *Ibid.

147 « Ressource », dans *Trésor de la langue française informatisé* [en ligne].



Ill.37 - @faitsminisme.

Vue d'ensemble du compte @faitsminisme au 16 août 2022.

La créatrice du compte @payetaplaite relie sa démarche, de manière analogue à Emy, à sa prise de conscience progressive du traitement des plaintes pour violences sexuelles. Elle est d'abord marquée par une exposition dans son université, qui présente des photographies de tenues de victimes de viol ainsi que des statistiques sur les violences sexuelles. Elle est frappée notamment par la faible proportion de plaintes qui aboutissent effectivement à une condamnation¹⁴⁸. Plus tard, une expérience personnelle de dépôt de plainte et de réaction inappropriée de la police l'amène à se questionner à nouveau sur ce sujet. Elle se renseigne davantage et cherche à comprendre si son expérience est isolée ou, au contraire, plutôt répandue.

Elle lance son compte @payetaplaite et explique qu'elle « connaissai[t] la fin mais pas les moyens¹⁴⁹ » : elle savait qu'elle souhaitait agir, sans trop d'idées au départ sur la forme que son engagement sur Instagram pouvait prendre. Il s'agissait de « mettre en lumière » un problème qu'elle identifie et dont elle a elle-même fait l'expérience.

On retrouve cette même volonté chez Léoparde. Après un premier compte très personnel sur lequel elle publie ses ressentis et « états d'âme », elle souhaite construire avec le compte @leoparde__ l'espace qu'elle aurait aimé rencontrer quelques mois avant. Pendant l'entretien, elle parle à plusieurs reprises d'un « nous » des victimes de violences sexuelles : « À force de me renseigner... Je me suis dit : c'est ça qu'il nous faut¹⁵⁰ ». Les recherches documentaires, la vulgarisation, la synthèse et la transmission d'information sont au cœur de sa démarche. Elle suit également des formations de victimologie. Cette mise à jour constante de ses connaissances se répercute sur le compte avec la suppression de certains posts, qu'elle estime être insuffisamment précis.

148 D'après les statistiques du Ministère de la Justice et du Ministère de l'Égalité entre les femmes et les hommes entre 2018 et 2021, une victime de viol sur 10 déclare avoir porté plainte, et une plainte sur 10 environ aboutit à une condamnation. Voir Marianne Juillard et Odile Timbart, *Les condamnations pour violences sexuelles*, Ministère de la Justice, 2018 ; Leïla Benaddou et Mission interministérielle pour la protection des femmes contre les violences et la lutte contre la traite des êtres humains (Miprof), *Lettre n°18 - Les violences au sein du couple et les violences sexuelles en 2021.pdf*, Ministère chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes, 2021.

149 *@payetaplaite. Entretien, 20 octobre 2022.

150 *Léoparde, @leoparde__.

La démarche de Léoparde est informée par sa conscience et son expérience de l'énergie, du temps, des difficultés que demandent les recherches documentaires, d'autant plus pour des personnes elles-mêmes concernées par des violences sexuelles :

Il faut qu'il y ait une personne qui aille voir les trucs difficiles, lire les trucs difficiles pour les simplifier pour les autres, et c'est moi¹⁵¹ !

Léoparde oriente son travail sur ce qu'elle appelle « l'après » : les troubles physiques et psychiques qui peuvent survenir après des violences sexuelles, en particulier après des violences incestueuses. Elle découvre sans cesse de nouveaux symptômes, mais part toujours de son propre savoir, ce qu'elle connaît et dont elle a personnellement fait l'expérience. Le fait de prendre son vécu pour point de départ contribue à lui donner confiance en la légitimité de son discours. Au fil des échanges avec ses abonnés, elle s'éloigne petit à petit de son propre vécu, et traite avec encore plus de prudence les symptômes de stress post-traumatique qu'elle ne connaît pas. Le propos du compte se construit conjointement autour de son propre vécu, de ses recherches, et des échanges avec ses abonnés

Le statut de « concernée », c'est-à-dire de personne directement touchée par un vécu de violences sexuelles, est essentiel dans la posture de Léoparde : « comme nous on a été victimes, on arrive mieux à en parler¹⁵² ».

Toutes les créatrices-auteures interrogées ne racontent pas avec le même niveau de détail les raisons de leur engagement sur Instagram. Toutefois, toutes ont en commun de situer leur pratique dans leur histoire personnelle, familiale ou professionnelle, même de façon succincte. Marie, qui fait partie de l'équipe de gestion de @taspensea, avait commencé à suivre ce compte de sensibilisation à la charge mentale et à la charge domestique au moment de son déménagement pour vivre en couple, et a saisi l'occasion de participer à la gestion lorsque l'équipe a lancé un appel fin 2021 pour un renouvellement des bénévoles¹⁵³.

La créatrice du compte @femicides2019 évoque des faits de violences conjugales survenus dans sa famille, et des activités professionnelles en rapport avec la prévention des violences faites aux femmes et aux enfants. Dans le cadre de

151 **Ibid.*

152 **Ibid.*

153 *Marie, @taspensea. Entretien, 6 octobre 2022.

son emploi de graphiste pour une entreprise de luxe, elle a maqueté des livrets pédagogiques en partenariat avec une ONG¹⁵⁴.

Servane, qui fait partie du collectif La Grenade et contribue à tenir le compte Instagram @lagrenadecollectif, donne deux raisons à sa démarche : sa mauvaise expérience avec une association de sa ville, et une sortie de relation violente, qui lui donne la force de militer.

La créatrice de @sexisme_ordinaire_stop, quant à elle, évoque le sexisme vécu dans sa vie professionnelle : du sexisme ordinaire, notamment, qu'elle trouve moins visible. Interrogée sur ses pratiques féministes en dehors de son compte, elle explique l'importance que revêt pour elle le fait de sensibiliser ses proches et ses collègues aux questions féministes et de violences sexistes et sexuelles¹⁵⁵. Son compte Instagram commence d'ailleurs par des citations de propos relevant du sexisme ordinaire, entendus dans son entourage professionnel.

La légende du premier post de son compte (**Ill. 38b**), daté du 1^{er} août 2020, énonce :

Le genre de petite phrase anodine qui indique que les enseignants ont vraiment besoin d'être formés à l'égalité des genres. L'école a un impact important sur l'éducation des élèves, arrêtons de leur véhiculer des stéréotypes de genre. #sexisme #sexismeordinaire #stereotypesdegenre #patriarcat #feminisme #injonctions¹⁵⁶.

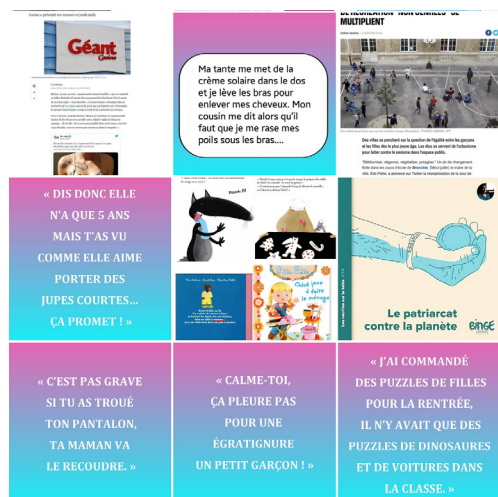
Les neuf premiers posts de @sexisme_ordinaire_stop, publiés entre le 1^{er} et le 7 août 2020 (**Ill. 38a**) montrent les prémices de ce qui constituera ensuite le fonctionnement habituel du compte. On y voit trois phrases entendues dans l'école où elle enseigne, une recommandation de podcast, des exemples de stéréotypes trouvés dans les livres jeunesse, un nouvel exemple de propos sexistes entendus au travail, une recommandation d'article sur la répartition genrée de l'espace de la cour de récréation, un témoignage reçu en message privé, et un article de presse sur une femme refusée à l'entrée d'un supermarché en raison de sa tenue.

La réécriture et la publication sur les réseaux sociaux de propos entendus dans la vie professionnelle ou privée constitue en fait une partie non négligeable des

154 *@femicides2019. Entretien, 12 septembre 2022.

155 *@sexisme_ordinaire_stop. Entretien, 14 septembre 2022.

156 @sexisme_ordinaire_stop, publication Instagram, 1^{er} août 2020. Légende de la publication.



« J'AI COMMANDÉ
DES PUZZLES DE FILLES
POUR LA RENTRÉE,
IL N'Y AVAIT QUE DES
PUZZLES DE DINOSAURES
ET DE VOITURES DANS
LA CLASSE. »

Ill.38 - @sexisme_ordinaire_stop.

38a. Vue d'ensemble des publications du 1^{er} au 7 août 2020.

38b. Publication Instagram, 1^{er} août 2020. Premier post publié sur le compte.

comptes dits « de témoignage » : Paye Ta Shnek et la plupart des recueils sur le format « Paye Ta... » ne sont pas des récits à la première personne d'une victime qui raconterait l'événement vécu, mais rapportent au discours direct des propos entendus. La récurrence de ce format, et le glissement d'un type de témoignage à l'autre sur le compte @sexisme_ordinaire_stop, montrent que les pratiques féministes du recueil de témoignage redéfinissent politiquement et graphiquement ce que l'on considère comme un témoignage, un récit ou une prise de parole.

4.3. *Conclusion. Témoignant·e, recueillant·e, médiateur·ice : redistribution des rôles*

Bien que leur démarche initiale relève toujours d'un moment de « sortir de soi », la pratique régulière du collage, du dessin, de la mise en page, le fait d'agir dans l'espace public – de la rue comme d'Instagram – amène les féministes interrogés à endosser successivement plusieurs rôles, avec plus ou moins d'aisance et sur des temporalités variées. Ces passages constants de l'expression personnelle à la vulgarisation, de l'écoute à l'image, contribuent à aménager graphiquement différents espaces de prise de parole individuelle ou collective, déplaçant cette parole hors de l'aire qui lui a été assignée.

À propos de la parole des femmes, Christine Bard raconte :

La parole au féminin a bien une place dans notre histoire collective, mais une place toujours-déjà dévaluée, du côté du quotidien, du corps, du prosaïque, du personnel, de la plainte, du bavardage superficiel, du commérage de bonnes femmes autour du lavoir. Il y a à l'opposé la parole noble, structurée, politique, discursive, admirée, tout entière masculine¹⁵⁷.

Au-delà de la partition public/privé et personnel/politique que les luttes féministes s'attachent à toujours remettre en question, il se joue dans cette partition binaire du monde une opposition entre futile et important ainsi qu'entre subjectivité et objectivité. À partir du champ du design, on peut également ajouter à cette liste de binarités questionnées les couples forme/fonction¹⁵⁸ et forme/fond.

L'enjeu de la prise de parole féministe est non seulement de rappeler que le personnel est politique, mais aussi de lutter contre le discrédit, la disqualification. Mona Gérardin-Laverge rappelle que la silenciation « ne consiste pas simplement à faire taire, mais à parler *à la place*, à invisibiliser et à exclure du politique¹⁵⁹ ». Pour contrer cette silenciation, il s'agit de prendre la parole, mais aussi de la visibiliser et d'en affirmer l'importance. Cela ne passe pourtant ni par l'affirmation d'une objectivité absolue, ni par le refus de prendre en compte les affects et les vécus, bien au contraire : il s'agit de reconfigurer les critères même de définition de la parole publique, politique, importante et légitime.

La prise de parole féministe réside dans un aller-retour permanent entre les différents rôles de témoin^{te}, recueillant^e et médiat^{eu}ice. Cela occasionne deux types de négociations : d'une part dans le passage d'un rôle à l'autre, et d'autre part dans la définition des contours de chacun de ces rôles. Comment devient-on témoin^{te} ? Comment identifie-t-on le passage du rôle de témoin^{te} à celui de médiat^{eu}ice ? Comment se rendre visible en tant que recueillant^e ? Je fais l'hypothèse que les frontières entre les périmètres respectifs de ces rôles et leur franchissement laissent indéniablement des traces graphiques, qu'il s'agit de comprendre et de décortiquer.

157 Christine Bard et Jean-Marie Durand, « L'actualité des féminismes », p. 142.

158 Judy Attfield, « LA FORME/féminin SUIV LA FONCTION/masculin », traduit par Hélène Sarende, *RADDAR*, n° 3, 2021, p. 172-193.

159 Mona Gérardin-Laverge, « Trouble-fêtes », p. 91.

Sur un spectre imaginaire prenant pour pôles le privé/subjectif et le public/objectif, les rôles qui nous intéressent pourraient être répartis de la façon suivante : læ témoinnant^e du côté du subjectif, dans la notion de « partir de soi » et læ médianteuice du côté de l'objectif, en tant qu'expert^e passeuëuse d'information. Læ recueillant^e, en tant qu'èl écoute, reçoit, accompagne, agrège, compile, remet en forme, illustre, diffuse la parole des témoinnant^{es}, est centrè dans le processus de prise de parole et de politisation de la parole pour les féministes contemporaines.

Nous verrons que læ recueillant^e ne recueille pas que des témoignages : èl collecte avec soin des ressources militantes, des articles de presse, des productions culturelles, afin de produire des synthèses et analyses accompagnant les récits de vie. Les traces et stratégies graphiques de recueil et d'accompagnement des récits des témoinnant^{es} font donc l'objet du chapitre suivant.

Acheminez-moi vos histoires

Je les veux toutes à présent

Je suis comme un grand réservoir

Le soleil est tombé dedans

Anne Sylvestre, « J'ai de bonnes nouvelles », 1979

chapitre 5

recueillir

*aménagements graphiques
d'espaces féministes du dicible*

Depuis l'émergence des premiers recueils massifs de témoignages en ligne au début des années 2010, comme *Paye Ta Shnek* (actif de 2012 à 2019) ou *Everyday Sexism* (de 2012 à 2015), les comptes Instagram de recueil de témoignages se sont multipliés. Dans le corpus initial de 613 comptes, 75 recueillent des témoignages (*Annexe 3*). Ils ont été créés entre 2013 et 2020, et 15 reprennent le modèle « *Paye Ta...* ». Parmi ces 75 comptes, 30 sont entièrement dédiés aux témoignages, tandis que 45 les font alterner avec d'autres formats : recommandations culturelles, comptes-rendus de lecture, vulgarisation, etc. Cela nuance la catégorisation proposée dans le chapitre 3, qui séparait les recueils de témoignages des comptes dédiés à la publication d'information, de vulgarisation, ou de portraits de grandes figures de l'histoire des femmes et du féminisme. Le recueil de témoignages semble fréquemment adossé à d'autres activités. Ce constat rejoint les récits des enquêtés à propos de l'évolution de leur compte : nous avons vu que pour la plupart d'entre eux, recueillir des témoignages n'était pas l'objectif principal du compte.

Il s'agira dans ce chapitre d'analyser les formes graphiques que revêt le recueil de témoignages sur Instagram, ainsi que les autres activités qui lui sont associées : accompagnement, vulgarisation, répartition, etc. Bien que certains enquêtés ne diffusent pas de témoignages sur leur compte, et se rapprochent davantage du rôle de médiatrice que de celui de recueillant^e dans la typologie proposée par Fabien Granjon¹, nous verrons que leurs préoccupations et leur posture dans l'administration de leur compte se recourent.

Ce chapitre se déroule en trois temps. Tout d'abord, nous nous pencherons sur les caractéristiques des recueils de témoignages sur Instagram, à partir de l'observation des 75 comptes recensés et des rencontres avec les enquêtés. Ensuite, nous verrons que le recueil de témoignages est accompagné de pratiques de transmission d'information et d'accompagnement de la parole, qui contribuent à la politisation de celle-ci. Enfin, nous verrons en quoi les choix graphiques des enquêtés participent de la construction de leur posture de recueillant^e.

1 Fabien Granjon, « Les militants-internautes », *Communication. Information médias théories pratiques*, vol. 22, n° 1, 2003, p. 11-32.

5.1. *Formes graphiques des recueils de témoignages sur Instagram*

5.1.1. **Recueillir des témoignages, une activité parfois imprévue**

Nous l'avons vu dans le chapitre 4, les créateurices-auteurices de comptes qui sont aujourd'hui des recueils de témoignages n'ont pas, pour la plupart, créé leur compte expressément pour cette activité. La réception et la publication de témoignages arrivent de façon imprévue, lorsque la page prend de l'ampleur : « le compte s'est fait naturellement² » pour @payetaplaite. Pour Léoparde, « les gens se sentent démunis et tellement seuls que dès qu'ils voient un compte qui [leur] ressemble un peu³... ». Elle suggère que c'est la lecture de son propre récit de vie qui amène d'autres personnes à lui confier le leur. @violences_women raconte un phénomène similaire : « J'ai eu l'idée des témoignages car je recevais pas mal de messages de victimes qui avaient besoin de libérer leur parole, d'en parler. Donc j'ai eu l'idée de poster les témoignages⁴. »

2 *@payetaplaite.

3 *Léoparde, @leoparde__.

4 *@violences_women.

@sexisme_ordinaire_stop raconte également avoir reçu des témoignages rapidement après la création de son compte, de manière spontanée : « c’est venu comme ça, donc j’ai commencé à les publier⁵ ». Elle reçoit une dizaine de messages par jour, des récits de vie et de violence, des actualités qui pourraient être relayées sur le compte, des photographies et captures d’écran de publicités sexistes ou de sexisme ordinaire. Malgré quelques difficultés avec l’interface de messagerie d’Instagram, elle essaie de lire et de répondre à tous les messages, pour donner des conseils ou rassurer les témoignantes. Ce rôle de conseil est visible directement dans les témoignages publiés, qui se terminent parfois par des demandes d’aide explicites : « Je souhaiterais que vous me donniez des conseils⁶ ».

À l’exception des messages qu’elle considère trop éloignés du sujet de son compte, @sexisme_ordinaire_stop se donne une ligne de conduite : « Je tiens absolument à ce que tous ceux qui m’envoient un témoignage soient publiés⁷ ». Ce choix vient de sa propre expérience de témoignante sur un « gros compte » qui ne lui avait jamais donné de nouvelles et n’avait pas publié son témoignage. Cette ligne de conduite influe sur sa manière de préparer et de construire ses publications. Elle explique qu’elle effectue des captures d’écran des témoignages reçus et les range sur son ordinateur dans des dossiers thématiques, jusqu’à en avoir suffisamment pour faire une publication. Les regrouper permet d’économiser le temps consacré à la composition des pages de titre et de ne pas perdre les messages reçus. Les légendes sont très succinctes – une simple série de hashtags dans de nombreux cas – et les témoignages sont publiés sous la forme de captures d’écran encadrées d’un liseré noir et d’un fond dégradé du bleu au rose, qui constitue le principal élément d’identité visuelle du compte (I11. 39b).

5 *@sexisme_ordinaire_stop.

6 @sexisme_ordinaire_stop, Témoignage anonyme de harcèlement sexuel au travail, publication Instagram, 6 avril 2023.

7 *@sexisme_ordinaire_stop.

La créatrice-auteurice de @sexisme_ordinaire_stop consacre aux témoignages un temps restreint et contrôlé, entre autres pour ne pas empiéter sur son temps de travail :

Je suis très pragmatique, je veux que ça me crée le moins de charge mentale possible. [...] J'avoue que c'est au plus simple, parce que pour moi, c'est automatique.

Traiter un témoignage, pour moi il y a le temps de lecture, mais à partir de là, c'est 5 secondes tu vois, tac, pfuit, machin, dans le dossier tac c'est fait. Sinon je ne peux pas consacrer plus de temps à ça⁸.

Les onomatopées évoquent un travail rapide, efficace et répétitif. Pour cette recueillante, le traitement des messages demande de s'astreindre à une certaine discipline, et il est possible que le fonctionnement de la messagerie et les difficultés logistiques influent directement sur les choix graphiques de mise en page des témoignages.

Précisons en quelques mots le fonctionnement de cette messagerie. L'application Instagram place les messages non-lus en haut de la page d'accueil de la messagerie, ce qui facilite leur consultation. Une fois lus en revanche, les messages sont classés par ordre antéchronologique. Dans le cas de comptes comme @sexisme_ordinaire_stop qui reçoivent une à plusieurs dizaines de messages par jour, un message ancien sera presque impossible à retrouver une fois ouvert. La capture d'écran est donc un moyen sûr et rapide de conserver un message pour le publier, ce qui peut contribuer à expliquer que ce format de publication soit souvent choisi par les recueillant^{es}. Copier le texte de la conversation pour le coller dans un traitement de texte ou une application de mise en page est simple dans le cas d'un message unique, surtout depuis un navigateur, mais s'avère fastidieux dans le cas d'un témoignage en plusieurs messages. Ces difficultés logistiques nous rappellent que le recueil de témoignages par la messagerie privée d'Instagram est un usage imprévu, bricolé par les utilisateur^{ices}.

Bien que les témoignages ne soient pas toujours l'objectif principal du compte au moment de sa création, les recueillant^{es} sont attentif^{es} aux formats qui fonctionnent sur le compte et s'y adaptent. La créatrice de @payetaplainte s'est posé

8 * @sexisme_ordinaire_stop.

plusieurs fois la question de l'équilibrage des différents contenus de sa page, de l'alternance entre des posts d'actualité et des témoignages, mais en conclut que « les gens, ce qu'ils veulent voir en premier, ce sont les témoignages⁹ ». @sexisme_ordinaire_stop remarque elle aussi que ce format marche « à fond », ce qu'elle attribue au fait que le lectorat « s'identifie » aux auteuices des témoignages¹⁰.

Ces exemples nous indiquent que la distinction entre un compte féministe de partage d'information et un recueil de témoignages se trouve moins dans le projet initial du compte que dans la réaction des administrateuices face aux récits que leur confient leurs abonnés. Cela n'exclut pas l'existence de comptes dédiés au recueil de témoignages dès leur lancement, mais cela nécessite à minima l'installation d'une confiance entre témoinnant^e et recueillant^e.

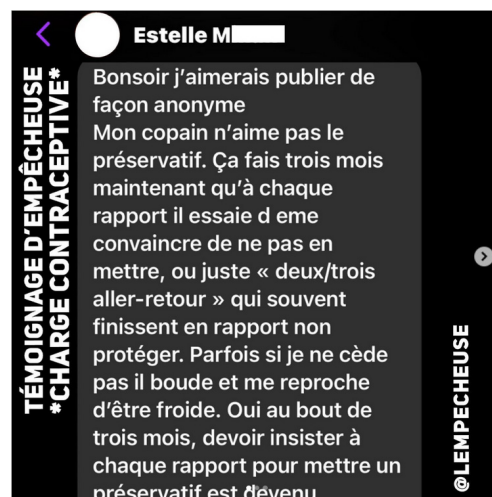
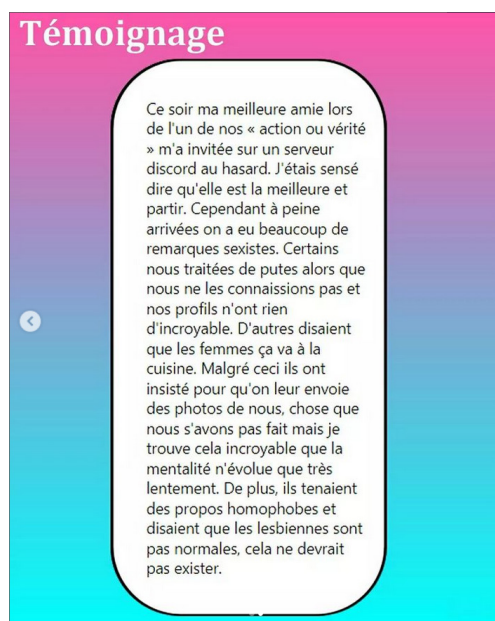
5.1.1.2. **La capture d'écran comme manifestation graphique de la parole rapportée**

Un tiers des comptes sur les 75 recensés publie les témoignages directement sous la forme de capture d'écran de messagerie, tandis que les deux tiers restants composent des pages selon une identité graphique spécifique au compte. Publier une capture d'écran nécessite une action de mise en page, bien que minimale : recadrage, ajout d'un fond par exemple. Pour expliciter l'existence de ces deux catégories, je distinguerai les publications de captures d'écran et celles qui sont *re-mises* en page. Il y a un léger chevauchement entre ces deux catégories, car quelques comptes publient des témoignages en légende des publications, alternent entre captures d'écran et témoignages remis en page, ou changent de fonctionnement au cours de la vie du compte.

Quelques exemples sont des publications hybrides, à mi-chemin entre la capture et la remise en page : @lempecheuse ajoute dans les marges des captures d'écran le nom de son compte ainsi que la mention « témoignage d'empêcheuse », parfois assortie d'une thématique (Ill. 39c). En plus du liseré noir et du fond coloré dégradé du rose au bleu déjà évoqués, @sexisme_ordinaire_stop ajoute

9 *@payetaplainte.

10 *@sexisme_ordinaire_stop.



Ill.39 - Témoignages sous forme de captures d'écran.

39a. @sexisme_ordinaire_stop, publication Instagram, 4 avril 2023, slide 1.

39b. @sexisme_ordinaire_stop, publication Instagram, 4 avril 2023, slide 2.

39c. @lempecheuse, publication Instagram, 23 janvier 2023, slide 1 sur 2.

39d. @pracisees_vs_grindr, publication Instagram, 24 août 2022, slide 1 sur 3.
[?] Miguel Shema, administrateur du compte, est étudiant en médecine et auteur pour le *Bondy Blog*.

une page de titre précédant les captures d'écran, ce qui donne une cohérence thématique et harmonise visuellement le compte en créant un motif de damier.

La capture d'écran de messagerie privée est une des manières courantes de publier des témoignages sur Instagram. Dans certains cas, il s'agit d'une capture d'une application tierce, enregistrée par les témoignante*s et envoyée aux recueillant*e*s pour publication. C'est le cas des témoignages publiés sur le compte Instagram @p_racisees_vs_grindr, administré par Miguel Shema¹¹. @p_racisees_vs_grindr est un recueil de captures d'écran de messages racistes reçus sur Grindr¹². Pour ce type de compte, la capture d'écran a deux intérêts. D'une part, elle permet de rendre compte aisément d'une conversation dans son entier : dans le cas de @p_racisees_vs_grindr, le racisme des messages reçus par les témoignante*s n'est pas toujours contenu dans un seul message, plusieurs échanges sont reproduits. D'autre part, la capture d'écran permet de conserver des indices de l'origine de la conversation : Grindr est reconnaissable aux fonds bleus et jaunes des bulles de message (I11. 39d).

D'autres captures d'écran, plus répandues dans le corpus, proviennent de la messagerie privée d'Instagram, reconnaissable aux bulles sans appendice. Dans ce cas, les témoignante*s rédigent leur récit et l'envoient en message privé aux recueillant*e*s, qui effectuent une capture d'écran pour publier le témoignage sur leur compte.

Pour les lectureuses de ces témoignages, le point de vue suggéré diffère en fonction du type de capture d'écran. Dans les publications de capture de conversations entre la témoignante* et une tierce personne, comme sur @p_racisees_vs_grindr, nous avons accès à la conversation telle qu'elle se déroule pour la témoignante* : nous la lisons avec le point de vue des destinataires des propos racistes. Dans le cas des publications de captures d'écran des messages privés des témoignante*s aux recueillant*e*s, comme sur le compte @sexisme_ordinaire_stop, nous lisons le message du point de vue de la recueillant*e, comme si nous recevions aussi ce récit.

Ces posts montrent rarement la réponse de la recueillant*e, ce qui peut donner à la lecture l'impression d'une bouteille à la mer, d'un récit resté sans réponse

11 Ce compte fait partie du corpus de thèse de Jaércio Da Silva, *Un concept sur la toile. Circulation et traduction à bas bruit de l'intersectionnalité*, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université Paris-Panthéon-Assas, Paris, 2022.

12 Application de rencontres destinée aux hommes homosexuels et bisexuels.

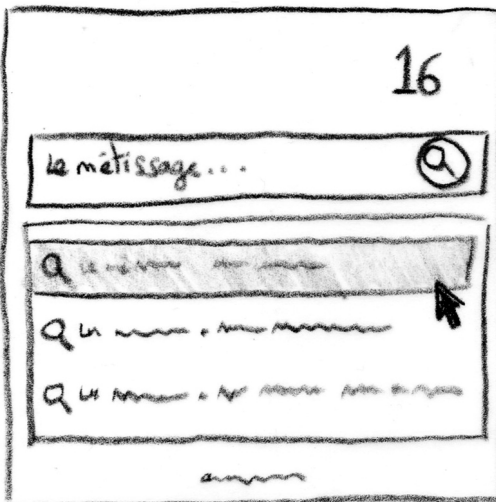
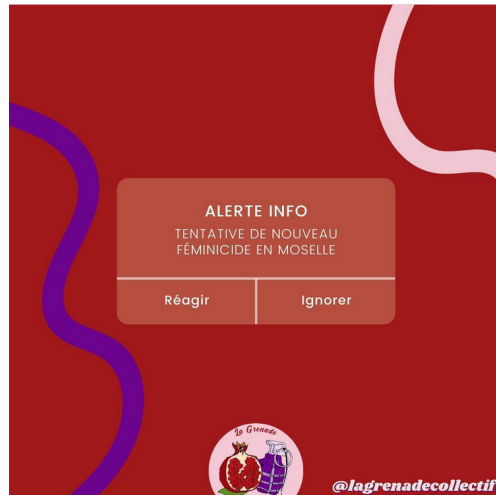
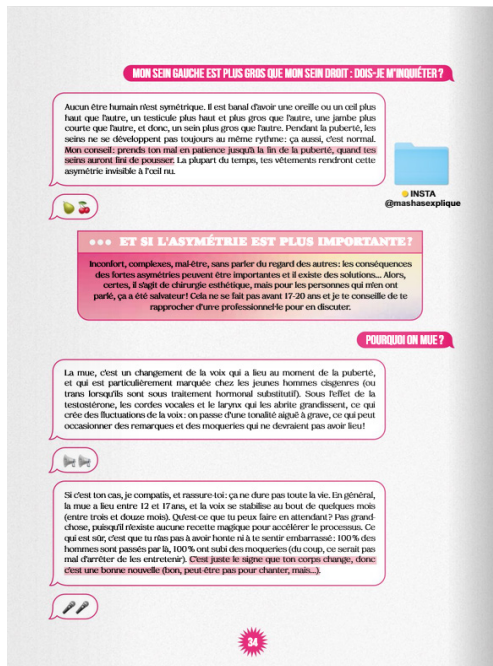
– impression renforcée par l’anonymat. Cela peut contribuer à une habitude des abonnés et lectrices de répondre en commentaire, comme pour poursuivre la conversation.

La capture d’écran apporte également une sensation d’authenticité, de vérité : nous lisons le message tel qu’il a été reçu. Toutefois, l’immédiateté de la capture d’écran est parfois une apparence. @sexisme_ordinaire_stop explique que les captures d’écran visibles dans ses posts ne sont pas toujours publiées telles qu’elles sont reçues. La recueillante opère des coupes – après avoir prévenu les témoignantes – et corrige les fautes d’orthographe¹³. Les longs messages forment en effet un rectangle de texte trop étroit et haut pour être lisible en format carré, et les morceler les rend plus aisés à capturer et à publier. Pour faire ces corrections et découpages tout en préservant le visuel d’une interface de messagerie, @sexisme_ordinaire_stop copie les messages, les corrige et se les envoie à elle-même avec un second compte. L’envoi permet de lire le message comme destinataire et non uniquement comme expéditrice, ce qui conserve les couleurs et le placement de la bulle de message.

Cette opération de correction et de recapture nous amène vers des pratiques qui ne sont pas à proprement parler des captures d’écran, mais s’en rapprochent en termes d’effet produit. On retrouve sur certains comptes Instagram une représentation de portions de fenêtre et éléments d’interface des smartphones – iPhone notamment – qui miment une conversation par messagerie, une recherche sur internet, ou encore une fenêtre de notification (I11.40). Cet écran dans l’écran crée une familiarité qui attire le regard : sur @stopgrossophobie, Shérazade Leskir¹⁴ utilise une imitation de notification de rappel pour mettre un page un message à la deuxième personne du singulier (I11.40b). Reprendre ces éléments d’interface permet aussi de renvoyer la lectrice à ses propres usages numériques pour les questionner : @lagrenadecollectif publie une image imitant une fenêtre de notification sur un smartphone, sur laquelle on peut lire « tentative de nouveau féminicide en Moselle » (I11.40c). Les boutons ouvrir/fermer, ou accepter/refuser, sont remplacés par les options réagir/ignorer. L’image est

13 *@sexisme_ordinaire_stop.

14 Shérazade Leskir est créatrice de contenus de sensibilisation et vulgarisation sur Twitch, Instagram et TikTok sur différents enjeux féministes : validisme, grossophobie, racisme, accessibilité. Également coach diversité et inclusion, elle est autrice de l’essai à paraître *T’as un joli visage, mettre fin à la grossophobie*. linktr.ee/stopgrossophobie.



Ill.40 - Imiter les interfaces numériques.

40a. Camille Aumont-Carnel, *Adosexo*, Albin Michel Jeunesse, 2022. Reproduction de la page 34.

40b. Shérazade Leksir, @stopgrossophobie, publication Instagram, 21 décembre 2021. L'image imite une notification de rappel sur un smartphone, en la remplaçant par un message contre l'injonction à la minceur, s'adressant directement aux lectureuses.

40c. @lagrenadecollectif, publication Instagram, 3 juin 2021.

40d. @monfilsenrose, publication Instagram, 16 décembre 2021. [7] L'image n'est pas une imitation fidèle mais une évocation d'une interface de moteur de recherche. Les suggestions de résultat servent à annoncer le plan de la réflexion développée en légende de la publication. monfilsenrose.com.

accompagnée d'une légende appelant la préfecture de Moselle à protéger la vie de ses concitoyennes.

Délivrer ce message d'alerte sous la forme d'une imitation de notification renvoie à la passivité reprochée aux pouvoirs publics, qui peut choisir « d'ignorer » cette notification. On peut également y lire une manière de questionner la lectrice sur son usage des applications dédiées à la presse et à l'actualité, qui délivrent de l'information sous une forme brève et rapidement consommée. Ces imitations d'interfaces peuvent être reprises hors ligne, dans des ouvrages imprimés : le guide d'éducation sexuelle *Adosexo* de Camille Aumont-Carnel imite l'interface d'une messagerie pour mettre en page une série de questions-réponses sur la sexualité (Ill. 40a). Cela peut donner l'impression à la lectrice de parcourir une discussion intime entre amis, jouant la carte de la proximité et de la familiarité.

La capture d'une interface ou son imitation mettent en tension la familiarité, l'intimité de l'usage d'un smartphone avec la diffusion publique que constituent les recueils de témoignages et le partage d'information. En publiant les témoignages reçus sous forme de captures d'écran, les témoignants s'inscrivent donc dans ces explorations graphiques, modestes ou plus assumées.

5.1.3. **Longueur des témoignages**

Pour revenir aux pratiques de @sexisme_ordinaire_stop, le fait de couper et/ou de recomposer les témoignages révèle une contrainte de format à laquelle font face les recueillant·es sur Instagram : la longueur des textes reçus. Quelques recueillant·es affichent sur leur profil une recommandation sur la longueur des textes dans leur story à la une : « vu que j'ai envie de donner la parole à tout le monde, merci d'essayer de rédiger un message plutôt court¹⁵ ». La longueur des témoignages est directement associée à la possibilité de donner la parole à un grand nombre de personnes.

Certains comptes vont plus loin dans cette contrainte de format. Plutôt que de faire une capture d'écran du témoignage reçu pour la publier, la recueillant·e copie-colle le texte du témoignage dans une application tierce, fait une capture d'écran de cette application tierce, puis la publie. @paye_ton_mansplaining fonctionne sur ce principe : les publications sur Instagram sont des captures d'écran

15 @pas_golri, story à la une « NOTICE BIS », juillet 2020. Texte blanc sur fond noir.

de tweets fantômes, qui n'existent pas. Læ recueillant^e possède un compte Twitter¹⁶ vide, sans abonnements ni abonnés, qui sert exclusivement d'application de mise en page. Le format des tweets (140 puis 240 caractères) force la brièveté : « Une histoire, une expérience, une anecdote ? Envoyez un DM en 240 caractères¹⁷ ! » Les recommandations ou consignes aux témoignante^s peuvent également porter sur la structure du texte :

Vous êtes très nombreuses à nous contacter pour témoigner | Et c'est génial ! Mais pour nous faciliter la tâche | Suivez le modèle de nos publications : 1/ écrire à la deuxième personne du singulier : Tu 2/ être le plus concis possible | Merci¹⁸ !

Outre l'invitation à la concision pour « faciliter la tâche » des recueillant^{es}, on relève dans cette story une invitation à suivre un « modèle », ce qui est le cas pour 6 autres comptes. Les recommandations peuvent porter sur l'utilisation d'un pronom particulier (tu, je), les éléments de contexte (âge, lieu) ou la présence d'une amorce commune : « ça ne m'a pas fait rire quand¹⁹... »

La présence d'une structure commune à tous les témoignages n'est pas toujours due à une consigne explicite. Les témoignages du recueil *Paye Ta Shnek* comportent pour la grande majorité un lieu et un contexte, sans consigne particulière de la part d'Anaïs Bourdet. On peut supposer que les témoignante^s suivent déjà la page sur laquelle ils témoignent avant d'écrire, et procèdent par imitation. Il est également possible que les recueillant^{es} ajoutent l'amorce avant de publier, comme sur le compte @taspensea. Il se dessine un contrat tacite entre læ recueillant^e et læ témoignante^e, qui porte sur la structure et la longueur du témoignage confié. Une étude de la perception de ces règles implicites ou explicites de participation pourrait permettre d'évaluer leur perception par les témoignante^s : sont-elles vues comme contraignantes ou rassurantes ?

16 twitter.com/pmansplaining.

17 @paye_ton_mansplaining, légende récurrente des publications Instagram.

18 @danslabouchedunfille, story à la une « Témoignages », juillet 2019. Texte blanc sur fond rose, avec stickers d'illustration : cœurs, paillettes, smileys, stickers « GRL PWR ».

19 @pas_golri, story à la une « LA NOTICE », mai 2020. Texte noir sur fonds dégradé rose/orange.

Côté recueillant^{es}, @sexisme_ordinaire_stop et Marie de @taspensea expliquent qu'elles opèrent parfois des coupes dans les témoignages, afin d'aller à l'essentiel, de retirer les « longueurs » pour en venir au fait. Outre la contrainte de format, cela fluidifie la lecture. @sexisme_ordinaire_stop identifie deux types de témoinnant^{es} parmi ses messages privés : ceux qui « ont déjà réfléchi à comment rédiger²⁰ », et semblent avoir pesé et pensé leurs mots avant de les envoyer ; et ceux qui cherchent d'abord une écoute et de l'aide, peinent à trouver leurs mots. Dans un cas, le témoignage est prêt à être publié, tandis que dans l'autre la priorité est de comprendre et d'apporter de l'aide à l^æ témoinnant^e. Après cette étape, celui-ci propose parfois de reformuler son témoignage, ou se laisse guider par les propositions de l^æ recueillant^e.

Ces règles explicites ou implicites rappellent celles observées par Marion Charpenel dans des groupes de parole féministes. Réaffirmer les règles de fonctionnement « oriente les discours biographiques et joue indirectement un rôle d'encadrement des mémoires. Les propos énoncés ensuite portent la trace de ces consignes²¹ [...] ». Dans les groupes de parole, Marion Charpenel observe des invitations à s'exprimer à la première personne et à rester proche du vécu, sans analyser immédiatement la situation sous un angle féministe. La mise en perspective et la politisation des récits arrive dans un second temps, par la mise en commun des prises de parole. Le rôle de l'animatrice du groupe et celui de l^æ recueillant^e de témoignages se ressemblent : ce sont des rôles de médiation, qui aménagent un espace de parole, le structurent, et accompagnent le passage du récit personnel à la compréhension politique du vécu. Cette politisation du personnel passe dans les groupes de parole par une mise en commun, un aspect collectif de la parole.

Dans le cas des recueils de témoignages sur Instagram, l^æ recueillant^e est une figure de médiation d'autant plus importante que les témoinnant^{es} ne se connaissent pas et ne sont pas présent^{es} dans le même espace au même moment. Le sentiment de communauté et de compréhension mutuelle se construit de manière asynchrone au fil des publications, des commentaires et des échanges en privé.

20 *@sexisme_ordinaire_stop.

21 Marion Charpenel, « Les groupes de parole ou la triple concrétisation de l'utopie féministe », *Éducation et sociétés*, vol. 37, n° 1, 2016, p. 15-31.

Les contours du recueil de témoignages en ligne sont moins marqués que ceux d'un groupe de parole. Le nombre de participant·es n'est pas restreint par des contraintes de temps, de lieu ou de distribution de la parole. Les degrés de participation sont très hétérogènes : simple lecture, « like », commentaire ponctuel sous une publication, commentaires récurrents, envoi d'un témoignage à la·e recueillant·e, discussion régulière dans la messagerie privée, etc.

Une initiative de Léoparde, trop récente pour être analysée en détail ici, montre cette porosité entre recueil de témoignages et groupe de parole : pendant l'été 2023, elle crée des groupes de parole en ligne en fonction des besoins exprimés par ses abonnés : victimes d'inceste, de viol, de pédocriminalité, proches de victimes, mineures de 13 à 17 ans, majeures, groupes non-mixtes pour les femmes et pour les hommes, etc., pour un total de 53 groupes spécifiques. Chacune peut s'inscrire en votant par réaction à une story, et est ajoutée à une conversation de groupe (15 personnes maximum) sur la messagerie privée d'Instagram.

Léoparde s'entoure de 20 médiatrices pour animer et accompagner les groupes. L'initiative est très récente et il serait nécessaire de l'étudier pour elle-même afin d'en comprendre les tenants et aboutissants, car nous sortons ici largement du champ du design graphique. Toutefois, ces groupes de parole sur Instagram peuvent constituer une aide de proximité pour des victimes de violences sexuelles à priori déjà familières avec le travail de Léoparde et avec le fonctionnement de la messagerie. Cette initiative, bien que fastidieuse techniquement à mettre en place, se place au plus près du quotidien des utilisatrices de la plateforme, et peut réduire le pas nécessaire pour participer à un groupe de parole.

5.1.4. **Autour des témoignages : texte et paratexte**

Contextualiser

Dans la moitié environ des comptes de recueils de témoignages recensés (39), le récit est précédé d'une page de titre, qui a plusieurs fonctions²².

La page de titre permet d'abord de contextualiser le témoignage. Elle l'humanise en apposant un prénom/pseudo (11 comptes sur 39), une date, un lieu, un âge. Par exemple, @leoparde__ précise systématiquement « anonyme » ainsi que l'âge de la témoinante. Ces deux éléments personnifient le récit, sont des signes supplémentaires que le texte que l'on s'apprête à lire est un témoignage, ce qui permet de marquer une légère pause. @tapotepute utilise une page de titre comportant un thème et un prénom, et publie le témoignage en légende de la publication. Les légendes étant limitées à 2200 caractères, les témoignages s'étalent parfois sur plusieurs publications, le prénom servant de point de repère pour lire la suite du récit.

La plupart des recueils de témoignages sur le modèle « Paye Ta ... » accompagnent le texte d'éléments de contexte, comme le lieu dans lequel les propos ont été prononcés. On s'éloigne ici d'une page de titre à proprement parler, puisque le témoignage et le contexte sont présentés sur la même page, mais on retrouve l'idée d'un paratexte qui encadre le témoignage. Sur @payetontournage par exemple, les éléments de contexte sont visuellement distincts des propos rapportés, placés dans un cadre blanc dans la partie inférieure de la composition. Ce cadre apporte des précisions sur le lieu, « lors d'un tournage de nuit dans une forêt²³ », mais aussi sur le statut et le rapport hiérarchique des protagonistes : « le chef opérateur (étudiant) à la cheffe déco (pro) sur un tournage étudiant » (I11. 41a). Sur @payetoncouple, les éléments de contexte sont aussi placés en dessous des propos rapportés, et sont rédigés par les témoinant·es à la première personne (I11. 41b). Un renvoi vers un site de prévention complète la publication : « Si tu te poses des questions sur ta relation de couple, n'hésite pas à aller sur le chat commentonsaime.fr²⁴ ! ».

²² Notons que la page de titre n'est possible que pour les publications postérieures à février 2017, date à laquelle Instagram autorise les publications contenant plusieurs images.

²³ @payetontournage, publication Instagram, 21 juillet 2022.

²⁴ @payetoncouple, élément récurrent dans les publications du compte Instagram.



Ill.41 - Contextualiser les témoignages à l'aide de paratexte.

41a. @payetontournage, publication
Instagram, 30 juin 2022.

41b. @payetoncouple, publication
Instagram, 28 janvier 2021. [↗]

La lecture en deux temps des témoignages sous la forme « Paye Ta... » est renforcée par le fort contraste visuel entre les propos rapportés et les éléments de contexte. La phrase « je fais ça parce que je t'aime²⁵ » sur la publication de @payetoncouple ne prend son sens qu'après la lecture du contexte. Anodine en apparence, on comprend ensuite qu'elle est prononcée par un auteur de violences conjugales essayant de justifier ses actes.

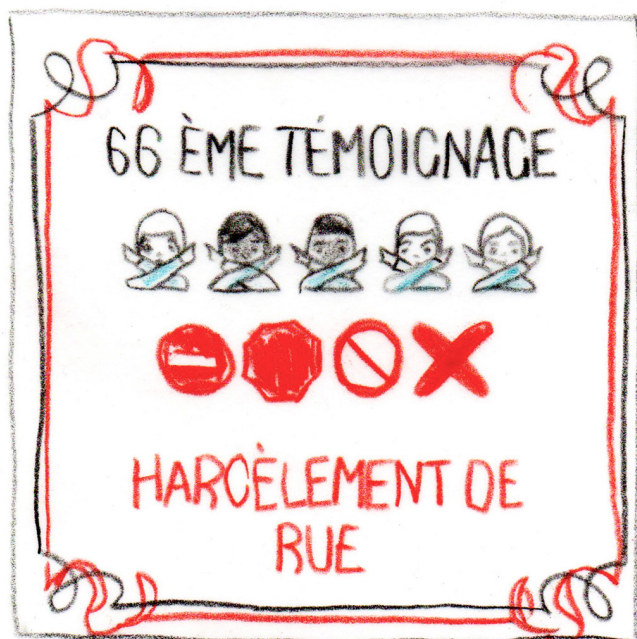
Ce découpage de la lecture crée également un passage constant du général au particulier : seule, la phrase entre guillemets peut ressembler à des propos déjà entendus ailleurs, tandis que le paragraphe de contexte singularise la situation. Les propos rapportés peuvent renvoyer la lectrice à son propre vécu et créer un écho entre lectrice et témoinne.

Avertir

La deuxième fonction possible de la page de titre est d'afficher un avertissement de contenu, qui comme son nom l'indique, avertit la lectrice des thèmes potentiellement violents abordés dans le témoignage. Certains comptes comme @pas_golri ont fait le choix d'un avertissement général dans la bio du compte, d'autres comme @leopardes font des avertissements spécifiques avant chaque témoignage. Les avertissements de contenu sont parfois précédés de la mention « TW », abréviation de « trigger warning », que l'on pourrait traduire par « attention, déclenchement ». Un trigger ou déclencheur est un détail qui peut replonger une victime de violence dans le vécu d'une scène violente, et provoquer une crise d'angoisse, des hallucinations, des pensées suicidaires ou d'autres réactions traumatiques. Le trigger warning peut être utilisé dans un message écrit, au début d'un commentaire ou d'un billet de blog par exemple. Dans le cas des recueils de témoignages, il devient un élément visuel et prend un ton tout à fait différent en fonction des choix graphiques de la recueillante.

Sur le compte @feminist_dad, le contenu du témoignage est décrit sur la page de titre à l'aide d'emojis : mains qui applaudissent pour une publication sur l'acceptation du corps, symbole d'interdiction, panneau stop et personnages croisant les bras pour un témoignage de harcèlement de rue (I11. 42a). Le sens des images est parfois ambigu : les bras croisés peuvent indiquer un avertissement avant de

25 @payetoncouple, publication Instagram, 28 janvier 2021.



Ill.42 - Trigger warning.

42a. @feminist_dad_, publication Instagram, 26 mai 2020. Page de titre précédant un témoignage. [7]

42b. @leoparde___, publication Instagram, 26 août 2023. Page de titre précédant un témoignage.

lire, presque une invitation à faire demi-tour, ou peuvent être là pour insister sur le fait que le recueillant ne cautionne pas les violences²⁶. La taille imposante des émojis, la couleur rouge et le texte gras créent une impression de danger plus que d'avertissement. @feminist_dad ajoute parfois aux émojis la mention « âmes sensibles s'abstenir²⁷ », une expression très vague qui évoque davantage le registre de l'horreur que celui du témoignage – quand bien même celui-ci serait un récit de violences.

Dans cet exemple, l'excès d'avertissement peut placer læ lectureuse dans un état d'alerte finalement peu compatible avec la posture de compréhension et d'empathie que suppose la lecture d'un témoignage. Je fonde ici cette interprétation sur mon propre ressenti et sur le contraste saisissant entre les choix graphiques de @feminist_dad et ceux d'autres recueillant^{es}, comme Léoparde.

Chez @leoparde__, la mention « TW » est indiquée à l'aide d'un personnage à l'expression de genre féminine, tenant une pancarte qui dit « TW viol » ou « TW inceste » par exemple (I11. 42b). La présence d'un personnage sympathique, la pancarte et le placement dans un coin de la publication en font une apparition rassurante. L'avertissement donne une information complémentaire importante, sans pour autant adopter un ton alarmiste et sans prendre le pas sur l'ensemble de la composition : le fond violet et le mot « témoignage » occupent la majorité de l'espace. Cet usage du *trigger warning* inscrit les recueillant^{es} dans une « éthique langagière féministe » qui suppose une attention particulière aux lectureuses, d'après la linguiste et autrice Anne-Charlotte Husson :

[L]a pratique du *trigger warning* est relationnelle et suppose de se faire une image de son interlocuteur potentiel. Cette image se fonde sur une connaissance abstraite (du public d'un blog féministe, des vulnérabilités potentielles de ce public) mais aussi sur un exercice actif de l'empathie. Il n'y a en effet pas de *trigger warning* sans représentation concrète de

²⁶ Le compte @feminist_dad n'a pas répondu à mes sollicitations pour un entretien et ne semble plus actif, ces interprétations restent des hypothèses.

²⁷ @feminist_dad, publication Instagram, 17 février 2020. On retrouve des avertissements similaires sur 5 posts du compte.

l'autre comme individu et sans projection sur l'autre de son propre seuil de tolérance²⁸ [...]

Cette éthique langagière est prolongée par ce que l'on pourrait appeler une éthique graphique, construite et pratiquée par la recueillant^e féministe, avec une attention portée aux témoignants^es et aux lectureuses.

Marque de la parole rapportée

Instagram étant conçu au départ comme un espace d'expression à la première personne, recueillir et diffuser la parole de témoignants^es implique de montrer explicitement qu'il s'agit de parole rapportée, d'autant plus lorsque les recueillant^es remettent en page les témoignages. Pour cela, plusieurs signes graphiques et typographiques sont employés : phylactères, guillemets français, guillemets anglais ouvrants. Sur @payetaplainte et @taspensea, on retrouve les guillemets anglais dès la photo de profil du compte. Si les guillemets signalent parfois les témoignages, ce n'est pas systématiquement le cas : ils sont utilisés pour accompagner des citations provenant d'ouvrages, d'articles de presse ou de discours politiques. @payetaplainte a modifié un *template* proposé par l'application Pixart, utilisée pour ses premiers posts. Elle décrit le rôle des guillemets :

[Ils] mettent un peu en avant le fait que ce sont des témoignages, que je suis... Pas un messenger, mais que je relaie juste. Le fond noir avec ces lignes-là, rouges, histoire d'être beaucoup plus imposante, je trouvais ça adapté²⁹.

Cette déclaration de @payetaplainte ne correspond pourtant pas tout à fait à son usage des guillemets dans ses publications : elle les utilise aussi bien sur les publications de témoignages que sur les publications d'information. La forme est toujours la même, des guillemets anglais blancs sur un cercle rouge. Leur usage oscille donc, entre marque de la parole rapportée et élément intégré à l'identité visuelle du compte.



²⁸ Anne-Charlotte Husson, « Éthique langagière féministe et travail du care dans le discours. La pratique du trigger warning », *Langage et société*, Vol. 159, n° 1, 3 février 2017, p. 41-61.

²⁹ *@payetaplainte.

5.1.5. **Interpeller la·e lecteur·ice**

Pour engager davantage læ lectureuse dans le récit, les témoignages peuvent être écrits à la deuxième personne du singulier. Sur @dans_la_bouche_d'une_fille par exemple, on peut lire des phrases comme :

Tu es en CM1. Avec des filles de ta classe, vous décidez de jouer au foot, contre l'avis des garçons. Ils s'énervent. Vous résistez et jouez entre vous. Ils finissent par en frapper certaines³⁰.

L'énonciation appelle læ lectureuse à se mettre à la place de la témoignante, on peut comprendre le « tu » comme une façon de dire « imagine que tu... ». Sur un compte qui sort du format du témoignage, l'autrice et réalisatrice Andréa Bescond³¹ utilise le pronom « tu » pour produire l'effet inverse et placer læ lectureuse dans le rôle de l'agresseuse.

Tu es un homme de 69 ans. Tu es actuellement sous contrôle judiciaire concernant les agressions sexuelles d'un mineur de 15 ans en 2022³².

Ce choix de pronom est affirmé dès la bio comme un élément essentiel du parti-pris du compte. L'horreur et la gravité du récit sont accentuées par la mise en page du texte en blanc sur fond noir, centré et découpé en phrases courtes avec des retours à la ligne fréquents.

On retrouve des effets de découpage du texte plus marqués encore sur le recueil @cetaijuste, décrit par søn créateuse comme un recueil d'« Histoires de ceux qui n'ont PAS subi le viol | Mais juste (!!!) | Les multiples visages des violences sexuelles³³ ». Les témoignages commencent par l'anaphore « C'était juste » qui apparaît en première page. Les témoignages sont très courts, une à deux phrases, et sont découpés en passages de quelques mots étalés sur 2 à 8 pages. Læ lectureuse doit faire défiler les pages pour lire le témoignage dans son entier, et la légère pause dans la lecture à chaque page accentue la gravité du récit, crée une

³⁰ @dans_la_bouche_dune_fille, publication Instagram, 26 avril 2022.

³¹ Andréa Bescond écrit et interprète la pièce *Les chatouilles ou la danse de la colère* en 2014, puis l'adapte au cinéma en 2018 avec son coréalisateur Eric Métayer. *Les Chatouilles* est une œuvre autobiographique sur une enfant victime de violences sexuelles.

³² Andréa Bescond, @andrea_bescond, publication Instagram, 25 juillet 2023.

³³ @cetaijuste, bio du compte Instagram à la date du 1^{er} août 2023.

forme de suspense qui cause un malaise. On peut interpréter ce choix de mise en page comme une manière de rendre visible la gravité de ces faits de violences sexuelles, minimisés lorsque ce sont « juste (!!!)³⁴ » des agressions et non des viols.

On comprend à travers ces choix d'énonciation et de découpage du texte que les interventions de læ recueillant^e visent à renforcer le message du témoignage. Dans la section suivante, nous nous intéressons aux modalités graphiques de deux formes d'accompagnement de la parole : la qualification des faits dont il est question dans les témoignages, et l'illustration des témoignages. Cela nous mènera plus largement à des questionnements sur la place de l'image dans les comptes féministes étudiés.

34 @cetaijuste, bio du compte Instagram à la date du 1^{er} août 2023.

5.2. *Accompagner la parole des témoignant·es*

5.2.1. **Qualifier les faits**

Coller, c'est nommer

La prise de parole féministe s'accompagne d'un besoin de nommer, de « qualifier les faits³⁵ », et l'histoire du mot « féminicide³⁶ » nous offre une bonne entrée en matière à ce sujet. Les colleureuses féministes ont fortement contribué à la démocratisation de ce terme dans le paysage médiatique français. Le mot de « féminicide » naît en Amérique du Nord, où Diana Russel le formule dans les années 1970, et fait l'objet d'un premier ouvrage anthologique en 1992 : *Femicide. The Politics of Women Killing*³⁷. Il est ensuite réemployé par les féministes latino-américaines dans les années 1990, qui donnent au terme sa force politique et

35 @qualifierlesfaits, nom d'un compte Instagram secondaire qu'Emy (@faitsminisme) consacre à la rectification de titres de presse.

36 Meurtre d'une femme en raison de son genre. Le terme « genre » est ici préféré à celui de « sexe » afin d'inclure dans la définition les meurtres de femmes trans, et souligne que cette forme extrême de violence est ancrée dans un système de domination qui ne repose pas sur la biologie.

37 Diana E. H. Russell et Jill Radford, *Femicide: the politics of woman killing*, Buckingham, Open University Press, 1992.

son impact international³⁸. S'il existe des discussions sur la pertinence du terme « féminicide » en matière juridique³⁹, c'est son usage militant qui nous intéresse ici. Parler de féminicide sur la place publique insiste sur la spécificité de cette violence, sur « son caractère misogynne et son ancrage dans les rapports de domination⁴⁰ », et permet de « retourner l'offense et la honte subies par les femmes agressées contre les appareils d'État⁴¹ ».

C'est précisément ce qui se joue dans le mouvement des collages contre les féminicides. Saule explique la responsabilité particulière pour les colleureuses de trouver les mots justes :

[J]e pense que sur ces sujets [de violences sexistes et sexuelles], les groupes féministes sont les seuls qui apportent des définitions de plein de trucs, qui disent « ça existe, ça veut dire ça ». On a une responsabilité monstre, parce que les gens ne peuvent découvrir certaines choses que par nous. Et du coup il faut qu'on fasse le mieux possible, parce que si on le fait mal et que c'est le seul lien que les gens peuvent avoir avec certains mots, une certaine définition, et que notre définition n'est pas correcte, ça pose problème. Je pense qu'il y a des gens qui le font très bien, il faut réfléchir, il ne faut pas le prendre à légère⁴².

Cette responsabilité se reflète dans la discussion collective autour de la recherche de slogans. Laura Zinzius explique le fonctionnement adopté par les colleureuses lyonnaises, qui utilisent une liste évolutive de slogans approuvés : « les militant·es peuvent proposer de nouveaux slogans sur la plateforme numérique, mais ils doivent être *likés* par au moins 4 personnes et n'avoir aucun *dislike*. Si c'est le cas, le slogan est ajouté à la liste et sera collé dans les rues de Lyon⁴³ ».

38 Pauline Delage, Delphine Lacombe, Marylène Lieber et Magali Mazuy, « De la violence létale contre les femmes à la violence féminicide. Genèses et mobilisations », *Cahiers du Genre*, vol. 73, n° 2, 2022, p. 5-31.

39 Catherine Marie, « Condamner le féminicide sans le nommer », *Travail, genre et sociétés*, n° 43, n° 1, 30 mars 2020, p. 161-165 ; Cyrille Duvert, « Féminicides : le poids des mots », *Esprit*, Janvier-Février, n° 1-2, 2020, p. 22-25.

40 Pauline Delage, Delphine Lacombe, Marylène Lieber et Magali Mazuy, « De la violence létale contre les femmes à la violence féminicide »

41 Marylène Lapalus et Mariana R. Mora, « Fémicide/féminicide. Les enjeux politiques d'une catégorie juridique et militante », *Travail, genre et sociétés*, n° 43, n° 1, 30 mars 2020, p. 155-160.

42 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

43 Laura Zinzius, « Les collages féministes : une pratique en trois temps. Matérialité, performativité et ethos », Namur, Fabula, 2023.

Outre ces documents, les sessions collectives de peinture sont aussi l'occasion pour les colleuses de réfléchir ensemble à la formulation d'un slogan. Saule décrit une recherche de ton parfois délicate, à travers laquelle l'on tente « de tourner [la formulation] pour que ce soit compréhensible et pas édulcoré⁴⁴ ».

Il poursuit :

C'est là qu'on doit être factuelles, c'est ça qui nous manque. Parce que tout le reste on l'a, le flou on l'a. Tu vois, je ne renie pas du tout la poésie parce que j'adore ça, mais dans un slogan c'est trop court. Quand c'est court, je pense qu'on se doit d'être le plus pédagogue possible. Moi en tout cas ce dont j'ai besoin sur les questions de violence, notamment de violences conjugales, amicales, sexuelles, c'est de trucs clairs, précis, percutants. J'ai besoin qu'on me dise « là c'est de la violence ». C'est mon besoin à moi, [...] je ressens vraiment un manque, un flou aussi, volontaire je pense, de la société et des agresseurs en général : on ne caractérise pas⁴⁵.

Le discours de Saule éclaire différemment les choix graphiques des colleuses. Outre la grande visibilité des collages, qui leur donne un aspect frontal et inévitable dans l'espace public, les lettres capitales noires sur fond blanc prennent le parti de la plus grande clarté. Les mots sont parfaitement lisibles, les phrases sont courtes voire réduites à des équations, par exemple « forcer à faire l'amour = viol⁴⁶ ».

Les colleuses peuvent également accompagner les collages d'éléments explicatifs. Dans la rue, cela prend la forme d'une feuille A4 avec du texte manuscrit ou tapuscrit, qui apporte du contexte au slogan – circonstances de la mort d'une victime de féminicide, actualité politique – ou donne la définition d'un mot méconnu du grand public. Les colleuses de Lyon emploient parfois cette technique. Sur une photographie de collage publiée sur Instagram le 31 janvier 2021⁴⁷, on peut voir le slogan « *stealth* = viol », accompagné de feuilles A4 manuscrites qui donnent la définition du *stealth* : l'acte de retirer un préservatif pendant l'acte sexuel, en le dissimulant à son partenaire.

44 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

45 **Ibid.*

46 @collages_feministes_stetienne, publication Instagram, 18 décembre 2020.

47 @collages_feministes_lyon, publication Instagram, 31 janvier 2021.

Sur Instagram, les colleureuses accompagnent parfois les photos des collages de textes informatifs : @collages_feministes_stetienne publie de longues légendes qui complètent les photos des slogans.

Bien que l'on s'intéresse ici à la façon dont les témoignages sont capturés, mis en page et diffusés, le rôle de recueillant^e dépasse largement ces opérations. Il s'agit également d'un rôle d'écoute des témoignants^{es}. Plusieurs textes issus de l'ouvrage *Notre colère sur vos murs*⁴⁸ reviennent sur la façon dont Collages Féminicides Paris (CFP) s'organise pour répondre aux témoignages et aux appels au secours d'internautes, victimes de violences sexuelles, conjugales et/ou familiales, qui affluent sur Instagram. Pour Noémie Lextray, le choix des victimes de demander de l'aide à CFP plutôt qu'à un autre organisme s'explique par trois caractéristiques : une visibilité dans le paysage féministe sur Instagram, une identification forte comme « mouvement structuré, pertinent et en capacité de proposer son aide », et une disponibilité des militant^{es}, puisque « aucun message n'est laissé sans réponse, nos abonnés savent qu'on leur répondra⁴⁹ ». Tal Madesta ajoute que ce rôle d'accompagnement des victimes constitue un « glissement » par rapport à la démarche initiale du collage : ce rôle imprévu est nécessaire pour répondre aux besoins des témoignants^{es}, mais symptomatique des « défaillances de l'État⁵⁰ » dans la prise en charge des victimes de violences.

Il m'est difficile de mesurer l'importance de ce rôle d'écoute et d'accompagnement pour d'autres groupes de colleureuses en France, car les entretiens n'étaient pas centrés autour de cette question. Toutefois, le discours de Servane sur les échanges avec les abonnés du compte @lagrenadecollectif rejoint l'observation de Noémie Lextray sur la disponibilité pour répondre aux messages. La Grenade tient à répondre à tous les messages – sauf les messages insultants ou ceux qui se perdent à cause de dysfonctionnements de messagerie – et à entretenir une proximité avec ses abonnés, ce qui passe par la régularité et le ton familier des publications⁵¹.

48 Collages Féminicides Paris, *Notre colère sur vos murs*, Paris, Denoël, 2021.

49 Noémie Lextray, « Au-delà d'une communauté, la création d'un réseau d'acteuices complémentaires », dans *Notre colère sur vos murs*, Paris, Denoël, 2021, p. 170.

50 Tal Madesta, « L'inattendu : quand CFP devient un acteur de dernier recours pour venir en aide aux victimes », dans *Notre colère sur vos murs*, Paris, Denoël, 2021, p. 174.

51 *Servane, La Grenade collectif féministe, @lagrenadecollectif.

Le choix des victimes de se tourner vers CFP peut également être motivé par un sentiment fort de vécu partagé : CFP reçoit davantage de messages après la publication de collages dits « long format », qui ne sont pas des slogans mais des témoignages, rédigés à la première personne⁵². On retrouve un phénomène similaire dans les récits de Léoparde, @violences_women et @sexisme_ordinaire_stop, ce qui suggère que la lecture de témoignages est un facteur important dans le choix des victimes de témoigner à leur tour et/ou de demander de l'aide. En s'exprimant publiquement sur Instagram à propos de sujets comme les violences sexuelles, les inégalités salariales ou le sexisme ordinaire, les créateurices-auteurices de comptes Instagram féministes peuvent être perçues comme des expertes et des personnes de confiance, auprès desquelles il est possible de demander de l'aide ou de raconter sa situation. En d'autres termes, il apparaît que prendre la parole suppose aussi d'apprendre à la recueillir.

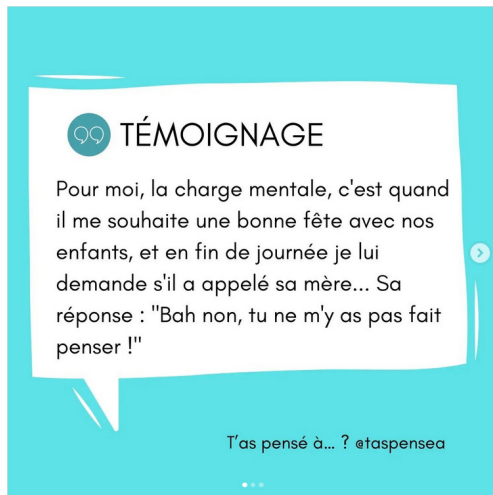
Aider les témoinnant·es à nommer leur vécu

Sur @taspensea, les posts sont toujours construits sur le même modèle : le témoignage à proprement parler apparaît sur la première page, et les suivantes expliquent ce qui relève de la charge mentale dans le récit publié (111. 43a).

Le texte est toujours en noir sur fond blanc, mais la couleur d'accent change à chaque publication, parmi une quinzaine de nuances. Les couleurs n'ont pas de signification thématique particulière, les administrateurices du compte les choisissent en fonction de l'harmonie visuelle de l'ensemble. Dans la publication, la séparation entre témoignage et texte d'explication est bien identifiée : le texte du témoignage est dans une bulle, précédé de guillemets anglais et d'un titre « témoignage » tout en capitales. Ces 3 éléments redondants appuient le passage au discours direct. Le texte d'explication est bien découpé en paragraphes, quelques mots sont mis en emphase en gras et le texte est justifié contrairement à celui du témoignage. La couleur d'accent est reprise sous forme de fin cadre coloré. La longueur du texte d'explication est variable, d'une à six pages.

La légende s'adresse aux lectureuses et potentielles commentateurices du témoignage, invitant à la bienveillance et au respect de la témoinnant^e (une femme dans la très grande majorité des cas) : « Évitez les commentaires « y a qu'à » et « faut qu'on ». Chaque situation est bien plus complexe que ce que

52 Tal Madesta, « L'inattendu », p. 176.



I11.43 - @taspensea.

43a. Publication Instagram, 1^{er} juin 2023, slides 1 et 2.

43b. Publication Instagram, 9 septembre 2022. Mise en page et habillage graphique des publications avant la refonte de l'identité visuelle fin septembre 2022.

le témoignage laisse transparaître⁵³ ». Marie, recueillante et coadministratrice du compte @taspensea avec une équipe de bénévoles, explique l'importance du texte d'explication :

Il y a beaucoup de témoignages qui mettent vraiment l'accent sur les actions, l'exécution des tâches, et ne verbalisent pas vraiment la charge mentale, mais en fait elle est là. Donc c'est pour mettre l'accent là-dessus aussi⁵⁴.

La charge mentale étant par définition une forme de travail invisible, elle est difficile à raconter, et les témoignantes font souvent le récit d'une action dans laquelle cette charge est sous-entendue mais pas explicite.

La charge mentale c'est quand notre fils a RDV chez le médecin et que je note sur un post-it le traitement qu'il a déjà pris⁵⁵ [...]

Le rôle du texte d'explication est de décortiquer ce qui relève de la charge mentale dans ce témoignage, et de fournir quelques informations en rapport avec la santé des enfants. Le post se conclut par la recommandation d'un autre compte sur la charge mentale.

Ce travail de rédaction et de synthèse est conséquent et oriente aussi les choix de témoignages à publier. En effet, Marie explique que l'équipe de recueillantes reçoit via le formulaire (disponible en *bio*) un trop grand nombre de participations, toutes ne sont pas publiées⁵⁶. Les recueillantes sélectionnent donc les témoignages, soit en fonction d'une thématique précise – comme la fête des mères au mois de mai – soit en fonction du caractère inédit du témoignage, si un sujet a été peu abordé :

Ça m'arrive personnellement de choisir des témoignages sur lesquels je n'ai pas vraiment d'idée, justement pour le prendre comme une occasion d'apprendre, de réfléchir de manière différente⁵⁷.

53 @taspensea, légende récurrente sous les publications Instagram du compte.

54 *Marie, @taspensea.

55 @taspensea, publication du 18 janvier 2023, slide 1.

56 *Marie, @taspensea.

57 **Ibid.*

Il s'agit pour Marie de « casser » l'aspect répétitif du recueil et de la publication des témoignages. Elle choisit des sujets qu'elle connaît peu, aime répondre aux sollicitations des médias, étudiant·es et chercheur·es, et aime également le travail de mise en page. Fin septembre 2022, elle a proposé une refonte des publications (I11. 43b) pour laisser plus de place au témoignage et « dynamiser » la mise en page, « avoir chaque jour un petit truc dans la forme qui change⁵⁸ ». Les variations introduites sont minimales, 3 formes et 2 orientations possibles de bulle (appendice en haut ou en bas), mais permettent d'apporter de la souplesse dans la mosaïque de posts.

On peut comparer la démarche de @taspensea à celle de @sexisme_ordinaire_stop. L'éthique du recueil dépend aussi de la taille du compte : 187 000 abonnés pour @taspensea qui existe depuis novembre 2018, 17 200 abonnés pour @sexisme_ordinaire_stop, lancé en août 2020⁵⁹. Le premier a été lancé par Coline Charpentier, qui a laissé la place au bout de deux ans à une petite équipe de bénévoles dont Marie fait partie. 3 personnes s'occupent des publications au moment de l'entretien. @sexisme_ordinaire_stop est administré par une seule personne. @taspensea fonctionne avec un formulaire dans lequel les témoignante·s rédigent leur récit. Ils sont invité·s à laisser leurs coordonnées mais sont en pratique rarement contacté·s et ne reçoivent pas de nouvelles sur la publication de leur témoignage. Au contraire, @sexisme_ordinaire_stop reçoit les témoignages directement via sa messagerie privée et choisit de publier tous les témoignages reçus. Elle les organise de manière thématique, chaque publication pouvant contenir plusieurs témoignages. Les publications commencent toujours par une page de titre, qui comporte le mot « Témoignages » suivi de la thématique abordée. Cette page de titre fait également office d'avertissement de contenu, dans le cas de témoignages titrés « pédocriminalité/ inceste⁶⁰ » par exemple.

58 *Marie, @taspensea.

59 Chiffres de septembre 2023.

60 @sexisme_ordinaire_stop, publication Instagram du 22 avril 2023, slide 1.

L'administratrice du compte, dans son rôle de recueillante, attribue elle-même ces thématiques aux témoignages reçus. Elle s'appuie sur son expérience et son interprétation personnelle pour poser des mots et catégories sur la parole des témoignants, qui ne qualifient pas toujours leur vécu :

Souvent, elles m'envoient des messages sans dire les choses. Je leur dis, il faut nommer les choses. Je reçois beaucoup de témoignages où les personnes me disent « caresser », « subi des attouchements ». [...] Il y a des MOTS, il FAUT utiliser les mots. Ça m'a vraiment... Oui ça m'a frappée, je me suis dit, putain c'est vrai. Et donc je leur dis toujours : ce n'est pas un attouchement, c'est une agression sexuelle qu'il t'a faite, et ce n'est pas normal, c'est puni par la loi. Ce n'est pas pour autant que je change le contenu de leur témoignage, mais il y a un échange⁶¹.

La recueillante adopte un rôle de visibilité et de qualification des faits, par l'emploi de mots parfois plus forts que ceux de l'émouvant.

Corriger le vocabulaire

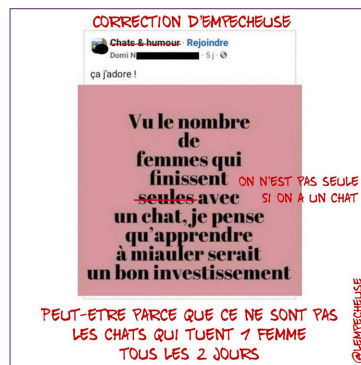
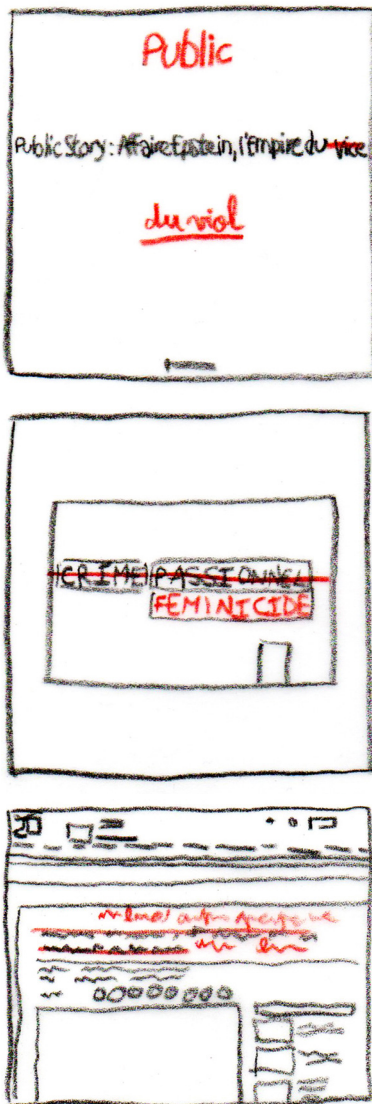
Qualifier les faits, inciter à employer les « bons » mots, passe aussi par l'acte de corriger, qui forme un registre graphique particulier dans le paysage. Hélène Breda parle de « correction artisanale » des titres de presse, signe d'une « appropriation pas le bas des moyens d'information⁶² ». Un petit corpus de comptes Instagram opérant ces corrections artisanales confirme l'usage récurrent de la couleur rouge pour barrer et rectifier les titres de presse (I11. 44).

Sur @qualifierlesfaits, le texte est barré proprement, avec ajout d'une correction dans un cadre rouge avec une police à empattements, la même que celle qu'utilise Emy dans ses stories. (I11. 44e). La couleur rouge, très visible, insiste sur l'opposition avec le texte corrigé et amène une connotation scolaire : le texte est traité comme une mauvaise copie, corrigée par les internautes.

Cet aspect est poussé plus loin par les choix de police de caractère : un effet marqueur sur le compte de @lempecheuse (I11. 44d), une cursive très régulière

61 *@sexisme_ordinaire_stop.

62 Hélène Breda, *Les féminismes à l'ère d'Internet : lutter entre anciens et nouveaux espaces médiatiques*, Bry-sur-Marne, INA Éditions, 2022, p. 61.



Ill.44 - Corriger le vocabulaire.

44a. @lesathenien.nes, publication Instagram, 16 janvier 2022. [↗]

44b. @collages_feministes_bordeaux, publication Instagram, 9 février 2022. [↗]

44c. @lefeutreroige, publication Instagram, 25 avril 2018. [↗]

44d. @lempechuse, publication Instagram, 2 avril 2022.

44e. @qualifierlesfaits, publication Instagram, 14 septembre 2020.

agression qui participe à renforcer la culture du viol

Donc je vais me taire et vous suggérer d'écouter à la place les femmes et les féministes

Je suis le moins bien placé, mais je le pense ce qui est trop souvent vu comme un acte banal est une erreur que je ne puis faire. Peu importe qui nous sommes. Je ne suis pas fier de cette situation et espère servir d'exemple à ne pas suivre

Systémiquement portée par les dominants, dont je fais partie

ce comportement de prédateur et j'ai beaucoup de choses à apprendre



Aimé par dora: 1. Les "vraies" féministes vs "le Wokistan" marguerite_stern Aujourd'hui, beaucoup de « féministes » défendent le voilement, et donc l'effacement et l'hypersexualisation des femmes. 2. Islamophobie again Avec cette photo, je veux dire que les femmes qui sont forcées à porter de tels instruments de torture, sont des esclaves. Relier cette horreur qu'est le voilement à une forme d'émancipation est une insulte à ces femmes. L'esclavage n'est pas ta liberté. 3. Analogie honolulua pt. 2. 4. Les contradictions chez les TERF Je suis lassé que l'on prenne des concepts pour les renverser et changer leur sens. Les hommes ne seront jamais des femmes. L'exploitation sexuelle ne sera jamais un métier. Etre condamnée à l'effacement ne sera jamais synonyme de liberté.

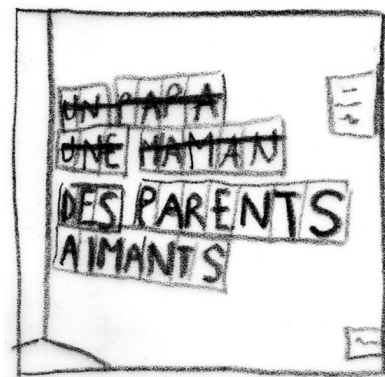
Le style antoine & cili puis s'inspire dans les manières traditionnelles et ethniques de servir des femmes du mandentier

Lindo, KAF, opa, l'Amérique latine comme un négligé tout en métal & made dans la même bar

lui souffrent leur mix and match tout en couleurs et mélanges de motifs

La mode chez Antoine & Cili est hors du temps toujours très féminine, haute en couleurs et originale

Au gré des collections, c'est une invitation au voyage une invitation à parler des ailleurs, des savoir-faire, des couleurs, et à se réjouir d'être une femme joyeuse libre, avec toujours un petit grand frère!



Corriger le vocabulaire - suite.

44f. @dou.interjection.
dexasperation, publication Instagram,
11 septembre 2020, slide 9/9.

44g. @spicydevis, publication
Instagram, 3 août 2020, slide 2. [↗]

44h. @meufgenante, story à la une
« about ms », 21 octobre 2021.

44i. @collages_feministes_lyon,
publication Instagram, 1^{er} mars 2021. [↗]

et scolaire chez @les.athenien.nes (I11. 44a), ou même une écriture manuscrite au doigt ou à la souris chez @lefeutreroige (I11. 44c).

La correction comme principe graphique peut produire un slogan qui fonctionne de manière autonome, détaché de sa présence dans la presse : on trouve sur Instagram plusieurs occurrences du slogan « ~~CRIME PASSIONNEL FÉMINICIDE~~ », comme ici à Bordeaux (I11. 44b), ou une correction du slogan de La Manif Pour Tous : « ~~UN PAPA UNE MAMAN DES PARENTS AIMANTS~~ » à Lyon (I11. 44i).

Certaines corrections se meuvent en décorticage complet d'un texte : les autrices du compte @spicydevis corrigent la présentation de la marque de vêtements Antoine et Lili, rendant visible l'imaginaire exotisant de la marque (I11. 44g). La police cursive renforce l'aspect de correction scolaire, tout en renvoyant à l'identité visuelle de la marque, qui utilise une cursive rose sur son site internet. La correction graphique prend ici une tournure ironique et cynique. En grossissant volontairement le trait, en retirant les euphémismes, elle rend visible de manière didactique le racisme ordinaire présent dans le discours de la marque.

Les stories Instagram sont bien adaptées à ces pratiques de correction, en centralisant toutes les fonctionnalités nécessaires : importer une image, l'annoter avec un dessin au doigt, ajouter du texte, mettre éventuellement un lien vers le texte original. Allant de la correction à l'analyse, @meufgenante décompose dans une story à la une en octobre 2021 les propos de la militante femelliste Marguerite Stern. Elle annote la capture d'écran avec plusieurs couleurs, ce qui facilite la séparation et l'identification des différents arguments (I11. 44h).

@dou.interjection.dexasperation utilise le même principe dans une correction du communiqué de Roméo Elvis, visé par une plainte pour agression sexuelles (I11. 44f). On reconnaît les couleurs par défaut proposées en story, et la police monospace⁶³.

La correction artisanale d'articles de presse, la réutilisation de la correction comme slogan, le décorticage annoté de textes, sont complétés d'un quatrième type de correction : le détournement et la réécriture de campagnes gouvernementales. Le détournement est une pratique courante, mobilisée aussi bien par

63 Une police monospace ou à chasse fixe est construite de façon à ce que tous les caractères (y compris l'espace) occupent un espace de même largeur. Exemple : Courier, IBM Plex Mono (ici utilisée pour les renvois des figures). Instagram propose pour la mise en page des stories une variété de polices, dont une monospace.

les internautes que pas les associations : E-laïcité corrige la campagne 2019 du ministère de l'éducation nationale sur la laïcité⁶⁴, le média *Contre-Attaque* parodie la récente campagne de prévention sur la consommation d'alcool chez les jeunes⁶⁵. En Mars 2021, après la diffusion d'une affiche de prévention de la police nationale sur l'envoi de nues⁶⁶, l'association de lutte contre les cyberviolences sexistes et sexuelles Stop Fisha publie sur Instagram et Twitter sa propre version de l'affiche, la mettant en regard avec l'originale (I11. 45b). L'association modifie le texte pour passer d'un discours centré sur la personne qui envoie la photographie, potentielle victime de *revenge porn*⁶⁷, à un discours qui remet la responsabilité sur le destinataire : « Tu as reçu son nude. Très bien, cependant n'oublies pas [sic] que le revenge porn est passible de deux ans d'emprisonnement ». Sur une deuxième version, on peut lire : « Il a bien reçu ton nude. Et vu qu'il te respecte, il ne l'enverra à personne ». Seul le texte change, la mise en page, les illustrations et les logos de la Police Nationale et du ministère de l'Intérieur sont conservés. En procédant par imitation plutôt que par correction, l'image insiste sur ce qui aurait pu et dû être dit, plutôt que sur les erreurs de la version originale. Cela crée une forme de réalité alternative : l'image ne peut pas passer pour vraie lorsqu'on la regarde attentivement, mais peut créer le doute lorsqu'on la survole en passant parmi un flux d'images, comme c'est le cas sur Instagram.

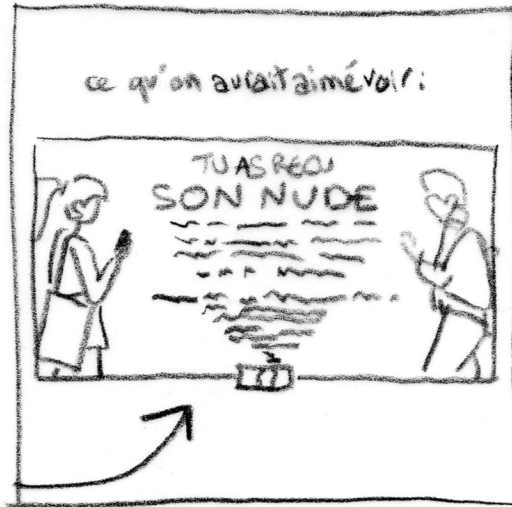
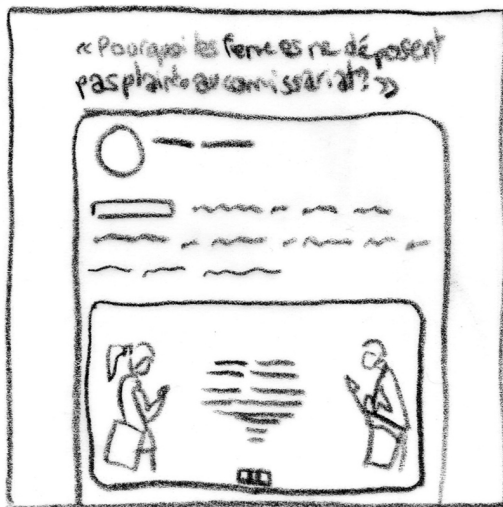
L'association Héroïnes 95 mène de nombreuses actions de prévention des violences sexistes et sexuelles dans les lieux festifs, et a notamment lancé la campagne #MeTooGHB dans le cadre de la lutte contre les agressions sexuelles par soumission chimique. En février 2022, l'association publie une série de posts sur les campagnes de prévention, rassemblant une analyse des supports du « plan anti-GHB » du ministère de l'Intérieur, un passage en revue des campagnes d'autres associations féministes, et des conseils aux rédacteuices de supports de prévention (I11. 45a). L'une des images isole un pictogramme représentant un verre à cocktail, présent à plusieurs reprises sur les brochures. Le pictogramme est présenté dans un cadre, sur un chevalet, avec une bannière « ceci n'est pas responsable d'une agression ». La publication est légendée avec humour

64 e-laicite.fr/2019/09/02/campagne-laicite-a-lecole.

65 contre-attaque.net/2023/09/27/boire-daccord-mais-avec-largent-public.

66 Autoportrait dénudé envoyé en privé par une application de messagerie.

67 « Fait de rendre publiques, sans le consentement de la victime, des images ou propos à caractère érotique échangés dans un cadre privé. » Définition du Ministère de l'Intérieur et des Outre-Mer. interieur.gouv.fr, rubrique « Ma sécurité ».



Ill.45 - Critique et correction de campagnes de sensibilisation.

45a. @heroines95, publication Instagram, 27 février 2022, slide 2.

45b. @stopfisha, publications Instagram, 7 mars 2021. [↗]

« la trahison des images », en référence au célèbre tableau à la pipe du peintre français Henri Magritte. Cette composition décalée sert d'introduction à l'analyse, dans laquelle l'association explique que l'image du verre efface la présence de l'agresseur et le déresponsabilise. Héroïnes 95 propose des visuels qui remettent l'agresseur au centre du propos, en le représentant en photo ou par des pictogrammes, avant, pendant et après l'agression.

5.2.2. **Représenter les violences, illustrer les témoignages**

Comme nous l'avons vu précédemment, la posture de recueillant·e se construit à travers les choix graphiques qui donnent au compte le ton souhaité, avec une recherche d'équilibre entre sérieux et familier, entre gravité et apaisement. Cette recherche du juste ton est visible également dans les choix d'illustration des témoignages et des publications d'information qui les accompagnent.

Représenter le corps des témoignants·es

Dans les recueils de témoignage recensés ([Annexe 3](#)), le corps ne semble être présent que lorsqu'il est le sujet central du discours, que lorsqu'on souhaite le rendre visible et le montrer : les seuls comptes de témoignage qui montrent les corps des témoignants·es sont ceux qui parlent d'acceptation du corps, de transidentité par exemple.

Le corps et le texte cohabitent rarement dans la même composition. Les recueillant·es choisissent différentes stratégies : alternance entre posts consacrés à un texte et publication de photographies (@matergouinite), photographie dans le corps du post et texte en légende (@trans.corps, @lesensdupoil), photographie sur la première *slide* et texte dans les *slides* suivantes (@aggressively_trans).

Séparer le texte et l'image dans des espaces distincts facilite évidemment la mise en page des publications, notamment pour les témoignages les plus longs. Toutefois, le récit de Marine à propos de ses publications sur @seum_euse indique d'autres raisons possibles des choix de séparation du texte et de l'image dans les publications. Dans le chapitre 4, nous avons suivi les débuts de @seum_euse en 2017-2018, et son passage progressif d'une critique des influenceuses fitness à

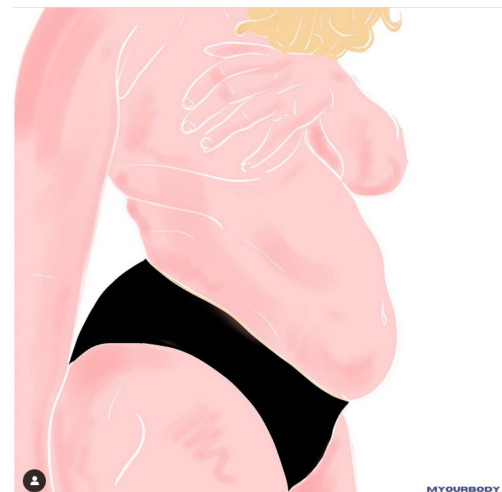
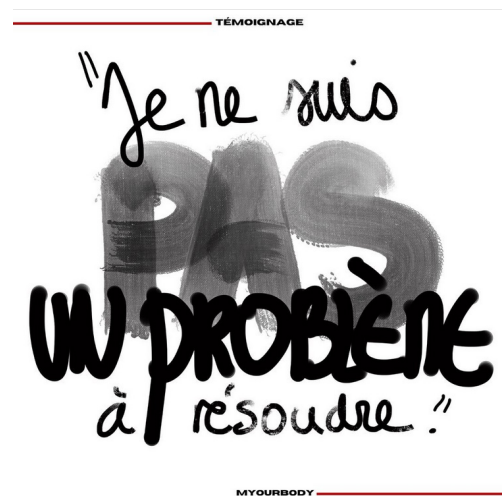
des publications « bodypositive » avec un discours sur l'acceptation de soi, dans lequel Marine ne se reconnaît plus lors de l'entretien. À partir de 2019, les témoignages prennent une plus grande place sur le compte. Marine expérimente des associations texte-image : dessin dans le post et témoignage en légende, extrait du témoignage à côté du dessin ou dans une police qui évoque une écriture manuscrite en capitales (I11. 46a). Un peu plus tard, elle utilise régulièrement des fonds colorés. Les posts sont parfois composés de plusieurs images à faire défiler. Sur la première, le dessin côtoie un extrait du témoignage, avec une phrase d'introduction mise en emphase dans une police à forts contrastes entre pleins et déliés (I11. 46b). Elle essaie ensuite plusieurs compositions de texte, rythmées par des alternances entre deux couleurs, deux tailles et deux polices de caractère. Le texte est chaque fois précédé de guillemets anglais ouvrants, qui rappellent qu'il s'agit de propos rapportés.

En 2021, Marine conserve le principe des témoignages remis en page mais passe d'un fond uni à un fond à l'aquarelle, et change de police de caractère pour une linéale grasse et large, utilisée en capitales (I11. 46c). Elle alterne alors entre posts dédiés aux témoignages écrits et posts dédiés aux dessins. Pour une quinzaine de posts début 2022, elle publie des témoignages réécrits dans une écriture manuscrite cursive, à la tablette graphique, avec un effet de tracé à l'encre ou à la peinture (I11. 46d). Elle publie une fois seulement un dessin réalisé entièrement sur Procreate, beaucoup moins texturé que son style habituel (I11. 46e). Marine change à nouveau de polices de caractère, pour une linéale moins grasse, plus géométrique et passe-partout, en 2022 (I11. 46f). Elle représente de plus en plus de corps variés, et habillés, ainsi que des personnes qui ne posent pas mais envoient une photo de leur corps au naturel, plus éloigné des poses des influenceuses.

Ces variations constantes dans les choix graphiques sont cohérentes avec les propos de Marine, qui envisage son compte Instagram comme un espace « de recherche et d'exploration⁶⁸ ». Marine cherche la juste représentation des corps, un juste dosage entre le texte et l'image. Elle remarque que les publications sur lesquelles le texte cohabite avec l'image sont davantage *likées*, ce qui indique qu'elles ont plus de visibilité. Elle se questionne sur l'effet que produit cette cohabitation, arguant « qu'on n'a pas besoin de parler d'acceptation du corps, quand il y a déjà le corps⁶⁹ [qui est montré] ». Marine craint qu'une illustration

68 *Marine Gohier, @seum_euse.

69 **Ibid.*



Ill.46 - @seum_euse, explorations de la forme graphique des témoignages.

46a. Publication Instagram, 24 mars 2020.

46d. Publication Instagram, 8 janvier 2022.

46b. Publication Instagram, 4 septembre 2021.

46e. Publication Instagram, 3 janvier 2022.

46c. Publication Instagram, 8 janvier 2022.

46f. Publication Instagram, 29 juin 2022.

accompagnée d'un texte très positif sur l'acceptation de soi ne décourage les lectrices moins à l'aise avec leur corps. Inversement, des témoignages douloureux peuvent être difficiles à lire. Dissocier le texte et l'image permet aux personnes qui le souhaitent de ne consulter que le type de contenu qui leur parle de plus, et montre une diversité de corps, sans toujours les associer à un discours particulier.

Les changements de mise en page et de ratio texte/image accompagnent donc les réflexions de Marine à propos de la relation graphique et politique entre la représentation des corps et le discours des témoignantes. Cela rejoint ses propos précédemment cités : « C'est plus important de parler de représentation [que d'acceptation]. On n'est pas obligé de s'accepter pour montrer son corps⁷⁰ ».

Le recueil de témoignages a plusieurs fonctions : la dénonciation, la mise hors de soi du vécu, la faculté des lectrices à s'identifier aux témoignantes. Exception faite des recueillantes qui représentent fidèlement le corps des témoignantes, deux types de dessinent dans les illustrations des publications, que j'appellerai l'illustration dure et l'illustration douce.

Imagerie dure

Certains comptes accompagnent les témoignages de représentations frontales ou symboliques des violences racontées. @femicides2019 et @violences_women ont recours à des photographies de stock montrant une agression ou une suggestion d'agression : bris de verre, armes, main attrapant un poignet ou des cheveux, silhouettes menaçantes, etc.

@violences_women publie pendant les premiers mois d'existence de son compte des photographies de visages de femmes marqués de coups. Certaines sont des reconstitutions, d'autres des photographies de victimes de violences conjugales. Après une période de publication d'illustrations moins explicites, les témoignages publiés entre septembre et décembre 2021 sont illustrés de photographies de stock représentant une agression. À partir de janvier 2022, les images changent légèrement de registre. @violences_women et la personne qui met en page ses publications utilisent des photos de stock qui ne figurent plus l'agresseur ou le moment de l'agression, mais représentent des femmes prostrées, pleurant, la tête dans les genoux ou les mains sur le visage, sur un lit ou dans le coin

70 *Marine Gohier, @seum_euse.

d'une pièce (I11. 47b). La représentation de l'espace domestique suggère à la fois l'isolement de la victime, et le fait que les viols et tentatives de viol sont majoritairement le fait d'auteurs qui connaissent la victime⁷¹.

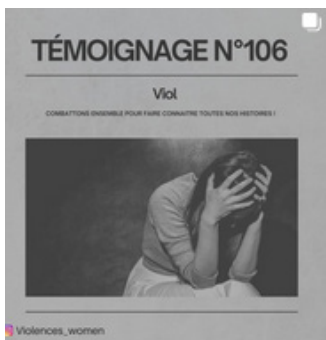
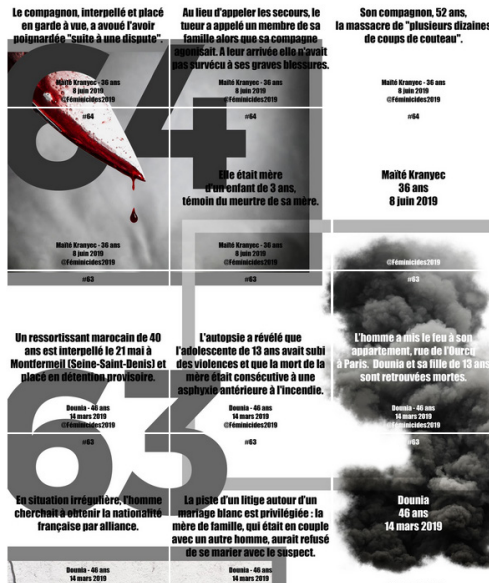
La démarche de @femicides2019 est un peu différente, puisqu'elle propose une mosaïque de tous les féminicides de l'année 2019, et non un recueil de témoignages. D'une part, il s'agit de rendre hommage aux victimes de féminicides en montrant leur visage et en donnant quelques informations sur leur âge ou leur vie. D'autre part, il s'agit de rendre visible le nombre et la violence extrême de ces féminicides. @femicides2019 rend compte des spécificités de chaque féminicide en suggérant le mode opératoire : une arme à feu, des volutes de fumée pour suggérer un incendie volontaire par exemple (I11. 47a). Elle a également recours à des photographies similaires à celles du compte @violences_women, comme des silhouettes menaçantes ou des poings serrés.

On retrouve fréquemment ces images de stock dans la presse en ligne, pour illustrer les articles à propos des violences conjugales. @femicides2019 utilise aussi dans ses compositions des objets et textures moins explicites, permettant de représenter les violences psychologiques qui précèdent le féminicide : certains posts sont illustrés de photographies de mur fissuré ou de verre cassé. On retrouve ce recours aux textures dans des campagnes de prévention gouvernementales en 2014 et 2015, avec des effets de papier déchiré. (I11. 48a, 48b)

Chez @femicides2019 comme chez @violences_women, le traitement des images participe d'une impression de gravité et de violence. Les images en noir en blanc sont majoritaires et très contrastées, avec un effet de vignette ou de silhouette qui anonymise les personnages et rend l'image plus inquiétante.

Dans sa mosaïque de publications en noir et blanc, @femicides2019 conserve la couleur uniquement sur les portraits des femmes victimes de féminicides, et sur les images représentant du sang, ce qui accentue l'effet frappant de la couleur rouge.

71 En 2017, 91% des victimes de viol ou de tentative de viol connaissaient leur agresseuse. Il s'agit dans 45% des cas du conjoint ou ex-conjoint^e. Sophie Auconie et Marie-Pierre Rixain, *Rapport d'information n° 721 - 15^e législature*, Assemblée nationale, 2018.



Ill.47 - Une imagerie « dure ».

47a. @femicides2019, mosaïque de publications, 15 janvier 2020. Le compte fonctionne par bloc de 6 publications, chaque bloc étant consacré à une victime de féminicide, ici les 63^e et 64^e victimes. La taille des nombres, les photos en noir et blanc, le filet gris, les volutes de fumée, l'emphase rouge sur le couteau ensanglantés, tous les choix graphiques accentuent la gravité et l'austérité qui se dégagent du compte.

47b. @violences_women, mosaïque de publications Instagram du 11 au 24 janvier 2022.

À travers ces choix de couleurs et d'illustrations, la créatrice-autrice de @femicides2019 souhaitait :

montrer que ça existe, ne pas cacher [les violences conjugales]. C'est souvent caché derrière une porte la violence, mais c'est réel. [...] C'est hyper violent les violences conjugales, donc je ne vois pas pourquoi on se cacherait⁷².

@violences_women va dans le même sens :

Je poste ce type d'images pour heurter la sensibilité des personnes qui me suivent. En voyant ce genre d'images, on peut se dire : ah oui, c'est ça. On voit la réalité des choses. Mon but est de faire réagir et d'ouvrir les yeux sur certaines choses⁷³.

La démarche de ces deux créatrices-autrices fait en sorte que la gravité de l'imagerie soit en accord avec la gravité des violences dénoncées, afin de ne pas les minimiser ni les cacher. Nous retrouvons ici un argument proche de celui des colleureuses lorsqu'iels disaient : « on ne peut pas ne pas voir⁷⁴ » (cf. 4.1).

L'emploi d'une imagerie « dure » n'a toutefois pas toujours pour but de dénoncer les violences ou de choquer la lecture. L'association Polyvalence recueille et publie depuis 2013 des témoignages sur le rapport au corps, les addictions, l'amour, l'adolescence, les violences sexuelles, etc. Les témoignages sont publiés deux fois, sous forme de billet de blog et de livret au format PDF mis en page. Les recueils consacrés aux témoignages de violences sexuelles font l'objet d'une collection particulière en 6 volumes. Les témoignages et récits sont illustrés de dessins variés, au stylo Bic, à l'aquarelle ou à la tablette graphique. On y retrouve aussi bien des œuvres d'illustratrices professionnelles que des illustrations qui semblent plus amateurs. L'association Polyvalence n'ayant pas répondu à mes sollicitations, le statut des illustrations reste hypothétique : sont-elles créées spécifiquement pour accompagner un témoignage particulier, ou sont-elles proposées à partir d'un thème plus large ? Sont-elles approuvées par la témoignante

72 *@femicides2019.

73 *@violences_women.

74 « Les collages comme arme féministe », *NC News* (Nouvelle Calédonie) [reportage vidéo], 21 janvier 2022.

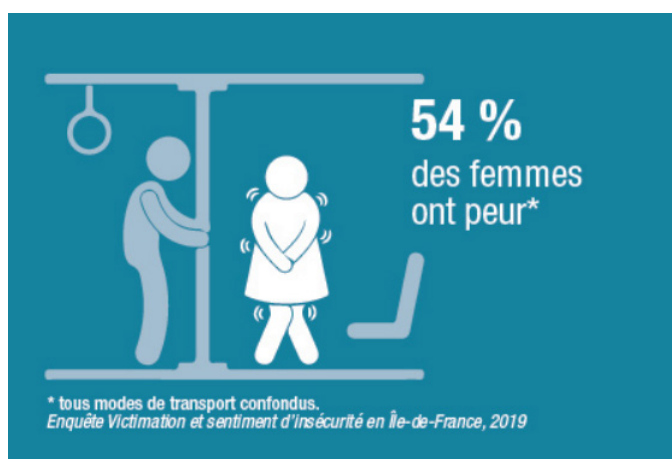
avant publication ? Les illustrations n'ont pas toujours recours à un registre explicitement violent, mais c'est le cas pour certaines. Il y a quelque chose de cathartique dans ces représentations. Elles ne semblent pas être là pour dénoncer la violence, mais plutôt pour accompagner le récit et l'étape d'extériorisation du vécu qu'il représente.

Une troisième fonction de l'illustration « dure » peut être de responsabiliser le public, à la fois la spectateurice et l'agresseurice. C'est ce que propose l'association Héroïnes⁹⁵ avec son analyse de la prévention des agressions sexuelles par soumission chimique, analysée plus haut dans ce chapitre. Éviter la représentation de l'agresseur, éviter la représentation de la violence, revient à déresponsabiliser les auteurs de violence et centre le discours de prévention sur les comportements des victimes. On peut faire la même critique à d'autres campagnes de prévention, comme celle de la ville d'Évry en 2021, avec une série d'affiches comportant le slogan : « ne laissez pas la violence s'installer » (I11. 48d). Le corps de la victime comme celui de l'auteur sont absents, et les affiches s'adressent directement aux victimes, sur un mode impératif.

La déshumanisation des auteurs de violence est un autre ressort de cet évitement du sujet : l'historien des cultures visuelles André Gunthert analyse la campagne de prévention du harcèlement sexuel et sexiste dans les transports en commun, diffusée par la RATP en 2018, et les réactions des internautes⁷⁵. Les affiches représentent des femmes inquiètes se tenant à une barre de métro, isolées sur un fond sombre et hostile. Elles sont menacées par un animal sauvage, différent sur chaque affiche : requin, ours, loup (I11. 48e). L'affiche véhicule l'inquiétude que peuvent ressentir les femmes dans les transports, mais en déshumanisant les harceleurs, elle nous fait perdre de vue le contexte et la réalité de ces violences ordinaires. La sensation d'insécurité des femmes prime sur le message de prévention à proprement parler.

Le recours à une imagerie dure peut donc avoir 3 fonctions en fonction du contexte : rendre visibles les violences et les dénoncer, extérioriser la violence vécue, représenter les agresseurices pour rappeler leur responsabilité. On comprend ici que les choix de typographie, le format, le médium, la manière de représenter la violence, doivent faire l'objet d'un dosage minutieux pour que le ton global de la campagne ou du post soit perçu comme adéquat, efficace.

75 André Gunthert, « Naturaliser les harceleurs », *L'image sociale* [en ligne], 7 mars 2018.



Ill. 49 - Représenter une agression : pictogrammes et illustration de stock.

49a. Institut Paris Région, *Les femmes et l'insécurité*, Enquête publiée le 8 mars 2020. Extrait d'une infographie présentant les résultats de l'enquête.

49b. @pizzastereo, Illustration de stock disponible sur Canva. Image trouvée avec la requête « agression sexuelle ». La version payante est nécessaire pour retirer le filigrane.

Notons que ce dosage ne repose pas exclusivement sur le degré de réalisme des violences représentées. Une enquête de l’Institut Paris Région sur le sentiment d’insécurité des femmes dans l’espace public⁷⁶ utilise une représentation de l’insécurité en tous points opposée aux animaux sauvages de la RATP, ce qui n’empêche pas les pictogrammes utilisés d’être inadaptés voire offensants. Les femmes sont montrées tremblotantes, elles semblent se retenir d’uriner, plutôt que d’être inquiètes (I11. 49a). De même, une rapide recherche d’illustrations sur Canva révèle des représentations d’agression très simplifiées visuellement, sous forme d’illustrations vectorielles en 2 à 5 couleurs, mais qui laissent une impression de malaise, notamment en raison du sourire de l’agresseur (I11. 49b). Le degré de détail d’une illustration et l’impression de violence qu’elle véhicule ne sont donc pas proportionnelles. Ces exemples ne sont qu’un bref aperçu des diversités de représentation possible même au sein d’images très simples, entre le pictogramme et l’illustration.

Imagerie douce

D’autres créatrices-auteures interrogées font le choix d’une imagerie douce qui cherche à apaiser et accompagner la lectrice, qu’elle soit victime, témoinne ou proche de victime. Léoparde (@leoparde__) et Emy (@faitsminisme) ont fait le choix d’utiliser des illustrations et pictogrammes dans lesquels les violences ne sont jamais représentées. Elles ne montrent pas la détresse ou la paralysie qui peuvent survenir immédiatement après l’agression, mais suggèrent un « après » qui est celui de la guérison, parfois du parcours judiciaire.

Les deux créatrices-auteurs ont fait ce choix pour trois raisons. La première vient d’un souhait de sortir des représentations stéréotypées des violences, qui semblent éloignées de la réalité :

Alors moi, pourquoi je ne voulais pas d’images [violentes] c’est parce que c’est stéréotypé tout simplement. Une femme, quand elle est victime de violences, ça ne se voit pas, tu ne le vois pas sur le visage. Je sais que dans les films, dans les séries, on montre énormément la femme victime de violences conjugales avec des bleus partout, des hématomes partout

⁷⁶ Institut Paris Région, *Les femmes et l’insécurité*, Enquête publiée le 8 mars 2020. institutparisregion.fr/prevention-securite/les-femmes-et-linsecurite.

Alors, ça existe, c'est sûr, mais ce que je veux dire c'est que ta collègue de travail victime de violences conjugales que tu vois tous les jours, elle n'est pas comme ça⁷⁷.

Léoparde ne nie pas l'existence de violences dont les traces sont visibles sur le corps des victimes, mais estime que ces représentations invisibilisent d'autres formes de violence et contribuent à diffuser une image biaisée de la réalité des violences sexuelles, familiales et conjugales. Elle avance comme deuxième raison le souhait de ne pas imposer aux victimes des images violentes, car « ça peut déclencher le traumatisme, c'est à dire que juste en voyant la photo, on peut se dire, moi durant l'agression j'étais comme ça, il était comme ça⁷⁸ ». Emy est très attentive à cette notion de déclenchement du traumatisme, et qualifie les images violentes d'« horribles » à voir pour les victimes⁷⁹. La troisième raison vient de l'orientation générale du compte pour Léoparde :

Pour moi c'est important de parler sur mon compte de violences sexuelles mais également de l'après, parce qu'on ne parle jamais de l'après, de stress post-traumatique, comment on vit avec. On donne toujours des conseils du genre : « si ça t'arrive, tu dois faire ça », mais personne ne parle du stress post-traumatique, comment on fait pour vivre avec, quand on a des troubles de mémoire⁸⁰ [...]

Léoparde publie des témoignages de victimes de violence qui racontent le moment de l'agression, mais ses publications informatives sont davantage tournées vers les séquelles à long terme des violences sexuelles, conjugales et familiales : perte de mémoire, troubles du comportement alimentaire, amnésie traumatique, etc. Les illustrations choisies pour accompagner les publications montrent donc des femmes en questionnement (**I11. 50b, 50c**), demandant de l'aide, parfois de simples silhouettes. Léoparde utilise également des pictogrammes qui évoquent la santé et la santé mentale : pelote de fil emmêlé, cerveau, pansement, point d'interrogation. Ces éléments accompagnent des publications mises en page avec du texte crème sur fond violet. Les couleurs, la clarté de la mise en page et les illustrations contribuent à donner à l'ensemble un ton apaisant.

77 *Léoparde, @leoparde...

78 **Ibid.*

79 *Emy, @faitsminisme, entretien du 4 novembre 2022.

80 *Léoparde, @leoparde...

Emy recherche un effet similaire au moment de créer son site internet de ressources pour les victimes et proches des victimes de violences. Elle explique sa démarche :

J'ai demandé des avis avant de le publier, et j'ai des amies qui m'ont dit que ça faisait doux et réconfortant, et c'est ce que je voulais. Je me suis dit, c'est pour les gens qui subissent des violences, pas besoin de mettre des gros trucs en rouge, les gens subissent déjà ça en fait. Les gens m'ont dit que c'était « réconfortant ». Je mets des guillemets, ce n'est qu'un site, mais voilà, je veux qu'on se sente déjà un peu mieux en le voyant. J'ai mis des images encourageantes par exemple, [...] des femmes qui lèvent le poing pour dire : on est fortes, on cherche des solutions (I11. 50a). Des femmes qui se font des câlins, qui se tiennent la main, enfin, voilà. Ça donne le côté : on s'en sort, on est en train de chercher des solutions⁸¹.

Emy ne précise pas à quel(s) sites ou images elle fait référence en parlant de « gros trucs en rouge », mais une comparaison entre son site de ressources et le site gouvernemental arretonslesviolences.gouv.fr rend immédiatement visible la différence de ton entre les deux sites (I11. 51).

Trouver des images en ligne

Emy et Léoparde sélectionnent leurs illustrations sur Canva et peinent à trouver des images adaptées à leur propos. Une première difficulté se présente, relative à la diversité des représentations proposées sur Canva :

J'ai cherché à mettre des personnes racisées, des personnes handicapées, et là, c'est très compliqué. Par exemple j'ai voulu trouver une avocate voilée, je me suis dit que c'est quelque chose qu'on voit jamais, pour l'onglet avocate je vais mettre ça. Je crois que j'en ai trouvé une, mais c'est tout. Le problème, c'est que si on cherche « avocat », ce ne sont que des hommes blancs dans les petits pictos. Et puis si on cherche

81 *Emy, @faitsminisme, entretien du 4 novembre 2022.



I11.50 - Une imagerie « douce ».

50a. Emy (@faitsminisme),
illustration présente sur le site
internet.violencesquefaire.fr.

50b. @leoparde_, publication
Instagram, 9 juillet 2023, slide 1.

50c. @leoparde, publication
Instagram, 24 août 2023, slide 1.



Ill.51 - Comparaison de deux sites d'informations et de ressources.

51a. Emy, violencesquefaire.fr, site d'information et de ressources sur les violences sexistes et sexuelles pour les victimes et leurs proches. Capture d'écran de la page d'accueil.

51b. Arrêtons les violences, arretonslesviolences.gouv.fr, site gouvernemental de ressource et de démarches d'urgence pour les proches et victimes de violences sexistes et sexuelles. Capture d'écran de la page d'accueil.

« voile », c'est des meufs voilées mais c'est tout, il va y avoir 3 images et elles ne vont pas être avocates⁸².

Emy insiste sur les longues heures de recherche nécessaires pour trouver les illustrations souhaitées. Léoparde rencontre des difficultés similaires, pour une autre raison, qui est le caractère généraliste des illustrations proposées sur Canva :

Dans la barre de recherche je tape des mots clés : femme, anxiété, dépression... on ne trouve pas à tous les coups, si j'écris « violences sexuelles » je ne vais rien trouver, si j'écris « troubles du comportement alimentaire » je vais rien trouver, « boulimie », « anorexie », je vais pas trouver non plus. Ce que je fais, c'est que j'écris tout le temps « anxiété » ou « stress » et là je trouve pas mal d'images⁸³.

Les *Guidelines* de Canva sont assez strictes en ce qui concerne la représentation de violences ou de troubles psychiques, ce qui conduit Léoparde à utiliser toujours les mêmes mots-clés génériques dans ses recherches. Elle choisit de préférence des images avec des couleurs modifiables, pour qu'elles s'accordent harmonieusement avec l'identité visuelle du compte. @femicide2019 rencontre des difficultés similaires lors de la sélection des images pour ses publications. Elle constate que certaines représentations de violence manquent, notamment les violences psychologiques, et que d'autres sont des clichés, des « gimmick⁸⁴ ». On retrouve une photographie d'une silhouette tenant un couteau dans certains de ses posts, mais @femicides2019 l'utilise par dépit, et la trouve caricaturale. Dans les banques d'images, les femmes représentées comme victimes de violences sont majoritairement blanches, minces et jeunes, et @femicides2019 dit manquer de représentations de femmes âgées⁸⁵. Cela explique le choix d'images ne comportant que des mains ou des portions de visage lorsqu'il s'agit de victimes plus âgées.

Léoparde et @femicides2019, bien que leurs choix graphiques et leur choix de ton soient très différents, se heurtent à des problématiques similaires : l'utilisation d'images génériques pour accompagner les discours sur des formes précises de violences amène une difficulté de trouver des représentations adéquates de

82 *Emy, @faitsminisme, entretien du 4 novembre 2022.

83 *Léoparde, @leoparde__.

84 *@femicides2019.

85 **Ibid.*

situations invisibles, intangibles. Représenter les violences psychologiques, une relation d'emprise, une amnésie traumatique, est un défi particulier.

@faitsminisme, @femicides2019 @leoparde__ et bien d'autres comptes Instagram ont en commun l'utilisation d'images de stock, provenant de banques d'images libres de droit, pour illustrer leurs publications. Les récits des administratrices de @faitsminisme et @leoparde__ montrent que la recherche et la sélection d'images de stock constituent une compétence à part entière dans la préparation des posts. Pour mesurer l'importance de cette compétence et l'impact de Canva sur les pratiques graphiques sur Instagram, il est nécessaire de s'attarder davantage sur le fonctionnement de cette application.

Canva, facteur de standardisation des représentations ?

Canva est un logiciel de conception graphique disponible en ligne et via une application mobile, lancé en 2010 par l'entreprise australienne Canva Pty Ltd. Il rencontre un grand succès chez les créateurices de contenu sur les réseaux sociaux, en raison de son aspect « clé en main ». Dans la liste de formats proposés lorsque l'on crée un document, le format carré et le format vertical 9/16, correspondant à un écran mobile, sont directement nommés « Publication Instagram » et « Story Instagram », indiquant que Canva cible directement les créateurices de contenu. Le logiciel est ensuite découpé en fonctionnalités correspondant aux strates de composition du post. Pas de grille pour la mise en pages mais un choix de « modèles » : des *templates* comprenant un fond coloré, un titre et un sous-titre avec du texte de substitution, des pictogrammes. Il est aussi possible de partir d'une page blanche et de construire le document en y ajoutant des « éléments » (illustrations, formes, flèches, cadres), du texte ou ses propres photographies importées. Les illustrations proposées sont des images vectorielles, ce qui permet d'en modifier les couleurs et la taille sans perte de qualité.

Canva fonctionne sur le principe du *freemium* : une inscription gratuite permet d'utiliser des fonctionnalités basiques, et un abonnement payant appelé « Canva Pro » permet d'avoir accès à un choix de pictogrammes et de gabarits beaucoup plus conséquent que la version gratuite, ainsi qu'à des fonctionnalités comme retirer l'arrière-plan d'une photographie, générer automatiquement du texte ou des images. Canva rappelle sans cesse à l'utilisateurice les limitations de la version

gratuite : les résultats de requête affichent toutes les illustrations disponibles, les « pro » mélangées avec les gratuites.

Pour fournir un choix toujours plus large de « modèles » et d'« éléments », l'entreprise Canva s'appuie sur des banques d'images comme Pixabay et Pexels qu'elle rachète en 2019⁸⁶, et sur deux programmes adressés aux designers free-lance appelés « Canva Creators⁸⁷ » et « Canva Contributors⁸⁸ ». Les designers graphiques et illustrateurs qui s'inscrivent à ce programme proposent à Canva des illustrations, photographies ou gabarits de documents, qui sont ensuite examinés par la plateforme et acceptés ou rejetés. Une fois acceptées, les productions proposées peuvent générer du revenu pour la designeuse en fonction de leur succès auprès des utilisateurs de Canva. Dans le programme Creators plus spécifiquement, la designeuse est évaluée sur le succès, la quantité et la régularité de ses propositions, qui lui permettent de gravir les échelons parmi les Creators⁸⁹.

Canva fournit une documentation détaillée⁹⁰ sur la marche à suivre pour produire des illustrations souscrivant aux critères de sélection. Les créations doivent être « originales », c'est-à-dire ne pas être trop proches de propositions existantes, tout en ayant un potentiel commercial suffisant, c'est-à-dire qu'une illustration originale mais qui intéresserait un nombre trop faible d'utilisateurs est refusée. Les « modèles » doivent comprendre un nombre limité de polices de caractère, être « harmonieux », les couleurs doivent « aller ensemble », le texte doit être aligné, avec une attention au blanc, qui « évite à une composition d'avoir l'air trop remplie ou encombrée, assiste la compréhension, et aide à atteindre un équilibre⁹¹ ». Les consignes aux designers interdisent également le prosélytisme religieux et politique, la représentation de stéréotypes, d'armes, de drogues, ainsi que les images considérées comme *triggering*, déclenchantes, à propos de la santé mentale (suicide, dépression, troubles du comportement alimentaire). Des designeuses et illustrateurs racontent leur expérience du programme Canva Creators sur YouTube : conseils pour créer des images à succès, montant de leur revenus, analyse de leurs images refusées, etc. Le visionnage de ces

86 Jonathan Shieber, « Australia's design unicorn, Canva, picks up two free image-sharing services, and launches new photo product », *TechCrunch*, 17 mai 2019.

87 Page d'information du programme Creators, canva.com/creators.

88 Page d'information du programme Contributors, canva.com/contributors. Programme actuellement suspendu.

89 Page d'information du programme Creators, canva.com/creators.

90 Canva, « Review Quality Guidelines V3.6 CF ».

91 *Ibid.*

témoignages nous apprend notamment que les illustrations refusées le sont sans explication⁹².

Canva ne fournit pas de chiffres sur le nombre de Creators et Contributors inscrites, et le processus d'évaluation des propositions reste flou. On ne peut donc qu'imaginer l'écosystème qui sous-tend le fonctionnement d'une telle plateforme : les designeuses sont incitées à proposer régulièrement des images, ce qui suppose des employés pour passer en revue les propositions, certainement à un rythme soutenu, peut-être avec l'assistance d'algorithmes de détection ?

L'ensemble de ces consignes, ainsi que le modèle de production et de rémunération des contributeurices, explique le sentiment étrange ressenti en parcourant les illustrations et modèles sur Canva. Malgré l'immensité du catalogue et l'apparente diversité infinie des créations proposées, il se dégage une impression d'unité visuelle, de monotonie. Les consignes aux contributeurices favorisent la lisibilité des contenus et leur appropriabilité par les utilisateurices, mais créent dans le même temps des normes graphiques spécifiques à la plateforme. La généralisation des images vectorielles contribue à cette normativité car la vectorisation lisse les contours des images. Il est bien sûr possible de créer des images vectorielles avec des effets de texture ou de dégradé. Cela est fréquent dans les modèles, notamment pour les fonds, mais beaucoup plus rare dans les illustrations : Canva encourage les Creators à proposer des illustrations avec des couleurs modifiables par les utilisateurices, ce qui n'est pas encore le cas pour les dégradés. Les *Quality Guidelines for Photos & Graphics* précisent :

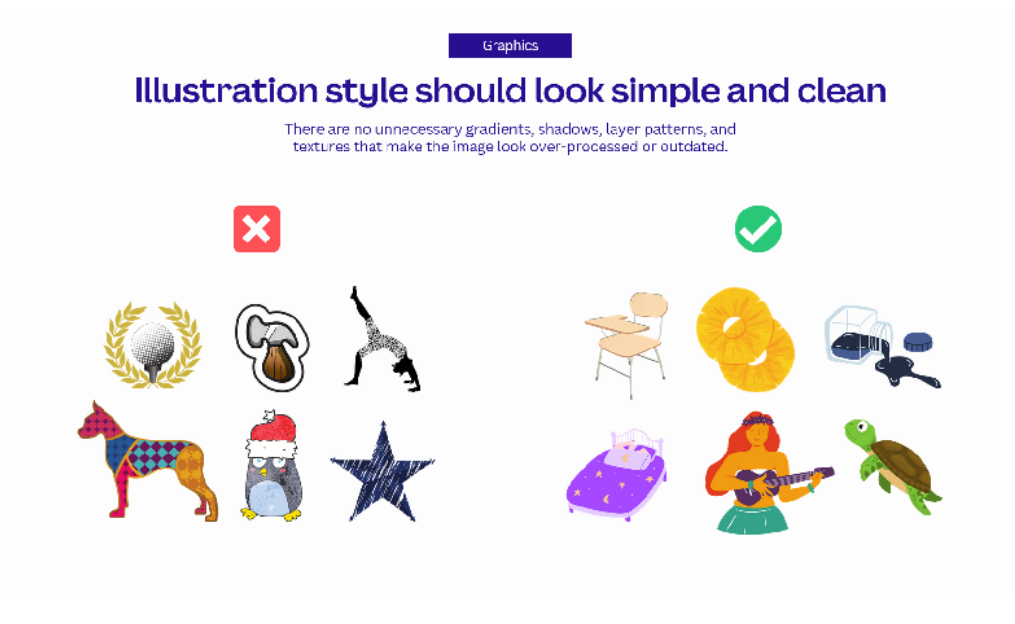
Le style d'illustration doit être simple et propre [*clean*]. Il n'y a pas de dégradés inutiles, d'ombres, de motifs superposés, et de textures qui rendraient l'image trop travaillée ou ringarde [*overprocessed or outdated*]⁹³. (I11. 52)

Les illustrations ne doivent pas avoir de « dégradés bizarre », de contours épais, de remplissage irrégulier. Les ombres ne doivent pas être trop intenses. Les éléments décoratifs doivent être réutilisables, simples, plats (en aplat), avec peu de contraste⁹⁴.

92 LFDC University, *Sell your Designs ON CANVA! Canva Contributor* [vidéo YouTube], 18 janvier 2023.

93 Canva, « Quality Guidelines for Photos & Graphics ».

94 *Ibid.*



Ill. 52 - Canva Quality Guidelines.

Canva, *Quality Guidelines for Photos and Graphics*, diaporama, slide 5 (date inconnue).

Le fonctionnement de Canva porte avec lui une nouvelle normativité graphique, qui passe par l'utilisation de templates et d'illustrations de stock. Rien n'étonnant donc à ce que de nombreuses créatrices de comptes Instagram utilisent des illustrations très similaires, immédiatement reconnaissables comme étant issues de Canva. La planche d'images suivante montre quelques exemples de ce phénomène de standardisation des représentations, parmi les centaines observés entre 2019 et 2022 (I11. 53).

Face à ce paysage uniformisé jalonné d'images que j'appelle les femmes sans visage, en raison d'une habitude récurrente dans ces illustrations de représenter des femmes sans expression faciale, une première réaction peut être de s'offusquer contre la standardisation des représentations et la disparition des visages expressifs. L'uniformité peut vite sembler être une menace qui planerait sur les productions graphiques féministes, diminuerait leur richesse et leur portée subversive.

Cette critique de la standardisation n'est pas nouvelle. La militante du MLF et photographe Catherine Deudon légende ainsi une photographie datée du 8 mars 1980 représentant des banderoles aux lettres rondes et irrégulières :

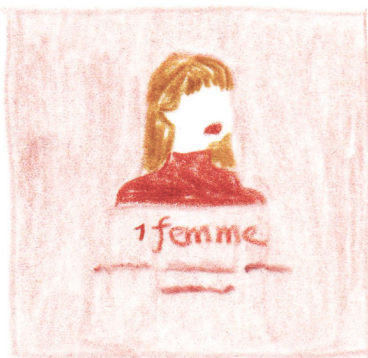
Encore de superbes banderoles, qui vont disparaître au profit de banderoles aussi banales et moches que celles de toutes les autres manifestations⁹⁵.

Les banderoles en question apparaissent quelques pages plus loin dans l'ouvrage, on y voit des lettres capitales noires anguleuses et régulières. La remarque de Catherine Deudon porte moins sur les qualités esthétiques de l'objet que sur ce que représente la banderole cousue et colorée, c'est-à-dire un MLF vivant et mouvant, avant son déclin « marqué par le dépôt d'un sigle en marque commerciale⁹⁶ ». L'opposition franche entre le MLF-mouvement et le MLF-marque déposée se cristallise alors dans la description des banderoles.

Rencontrant des dizaines d'illustrations de « femmes sans visage » au cours de mes observations, il m'est arrivé d'écrire des remarques similaires à celles de Catherine Deudon. Je m'inquiétais de la standardisation des représentations, du style trop lisse, des visages sans yeux. Cette attitude en dit davantage sur

⁹⁵ Catherine Deudon, *Un mouvement à soi : images du mouvement des femmes 1970-2001*, Paris, Syllepse, 2003, p. 87.

⁹⁶ *Ibid.*, p. 14.



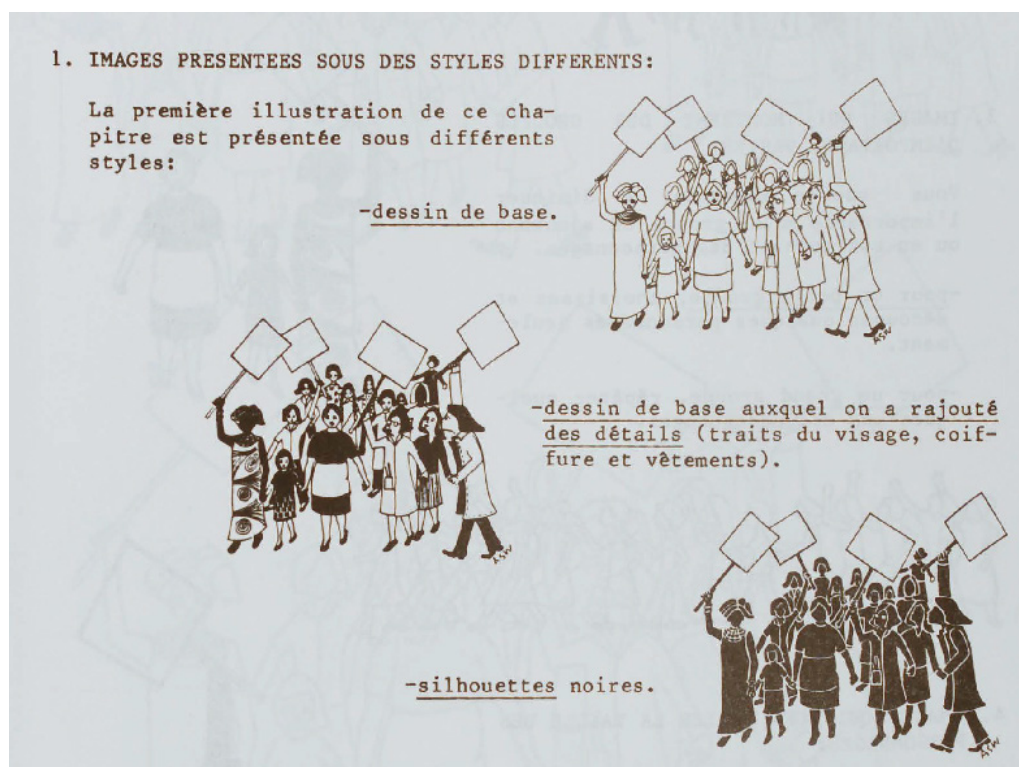
I11.53 - Femmes « sans visage ».

53a. @noustoutesorg et @jins_podcast, publication Instagram, 21 avril 2023.
Illustration : Claire Bourdille.

53b. @clitoyennes, publication Instagram, 2 juin 2020.

53c. @enavantoutes, publication Instagram, 11 octobre 2021.

53d. @vivelavulve, publication Instagram, 4 janvier 2020. [↗]



Ill. 54 - Kit d'illustration, Centre de la Tribune Internationale de la Femme.

Centre de la Tribune Internationale de la Femme, *Woman: the password is action / Mujer: La consigna es actuar / Le mot d'ordre de femme: L'action*, New York, CTIF, 1988, 94 p. Illustrations de Ann S. Walker et Grace Jung.

Extrait de la version française du chapitre premier, « Mettons-nous en marche », p. 5.

L'introduction du chapitre précise : « Nous avons utilisé de nombreuses techniques et méthodes d'adaptation afin de vous encourager à modifier les dessins en fonction de votre situation ». Certaines illustrations proposées sont très simples, mais les utilisatrices sont invitées à modifier les images.

mon propre regard que sur les illustrations elles-mêmes. Qu'est-ce qui incite à considérer un style comme trop lisse, trop standard ? Ce jugement est bien circonstanciel : alors que les collages féministes emploient des codes graphiques très restreints, qui ont tout d'un standard ou d'une uniformisation, je n'utilise jamais ce qualificatif dans mes carnets d'observation.

Je suppose plusieurs raisons à cette différence de traitement. La première est un attachement particulier aux lettres tracées à la main, que l'on a moins tendance à qualifier de standard. La deuxième est une plus grande sévérité pour les pratiques graphiques numériques, comme le relevaient Madison et Klang à propos des critiques du slacktivisme⁹⁷ (cf. 2.3). La troisième est une attention particulière aux représentations des corps et des visages, éléments pour lesquels quelques détails peuvent perturber profondément la lecture de l'image (nous l'avons vu avec le sourire de l'agresseur, I11. 49b).

Pour couper court à une lecture alarmiste du recours aux illustrations de stock, une technique simple consiste à consulter des kits de communication plus anciens, par exemple ceux fournis par le Centre de la Tribune internationale de la Femme (CTIF) dans les années 1980⁹⁸. Ces dossiers d'images proposent des illustrations avec plusieurs degrés de détail : silhouettes en aplats noirs, dessins au trait avec esquisse des coiffures et vêtements, dessins plus détaillés avec des expressions faciales (I11. 54). Comme sur Canva, on peut y trouver des femmes manifestant avec des pancartes à compléter, des femmes qui travaillent, jouent, lisent, etc. La différence avec Canva réside en fait moins dans le style graphique – adapté à chaque époque – que dans l'appropriabilité des dessins : il est plus facile d'ajouter un visage ou un slogan en photocopiant un livret du CTIF que sur Canva. Cela n'invalide en rien les remarques sur le fonctionnement de Canva et les restrictions inhérentes à cette nouvelle industrie graphique. Il s'agit surtout de comprendre les choix qui motivent les créateuices de comptes Instagram féministes à choisir leurs logiciels et outils de mise en page (I11. 55).

97 Nora Madison et Mathias Klang, « The Case for Digital Activism: Refuting the Fallacies of Slacktivism », *Journal of Digital Social Research*, vol. 2, n° 2, 9 septembre 2020, p. 28-47.

98 Centre de la Tribune Internationale de la Femme, Anne S. Walker et Grace Jung, *Woman: the password is action / Le mot d'ordre de femme : L'action*, New York, CTIF, 1988.

Logiciels utilisés

Certains enquêtés se tournent spontanément vers des logiciels et applications qui leur sont familières. @femicides2019 et Alex' (@antipatriarcame_) ont une formation de graphiste et utilisent Illustrator et InDesign pour leurs publications. Emy (@faitsminisme) et @payetaplaite utilisent Pages et Word, logiciels de traitement de texte peu adaptés aux compositions texte-image. Le logiciel est alors familier mais limité, et Emy raconte le caractère fastidieux de la mise en page avec Pages, notamment pour exporter les images :

Sur Pages, je devais faire des *screens* de chaque slide, à la même taille au millimètre près, et [si] je me rendais compte au dernier moment qu'il y avait UNE faute, je devais tout refaire. Je devais modifier la faute, refaire le screen, mais ce n'était plus dans le bon ordre, parfois ça décalait d'une ligne et comme tout était lié, ça décalait tout⁹⁹.

@sexisme_ordinaire_stop, @payetaplaite et Léoparde utilisent également des logiciels qui leur sont familiers, cette fois dédiés aux compositions texte-image : Pixart, Pixiz, Photofiltre. Elles connaissaient ces logiciels pour faire de la retouche ou des montages photo, pour des photos de famille par exemple. On observe donc un déplacement de l'usage de ces logiciels, du montage photo vers la mise en page de posts Instagram.

La moitié des enquêtés met en page ses publications avec Canva. Servane, du collectif La Grenade, le trouve facile d'utilisation, « même pour quelqu'un qui n'est pas forcément très doué avec les outils¹⁰⁰ ». Servane et Marie (@taspensea) se servent de Canva pour ses fonctionnalités collaboratives, car elles travaillent en équipe pour l'administration de leurs comptes. Canva permet à plusieurs personnes de travailler sur les mêmes visuels, d'utiliser les mêmes gabarits, et d'enregistrer quelques couleurs correspondant à l'identité visuelle du compte.

D'autres enquêtés ont changé d'outil au cours de la vie de leur compte, ou hésitent à en changer au moment de l'entretien (@payetaplaite). On observe alors un passage d'un logiciel familier comme Pixiz (@leoparde_) ou Pages (@faitminisme) à un nouvel outil : Canva. Le changement d'outil accompagne

99 *Emy, @faitsminisme, entretien du 4 novembre 2022

100 *Servane, La Grenade collectif féministe, @lagrenadecollectif.

une refonte visuelle du compte, qui elle-même reflète une nouvelle étape ou une évolution de la démarche. Pour Léoparde, le passage de Pixiz à Canva, des fonds à motifs léopard à des publications violettes et crème, coïncide avec un changement d'orientation du compte. Les récits personnels laissent place à davantage de posts informatifs, puis à des témoignages. Léoparde souhaite également que le compte soit perçu comme « plus professionnel¹⁰¹ » à cette période.

Canva peut donc revêtir une connotation claire, propre, professionnelle, qui contribue à assoir la posture et la légitimité des recueillant^{es}. Inès raconte un sentiment similaire, à propos de Photoshop cette fois. Elle a payé le logiciel (souvent piraté) et plaisante en qualifiant ce geste de celui d'une « honnête citoyenne¹⁰² ». Inès connaissait peu Photoshop et chaque publication est l'occasion d'apprendre de nouveaux détails, comme apposer un contour coloré autour d'un post ou un effet néon sur du texte. Inès apprécie cette exploration graphique, qui contribue aussi à sa motivation pour alimenter le compte¹⁰³. Les trois administratrices de @detendstonpuff utilisent Google Drive pour préparer les futures publications et alimenter une banque de polices de caractères et de motifs d'arrière-plan, vivier graphique collectif dans lequel elles piochent à chaque publication.

Par la mise en page de témoignages et d'information sur les violences sexuelles et sexistes, les droits des femmes ou l'histoire des féminismes, les enquêtés développent donc des compétences graphiques spécifiquement pour leur compte. L'attention au détail, les choix d'illustration et leur recherche minutieuse, les emphases sur certains mots, l'équilibre texte-image, sont autant de choix graphiques conscients, informés et ajustés au fil du temps.

Pourtant, cet aspect du travail était difficile à aborder dans l'entretien, car les enquêtés nuancent ou minimisent constamment leurs compétences avec des remarques dépréciatives – sur un ton humoristique – ou des excuses :

Clairement, on n'est PAS graphistes du tout ! [...] Franchement, je pense qu'on brise vingt mille codes de graphisme. [Rires]. On s'excuse, vraiment j'espère que ça ne t'a pas trop fait mal aux yeux¹⁰⁴ !

101 *Léoparde, @leoparde__.

102 *Inès, @detendstonpuff.

103 *Ibid.

104 *Ibid.

nom du compte	Logiciels/applis utilisées	
antipatriarcame	Illustrator	InDesign
byebye_pilule	Canva	
connaissance_contre_ignorance	Canva	
detendstonpuff	Photoshop	Notion
dou.interjection.dexasperation	Canva	Google Drive
faitsminisme	Pages	Canva (pro)
feminicides2019	Illustrator	
lagrenadecollectif	Canva	
leopard_--	Pixiz	Stories Instagram
payetaplainte	Pixart	Word
seum_euse	Canva	Procreate
sexisme_ordinaire_stop	Photofiltre	
taspensea	Canva	
violences_women	?	
		Canva (pro, parfois)
		hésite à utiliser Canva
		Pinterest

Ill.55 - Logiciels utilisés.

Logiciels et applications utilisées par les enquêtés pour mettre en page leurs publications sur Instagram.

J'ai tout fait à l'envers¹⁰⁵.

Tu sais moi je ne suis pas graphiste de base, je pense que ça se voit¹⁰⁶.

Vraiment, ça va être des trucs de débutant¹⁰⁷.

Il y a à mon sens deux raisons possibles à ce type de remarques. D'une part, en me présentant comme doctorante en design graphique, je suis perçue comme experte en la matière, porteuse d'un jugement sur la qualité visuelle du travail graphique des enquêtés. D'autre part, en acceptant de parler d'un sujet dont ils ne s'estiment pas expertes, les enquêtés peuvent ressentir de la vulnérabilité, tournée en dérision par un humour auto-dépréciatif. Pour répondre à ce type de situation, j'ai pris le parti de rire avec eux de ce qu'ils estiment être des maladresses graphiques, aussi pour résister à l'envie de ne faire que les rassurer, ce qui aurait clôt le sujet un peu vite. Il s'agissait dans ces discussions d'accompagner les enquêtés dans le récit de leurs pratiques du graphisme, sans jugement de valeur sur la qualité esthétique des productions.

Cet apprentissage du graphisme reflète aussi l'évolution de leur aisance avec Instagram, et avec leur propre posture féministe. Le chapitre 4 s'intéressait aux débuts des comptes, et aux moments dans lesquels la prise de parole féministe prend forme. Les deux premières sections du présent chapitre étaient consacrées aux caractéristiques graphiques des recueils de témoignages, puis aux modalités d'accompagnement de la parole des témoins.

La section suivante s'intéresse à la façon dont les enquêtés négocient la place de leur discours dans le paysage féministe, dans un troisième moment : après avoir appris à prendre la parole, à la recueillir, comment les recueillant·es parviennent-ils à *garder* la parole ?

Cette section se déroule en trois temps : accessibilité du discours féministe, rémunération (im)possible du travail féministe, professionnalisme et sérieux des enquêtés.

105 *Anaïs Bonhome, @byebye_pilule.

106 *Marine Gohier, @seum_euse.

107 *Barbara, D'où, @dou.interjection.dexasperation.

5.3. *Prendre la parole, la recueillir et la garder : construire une posture féministe sur Instagram*

5.3.1. **L'accessibilité comme enjeu politique et graphique**

Se former à l'accessibilité

Comme nous l'avons vu précédemment, les enquêtés développent des compétences graphiques spécifiques à leur activité de collage ou d'administration d'un compte Instagram. Au cours de cet apprentissage, ils se questionnent sur la lisibilité et la bonne compréhension de leur travail, enjeux regroupés sous le terme d'accessibilité. Contrairement au web, qui dispose de standards d'accessibilité¹⁰⁸ sur lesquels peuvent s'appuyer les développeuses ou les plateformes de création de site web¹⁰⁹ pour fournir aux internautes des blogs ou structures de

108 Voir la Web Accessibility Initiative (WAI). www.w3.org/WAI/standards-guidelines/fr.

109 *Accessibility Coding Standards*, WordPress, Developer Resources. developer.wordpress.org/coding-standards/wordpress-coding-standards/accessibility.

sites conformes aux standards, sur l'application Instagram une bonne partie des dispositifs d'accessibilité aux personnes handicapées repose sur l'utilisateurice. Les stratégies d'accessibilisation des contenus publiés sont donc malheureusement toujours des solutions de secours, entravées par la structure même de la plateforme et par le rôle central que l'image y occupe. La visibilité et la portée permise par Instagram, ainsi que son insertion dans la vie quotidienne des utilisateurices, font néanmoins persister cette plateforme comme espace de choix pour produire et partager du contenu féministe.

Pour améliorer l'accessibilité de leur compte, certaines créateurices s'appuient sur des ressources publiées par des designers graphiques. Lors des deux entretiens avec Emy, nous avons parlé du compte @bleurenard_studio, qui fournit de nombreux conseils sur l'accessibilité et la lisibilité de manière très didactique (I11. 56a). Ses contenus semblent avoir influencé plusieurs comptes féministes : @petitelectureinclusive change d'identité visuelle en mars 2022 et publie un post d'explication¹¹⁰ dans lequel elle crédite @bleurenard_studio pour les astuces qu'elle a suivies : polices sans empattements, textes ferrés à gauche, couleurs contrastées, interligne augmenté... Les différentes étapes sont détaillées en utilisant des éléments de vocabulaire spécifiques à la typographie.

Pour naviguer ces questions d'accessibilité visuelle et faire les bons choix, plusieurs créateurices-auteurices se fient aux retours de leurs abonnés, en leur proposant parfois une comparaison entre plusieurs versions de leurs publications (I11. 56b, 56c). Les votes et réactions des abonnés révèlent une attention des lecteurices à l'identité visuelle des comptes, comme l'explique D'ou : « C'est à cette occasion-là qu'on m'a beaucoup renvoyé 'ah non ne change pas, on reconnaît bien ta patte' et je n'avais même pas pensé à ça¹¹¹ ».

Les discussions sur l'accessibilité peuvent amener les créateurices à une réflexion sur leur identité visuelle et à leurs choix graphiques. Emy (@faitsminisme) explique avoir progressé petit à petit, en demandant aux abonnés de voter entre différentes versions. Elle a découvert par exemple que les textes en drapeau¹¹² étaient plus lisibles que les textes justifiés¹¹³.

110 @petitelectureinclusive, publication Instagram, 8 mars 2022.

111 *Barbara, D'ou, @dou.interjection.dexasperation.

112 Texte ni justifié ni centré.

113 *Emy, @faitsminisme, entretien du 4 novembre 2022.

Outre les modifications de la mise en page ou des polices de caractère, certains comptes font le choix de décliner leurs publications textuelles en plusieurs versions. @prideradicale, qui diffuse entre autres les informations relatives à l'organisation de la manifestation de la Pride Radicale à Paris, choisit de publier une page de titre avec la charte graphique habituelle du compte, suivie d'une seconde version qui reprend le même texte en noir et blanc et avec des lettres moins déformées¹¹⁴.

Sur son compte d'information sur la multiracialité, @marine.mom.kreol publie ses posts sous forme de vidéos, pour que les personnes qui ont des difficultés de lecture puissent écouter l'information transmise. @marine.mom.kreol retranscrit également le texte des posts en commentaires, car les légendes des posts Instagram ne peuvent dépasser une longueur de 2200 caractères. Ces stratégies pour rendre le texte plus accessible viennent des contraintes du format de post d'Instagram, qui a généralisé pour les comptes d'information la publication de textes sous forme d'image¹¹⁵.

Ces astuces ont toutefois leurs limites : la vidéo consomme davantage de données mobiles et peut ralentir l'affichage sur des appareils plus anciens ou avec une mauvaise connexion ; la transcription en texte alternatif n'est disponible aisément que pour les utilisateuices de lecteurs d'écran ; la transcription manuelle postée en commentaire peut se retrouver séparée en plusieurs morceaux si le post est très long, ou noyée dans la masse des commentaires. L'accessibilité d'un post Instagram nécessite toujours une négociation, une contorsion plus ou moins efficace.

Notons que beaucoup de conseils de typographie et de mise en page pour améliorer l'inclusivité et l'accessibilité des publications sur Instagram ne sont pas spécifiques à la prise en compte des handicaps visuels : on peut les retrouver dans les cours et manuels de design graphique. Or, ce sont bien les problématiques d'accessibilité spécifiques aux personnes handicapées qui amènent ces créateuices vers la réflexion, l'implémentation de quelques changements, voire la refonte totale de leur identité visuelle.

L'attention à l'accessibilité devient alors un point d'entrée spécifique dans les techniques et le vocabulaire du design graphique pour les créateuices de comptes Instagram féministes. Els se tournent plus volontiers vers des comptes

114 @prideradicale, publication Instagram, 18 juin 2022.

115 Marie-Anne Paveau, « Technographismes en ligne. Énonciation matérielle visuelle et iconisation du texte », *Corela. Cognition, représentation, langage*, HS-28, 11 juin 2019.

comme @bleurenard_studio que vers des tutoriels de mise en page plus classiques et moins explicitement orientés vers la prise en compte des handicaps ou des neuro-atypies.

Pédagogie et antiélitisme

Un second versant de l'accessibilité des discours féministes concerne leur adaptation à des publics variés, qui n'ont pas tous le même degré de politisation ou de maîtrise du vocabulaire féministe.

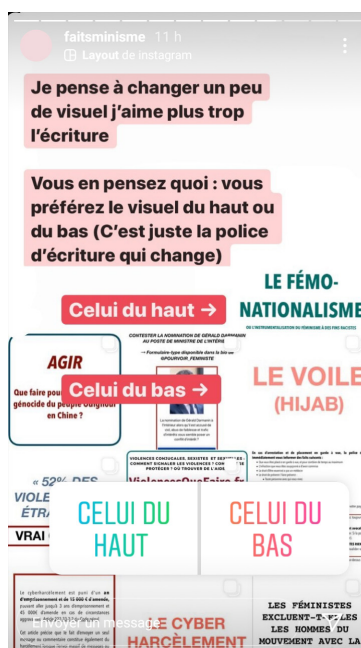
Marine, créatrice du compte @seum_euse, aborde plusieurs fois au cours de l'entretien l'importance qu'elle accorde à l'accessibilité de son discours. Elle partage régulièrement dans ses stories le contenu d'autres comptes en sélectionnant attentivement ce qui sera « accessible » ou non, et craint que certains contenus soient trop complexes ou trop « radicaux » pour son audience¹¹⁶. Elle compare sa démarche à celle d'autres comptes avec lesquels elle a parfois collaboré, comme celui de @marine.mom.kreol, qu'elle estime être un compte riche et passionnant mais « pas accessible¹¹⁷ » pour un lectorat qui aurait peu de culture politique. Lorsqu'elle prépare ses posts, Marine se demande si ses élèves (lycéen·es) pourraient la lire et la comprendre. Elle souhaite exposer son travail dans des lieux qui ne sont « pas prestigieux¹¹⁸ », et donne des exemples de petits centres culturels ou de Maisons des Jeunes et de la Culture (MJC).

Sur Instagram, au cours de la période d'observation flottante, les questions d'accessibilité du discours militant sont revenues régulièrement, et ont fait l'objet de posts comme de stories. Les remarques portent, selon les comptes, sur la notion de « porte d'entrée » du militantisme, sur la maîtrise du vocabulaire, ou encore sur la longueur des textes.

116 *Marine Gohier, @seum_euse.

117 **Ibid.*

118 **Ibid.*



111.56 - Accessibilité.

56a. @bleurenard_studio, « Mon secret pour choisir des typos lisibles », 24 janvier 2022. @bleurenard_studio publie des conseils et tutoriels sur l'accessibilité des contenus sur Instagram, conseils suivis par nombre de comptes militants et féministes, comme en témoignent les commentaires sous les publications, ainsi que l'entretien avec Emy.

56b. @faitsminisme, story Instagram du 25 août 2020.

56c. @faitsminisme, story Instagram du 27 février 2022. Au cours de la vie de son compte, Emy demande plusieurs fois l'avis de ses abonnés sur la lisibilité de ses publications.

En story à la une, aux côtés de tutoriels pour se lancer dans le collage, de comptes-rendus de manifestation et de consignes aux photographes, @collages_femicides_paris écrit :

Pour faire partie des collages : pas besoin d'avoir un langage militant et de connaître tous les codes, le lexique et le vocabulaire. Ce n'est pas ça qui rend un propos légitime et pertinent. Tu as le vécu c'est ça qui rend légitime. Il ne devrait pas y avoir de barrière au niveau de la langue au sein du militantisme. Il n'y a pas de question bête et il n'y a pas de pensée plus légitime qu'une autre¹¹⁹.

Le fait qu'un groupe de collages produise un tel communiqué suggère que le sentiment d'une illégitimité à militer lorsque l'on a une faible maîtrise des codes et du vocabulaire féministe est un obstacle à l'engagement.

Lors des entretiens, plusieurs enquêtés se définissent elleux-mêmes ainsi que leur compte comme féministe, sans pour autant employer beaucoup de vocabulaire spécifiquement féministe en bio de leur comptes ou dans leurs publications. C'est le cas pour @sexisme_ordinaire_stop, @femicides2019, @violences_women, @leoparde__, @byebye_pilule. Léoparde prête une attention particulière à l'accessibilité de son discours :

Les gens n'ont pas forcément envie de lire, s'ils ne tombent pas sur une publication comme ça, ils ne vont pas aller la chercher. Du coup j'essaie de simplifier au maximum. [...] À chaque fois que je fais quelque chose, il faut que ce soit accessible à tout le monde, de celle qui est en cinquième à la personne qui est à la retraite ! Donc je fais quelque chose de vraiment accessible. Les schémas c'est un peu universel, ça convient à tout le monde¹²⁰.

Par ses choix graphiques, Léoparde incite le public à lire une publication sur un sujet qui le concerne mais qui est vécu comme « difficile¹²¹ », et veille à une bonne compréhension du message pour une diversité de lectureuses. Elle fait le choix de la vulgarisation plutôt que celui de l'exhaustivité.

119 @collages_femicides_paris. Story à la une « Légitimité/FAQ », juin 2020.

120 *Léoparde, @leoparde__.

121 *Ibid.

Le rendre-accessible comme travail : les créateur·ices de comptes Instagram aux prises avec les travailleur·euses du design graphique

Ces quelques exemples nous montrent combien l'inclusivité et la lisibilité sont affaire de tâtonnement, de montée en compétences en design graphique, et de découvertes (donc de curiosité) en matière de contenu pédagogique. L'attention portée à l'accessibilité visuelle en particulier ouvre une piste de réflexion sur les contributions des designers graphiques aux productions féministes et militantes en général sur les réseaux sociaux : comment transmettre des compétences de design graphique d'une manière adaptée aux besoins et envies des féministes d'Instagram ?

La question du ton et de la juste place des designers est essentielle. Une de mes premières interactions avec Emy portait justement sur des conseils de graphisme non sollicités qu'elle avait reçus, assortis de commentaires désobligeants sur la qualité graphique de son compte. Surtout, lorsqu'un designer lui propose ses services, une fois encore sans y être invité, Emy perçoit un ton hostile dans la phrase « il faudra payer » : le fait que le graphiste le précise la laisse penser qu'il sous-estime hâtivement sa connaissance de la valeur du travail graphique¹²². Sans budget à consacrer pour embaucher un graphiste, elle hésite même à demander conseil à ses proches, pour éviter au maximum de faire travailler son entourage gratuitement¹²³, et ne pas reproduire entre pairs les mêmes mécanismes que ceux qui traversent le monde professionnel.

Dans le second entretien, conduit deux ans plus tard, Emy exprime sa gratitude envers @bleurenard_studio et l'aide que ce contenu lui a apportée. Mais elle se questionne aussi sur l'éthique qu'il y a à « profiter » de ce contenu pédagogique fourni gratuitement par la designeuse :

Ce que fait @bleurenard_studio, moi je trouve que c'est super : partager des connaissances que d'autres peuvent utiliser sur le militantisme. Après encore une fois, le problème c'est que c'est gratuit, donc la personne n'est pas rémunérée. C'est ça qui est gênant¹²⁴.

122 *Emy, @faitsminisme, entretien du 3 décembre 2020.

123 **Ibid.*

124 *Emy, @faitsminisme, entretien du 4 novembre 2022.

Au fil de la conversation, Emy change d'avis et envisage davantage cet élément sous l'angle de l'entraide, d'un échange réciproque : elle diffuse et décortique des informations juridiques gratuitement, et Jojo partage gratuitement sur son compte @bleurenard_studio une partie de ses savoirs en design graphique.

L'ensemble des créateuices interrogés connaît la valeur du travail graphique, et comprend les difficultés des designers à qui l'on demande souvent de travailler gratuitement¹²⁵ ou « pour la visibilité ». Cela entre en résonance avec leur propre sensibilisation aux enjeux du travail invisible et du travail gratuit, thématique récurrente et historique des luttes féministes. Cependant, ce souhait de lutter contre le travail gratuit se heurte à la réalité de la précarité du travail effectué sur Instagram : il est très difficile de percevoir des revenus d'une activité féministe, et plus difficile encore d'être en mesure d'embaucher une designeuse graphique.

La possibilité de rémunération du travail effectué sur Instagram amène avec elle des questionnements éthiques.

5.3.2. **Rémunérer le travail militant ?**

Éthique de rémunération

Pour Alex' (@antipatriarcame_), dégager des revenus de ses activités en ligne correspond à un souhait de préserver l'autonomie financière que sa maladie rend difficile. Æl se questionne régulièrement sur le fonctionnement de son compte et ses diverses présences en ligne, sur ce qui peut être monétisé ou non : « est-ce que je peux monétiser un visuel politique¹²⁶ ? » Sans pouvoir répondre clairement à cette question au moment de l'entretien, æl choisit de produire des illustrations « moins politiques¹²⁷ » en apparence.

125 Des initiatives en ligne sensibilisent le grand public à ces questions. Deux exemples : la page Instagram @mange.ta.passion dénonce notamment les concours de graphisme qui font travailler gratuitement de jeunes designers, et le blog *BD Mon maçon était illustrateur* (2013-2014) montre la précarité des conditions de travail des artistes-auteurs en appliquant les mêmes conditions au métier de la construction, ce qui donne des situations absurdes. En ligne : monmacon.tumblr.com

126 *Alex', @antipatriarcame_.

127 *Ibid.

Alex' arbitre ses choix à partir d'une question :

Si j'arrête de faire ça, quels sont mes autres moyens de subsistance ?
 [...] Le plus éthique c'est quand même de réussir à survivre¹²⁸.

Afin que les contributions monétaires à son travail restent optionnelles et basées sur le volontariat, Alex' a préféré la plateforme Utip à Patreon. La première est une plateforme de dons, sur laquelle les internautes peuvent donner une somme libre, souvent modeste (*tip* signifie pourboire). La seconde fonctionne sous la forme d'un abonnement mensuel. Au moment de l'entretien, les donateuices sur Utip ont accès à un serveur Discord, espace d'échange qui crée une plus grande proximité entre Alex' et certains de ses abonnés, et permet aux abonnés d'échanger entre elleux, de se rencontrer à partir d'un intérêt commun pour les sujets explorés sur les chaînes Twitch et Youtube d'Antipatriarcame.

Sur Instagram, une autre source de revenus pour les créateuices de contenu est le partenariat – rémunéré ou non – avec des entreprises, pratique qui s'inscrit dans le marketing d'influence¹²⁹. Anaïs (@byebye_pilule) a accepté quelques partenariats non rémunérés : elle recevait gratuitement des produits et en faisait la promotion sur son compte. Elle raconte avoir regretté sa décision sur certains produits. D'une part, elle a parfois eu l'impression de s'éloigner du sujet principal du compte avec certains partenariats, comme la promotion d'une huile contenant du CBD¹³⁰. D'autre part, elle estime que le prix de certains produits les rend inaccessible pour la majorité de son public : elle cite l'exemple d'un thermomètre de symptothermie commercialisé à plusieurs centaines d'euros. Interrogé sur le partenariat, Alex' explique qu'il n'exclut pas cette source possible de revenu pour son compte, mais estime sa réalisation peu probable compte tenu des sujets

128 *Alex', @antipatriarcame_

129 « Les personnes physiques ou morales qui, à titre onéreux, mobilisent leur notoriété auprès de leur audience pour communiquer au public, par voie électronique, des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause quelconque exercent l'activité d'influence commerciale par voie électronique. » Article premier de la Loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux.

130 Le cannabidiol (CBD) est une substance naturellement présente dans le cannabis, et utilisée dans des produits contre le stress, les douleurs chroniques ou les spasmes musculaires. Les produits à base de CBD ne sont pas des dispositifs médicaux mais sont considérés comme des compléments alimentaires.

qu'ael aborde sur son compte – notamment l'anarcha-féminisme et les luttes anticarcérales.

Les hésitations d'Anaïs à propos des partenariats, tout comme les questionnements d'Alex' sur l'équilibre entre son autonomie financière et ses convictions politiques, montrent que la recherche d'une forme de rémunération pour la quantité de travail et le temps investis sur Instagram est accompagné d'une réflexion éthique.

Une activité rémunérée n'est pas toujours synonyme d'une activité à but lucratif : pour Marine (@seum_euse) et Emy (@faitsminisme), percevoir une rémunération est avant tout un moyen de rentrer dans leurs frais, de rester à l'équilibre.

Marine a changé de modèle de financement au fil du temps et du développement du compte. Elle a commencé en 2019 avec un fonctionnement proche d'une commande d'illustration classique : un dessin payant, qu'accompagnait l'autorisation de publier le dessin sur son compte. Courant 2022, elle choisit de ne plus faire payer les dessins. Ce passage à la gratuité a soulagé Marine d'une pression supplémentaire sur son travail, en lui permettant de dessiner à son rythme, de faire des pauses lorsqu'elle en ressent le besoin¹³¹. Elle souhaitait rendre son travail plus accessible à ceux qui n'ont pas le budget nécessaire pour commander un dessin. Marine a également choisi de ne pas vendre les originaux de ses dessins lors de ses expositions, préférant commercialiser des « goodies » comme des affiches, des sacs ou mugs. Les ventes sont réalisées au profit de l'association qu'elle a créée pour financer @seum_euse, et lui permettent de renouveler son matériel de dessin et de couvrir les frais engendrés par ses expositions (déplacements ou achats de cadres par exemple). L'utilisation de matériel graphique de basse ou moyenne gamme est un choix économique, politique et esthétique :

Les textures en fait c'est juste que je dessine avec des crayons pas très chers, sur du papier pas très cher, donc ça me plaît. Je fais exprès ! Parce que des fois on me l'a reproché¹³².

131 *Marine Gohier, @seum_euse.

132 *Ibid.

Elle a reçu des conseils non sollicités sur son choix de matériel, notamment une recommandation pour du papier dit « lay-out », qui lisse les dessins au feutre à alcool. Au-delà de son goût personnel pour les textures et les superpositions, utiliser du matériel peu onéreux est un moyen pour Marine de rendre visible le coût de son projet, la difficulté de le financer, et le droit d'utiliser du matériel supposément inadapté. Au moment de l'entretien, Marine prévoit de futurs partenariats, et reçoit gratuitement des livres via les services de presse de plusieurs maisons d'édition.

La démarche d'Emy (@faitsminisme) s'inscrit elle aussi dans cette optique de « rentrer dans ses frais ». En février 2020, Emy crée plusieurs compositions pour imprimer des autocollants, et crée une cagnotte pour en financer l'impression. Elle les envoie ensuite gratuitement par voie postale à ceux qui le souhaitent, et en donne aux associations de sa ville. Les personnes qui contribuent à la cagnotte ne sont donc pas nécessairement celles qui commandent ensuite les autocollants. Toutefois, la logistique d'envoi est plus complexe que ce qu'Emy avait prévu, car obtenir les adresses de toutes les destinataires et suivre les envois s'est avéré très fastidieux. Emy change alors de système : les stickers deviennent payants, et leur vente sert uniquement à financer l'hébergement de son site internet et une partie de l'abonnement à la version professionnelle de Canva. Cette vente d'autocollants permet d'allier le financement de l'activité de @faitsminisme à l'accompagnement des victimes de violences : les messages des stickers sont des rappels juridiques accompagnés d'un lien vers le site violencequefaire.fr. C'est un moyen d'offrir une contrepartie à un don, ce qui le rend plus attrayant. Emy décrit ces ventes comme un « juste milieu¹³³ », car elle dépense elle-même de l'argent dans des abonnements (à Médiapart et à Canva par exemple) et dans l'hébergement du site.

Ça me semble raisonnable en fait, ce juste milieu entre se faire de l'argent dessus et en même temps se rémunérer un petit peu¹³⁴.

La distinction entre « se faire de l'argent » et « se rémunérer » confirme qu'Emy n'envisage pas la vente d'autocollants comme une activité à but lucratif.

133 *Emy, @faitsminisme, entretien du 4 novembre 2022.

134 **Ibid.*

Les ventes sont d'ailleurs très ponctuelles : Emy a clôturé la deuxième dès que l'objectif de financement de son site internet a été atteint.

D'où (@dou.interjection.dexasperation) possède également un compte Tipee, créé pendant une période de précarité. La rémunération qu'elle perçoit par ce biais ne dépasse pas quelques dizaines d'euros. Ces participations « symboliques » concrétisent l'intérêt des abonnés pour ses textes et lui donnent un regain de motivation, l'aidant à considérer que « c'est vraiment du travail¹³⁵ ». Cela témoigne d'une attention au travail gratuit et au travail invisible, thématiques récurrentes dans les discours féministes¹³⁶.

Travail gratuit

Pour @sexisme_ordinaire_stop, le travail gratuit est associé aux attentes spécifiques des abonnés. Ces attentes peuvent peser lourdement sur les créatrices de contenu : elle parle de personnes en attente d'un « service », ce qui se traduit par des sur-sollicitations¹³⁷. Plusieurs fois au cours de l'entretien, elle compare son activité amateur et non rémunérée au travail d'influenceuses et de créatrices de contenu à temps plein, qui essaient d'en vivre, et a de l'empathie pour leurs difficultés – notamment à l'égard des ajustements contraints avec l'algorithme, ou des rythmes qui leur sont imposés.

Pour Anaïs, le travail gratuit qu'elle fournit sur son compte est directement lié au travail graphique effectué. Un peu avant la sortie de son ebook d'information sur le sevrage de la pilule contraceptive, elle produit une longue vidéo, toujours disponible à ce jour en story à la une, dans laquelle elle détaille les raisons de son choix de diffuser son ebook gratuitement¹³⁸. Craignant que ce choix donne l'impression que le travail graphique des autres n'a pas de valeur, elle a le sentiment de donner un mauvais exemple. Elle s'en excuse et s'explique à plusieurs reprises

135 *Barbara, D'où, @dou.interjection.dexasperation.

136 Dans les années 2010, de nombreuses internautes ont été sensibilisées à l'invisibilisation de certaines formes de travail, dont le travail domestique, à travers les bandes dessinées d'Emma, publiées sur un blog puis sous forme d'albums. Voir Emma, *Un autre regard*, Paris, J'ai lu, 2018, vol.1.

137 *@sexisme_ordinaire_stop.

138 @byebye_pilule, Story à la une « Ebook Sevrage », février 2021.

auprès des créateuices et graphistes. En entretien, elle mentionne à nouveau l'image qu'elle renvoie à cette part de son public :

| Imagine tu as un graphiste qui passe par là¹³⁹...

Son compagnon étant lui-même graphiste, il lui explique à plusieurs reprises la valeur de son travail.

Toutefois, l'objectif d'accès à l'information, motivé aussi par sa propre expérience, prend le dessus sur les hésitations d'Anaïs : « c'était inimaginable de ne pas mettre ce contenu gratuit¹⁴⁰ ». Cet accès à l'information prime pour elle sur le fait de se rémunérer. Elle évoque un second argument : un doute sur le fait que la qualité de son travail – mais aussi son statut d'amatrice, de non-professionnelle de santé – mérite rémunération. Elle dit : « je ne me sentais pas légitime¹⁴¹ ».

Néanmoins, ses abonnés ont souhaité contribuer d'une manière ou d'une autre. Elle a donc proposé de reverser l'argent reçu à une association. Le malaise ressenti par Anaïs semble trouver son pendant parmi ses abonnés : l'appréhension de la créatrice face à la question d'oser se rémunérer ou non rencontre la gêne de son public à l'idée de bénéficier gratuitement de ce travail conséquent. Pourtant, la plupart des informations compilées dans l'ebook était déjà disponible sous une autre forme sur @bybye_pilule. Il semble que la valeur ajoutée de l'ebook réside non seulement dans le travail de recherche et de rédaction, mais aussi dans le travail de mise en page, qui fait que l'ebook est perçu comme un objet achevé et abouti, plus « sérieux » que le contenu du compte.

5.3.3. Être pris·e au sérieux

Une esthétique « professionnelle »

Dans les entretiens, les créateuices interrogées ont fréquemment exprimé leur intention de produire du contenu propre, sérieux et professionnel. Il s'agit dans cette section de comprendre ce qui est entendu comme « professionnel », comment le graphisme y contribue, et comment les créateuices-auteuices dosent le

139 *Anaïs Bonhome, @bybye_pilule.

140 **Ibid.*

141 **Ibid.*

degré de professionnalisme et de sérieux qui leur semble convenir aux propos de leur compte.

Emy, créatrice-auteurice du compte @faitsminisme, avait l'intention de construire des posts sérieux et professionnels dès la création du compte, et emploie ces mots de façon répétée pendant nos deux rencontres. Elle souhaitait produire quelque chose qui ressemble à un « vrai document » comme un article ou un livre, et cherchait une certaine sobriété¹⁴². Dans le premier entretien, elle se pose la question de la « décrédibilisation » possible du contenu féministe sur Instagram, lorsque celui-ci est présenté avec plus de couleurs ou de fantaisies graphiques, en précisant que « les gens qui ne connaissent pas, ils cherchent quelque chose de sérieux¹⁴³ ». Elle relie donc le besoin d'information des lectureuses potentielles à un besoin de sérieux, de professionnalisme. Cela se traduit graphiquement sur le compte @faitsminisme par l'utilisation d'une police à empattements dans les stories, par une relative absence de couleurs et d'images, et par la présence d'extraits de documents juridiques et d'articles de presse, dans les premiers posts notamment. Pour Emy, les captures d'écran montrant les documents auxquels elle fait référence renforcent la fiabilité du propos :

Je *screeene*¹⁴⁴ l'extrait du rapport pour que les personnes puissent savoir que c'est fiable, que ce n'est pas « Ah je l'ai vu sur Insta ». Comme ça, les personnes ont vu la ligne du rapport qui dit que c'est vrai¹⁴⁵.

Pour faciliter la lecture et l'intégration de ces captures d'écran au propos qu'elle développe, Emy utilise plusieurs effets graphiques. Dans certains posts, des surbrillances colorées permettent d'expliquer les chiffres (Ill. 57a). Des titres de presse sont insérés avec un effet d'ombre (Ill. 57b), qui leur donne un aspect de post-it : c'est un indice qu'ils sont considérés comme des illustrations du propos plutôt que comme des sources à proprement parler. Dans une autre publication sur le port du soutien-gorge, des extraits d'articles scientifiques sont encadrés d'une bordure noire pour les distinguer visuellement du propos d'Emy.

142 *Emy, @faitsminisme, entretien du 3 décembre 2020.

143 **Ibid.*

144 Anglicisme pour « faire une capture d'écran ».

145 *Emy, @faitsminisme, entretien du 3 décembre 2020.

Lors du second entretien¹⁴⁶, Emy est toujours attachée à un certain sérieux mais dit s'autoriser des formats plus spontanés, comme la réutilisation de stories dans des posts ou l'utilisation de pictogrammes. La police de la page de titre des posts est une linéale plutôt droite, toute en capitales, mais celle des slides suivantes est plus douce, plus arrondie. Emy utilise ponctuellement des bulles et une police évoquant une écriture manuscrite, au tracé très arrondi et à la ligne de base irrégulière, qui apportent une forme de proximité et de familiarité au propos, par exemple dans un post de présentation de son site internet violencesquefaire.fr (I11. 57c). La mise en page et les polices utilisées varient légèrement d'un post à l'autre, mais on peut percevoir une recherche d'équilibre entre la familiarité et le sérieux.

Les informations sont toujours soigneusement référencées, et Emy explique dans le second entretien qu'elle met davantage en avant sa posture de juriste : « ça donne un côté sérieux, le fait que ce soit une juriste qui partage¹⁴⁷ ». Nous verrons un peu plus tard que ce changement d'attitude est lié à l'évolution de son compte au cours du temps, et à l'influence de sa profession sur ses pratiques graphiques.

@connaissance_contre_ignorance mentionne en entretien un fond « neutre », mais ne s'étend pas sur le sérieux ou le professionnalisme du compte¹⁴⁸. Celui-ci est toutefois rigoureusement organisé et structuré jusque dans les moindres détails : chaque post a un code couleur et un hashtag suivi d'une initiale référant la thématique abordée (#F pour féminisme, etc.). Les légendes des publications comportent un sommaire ainsi que les références des textes cités. Les choix graphiques confèrent aux publications – surtout aux pages de titre – une élégance et un sérieux presque austères : fond écru, texte noir et rouge, titre centré dans une Didone toute en capitales, liseré noir avec une marge, numéros de parties exprimés en chiffres romains (I11. 57i). Seule la signature semble tassée dans la marge inférieure du carré. Ces détails amènent une ressemblance saisissante, bien que fortuite, entre les pages de titre des posts de @connaissance_contre_ignorance et les couvertures de l'emblématique Collection Blanche des éditions Gallimard (I11. 57h).

Sur les publications les plus récentes, cette austérité graphique est cassée par l'ajout de petites illustrations et/ou de cadres colorés indiquant la thématique de la publication (I11. 57g).

146 *Emy, @faitsminisme, entretien du 4 novembre 2022.

147 *Ibid.

148 *Alex, @connaissance_contre_ignorance.

Le document de politique transversale 2020

« Au PLF 2020, 1,116Md€ en AE et 557M€ en CP (...) sont déclarés mobilisés par les ministères ayant identifié dans leur(s) programme(s) les crédits consacrés à la politique transversale. » (p.15)

Qu'est-ce que ça signifie ?

1,116Md€ en AE → Les ministères **AVAIENT LE DROIT d'allouer 1,116 milliards d'€** à l'égalité femme-homme en 2020

557M€ en CP → Les ministères **ONT PRÉVU d'allouer 557 millions d'€** à l'égalité femme-homme.

DONC, ce sont 557 millions d'euros qui seront consacrés à l'égalité femmes-hommes. Pas 1,116 milliards.

Source : Document de politique transversale de la Loi de finances 2020, site gouvernemental (budget.gouv), Page 15

En 2019 a eu lieu le Grenelle contre les violences conjugales. Dans ce cadre, de nombreux collectifs féministes avaient réclamé que le gouvernement augmente le budget pour la lutte contre les violences faites aux femmes (pour une meilleure prise en charge des victimes, meilleure prévention, améliorer les mesures existantes pour protéger les femmes, formations, éducation...). 149 féminicides ayant eu lieu en 2019, il semblait urgent d'augmenter les moyens pour lutter contre cela.

Le gouvernement a alors annoncé qu'un milliard d'euros seraient consacrés à cette cause.

Plus d'un milliard pour l'égalité femmes/hommes en 2020, affirme Schiappa

Égalité femmes-hommes : plus d'un milliard d'euros de budget, selon Marlène Schiappa

Budget égalité femme-homme : 1,116 milliard d'euros en 2020, dont 75% (854 millions d'euros) vont partir à l'étranger

ACTION NATIONALE ! 1 MILLIARD CONTRE LES VIOLENCES

L'ENQUÊTE INTERNE AU TRAVAIL : LE LANCEMENT DE L'ENQUÊTE

J'AI VÉCU DES VIOLENCES SEXUELLES ET J'AI BESOIN D'EN PARLER

JE CHERCHE UNE AVOCAT·E SPÉCIALISÉ·E

JE ME POSE DES QUESTIONS SUR MON COUPLE, EST-CE DE LA VIOLENCE SI...

TU N'ES PAS SEUL·E DES RESSOURCES EXISTENT

ViolencesQueFaire.fr

Qui peut-on solliciter en cas de problème ? (Harcèlement sexuel, harcèlement moral...)

Pour en parler, avoir du soutien, et s'informer :

- Médecine du travail (confidentiel)
- Syndicats et représentantes du personnel (vérifier que c'est confidentiel)
- Défenseur des droits (chercher « défenseur des droits » sur internet)
- AVFT (Association contre les violences faites aux femmes au travail, chercher AVFT sur Internet)
- Points justice : trouver un point justice près de chez vous en allant sur ViolenceQueFaire.fr, dans l'onglet Travail (lien dans ma bio)

Pour s'informer et/ou faire un signalement :

- Voir s'il existe des référentes égalité dans votre structure
- Possibilité de passer par la médecine du travail pour donner du poids au signalement
- Vous pouvez signaler aux RH, à votre encadrement

111.57 - Sérieux et professionnalisme.

Publications Instagram de @faitsminisme.

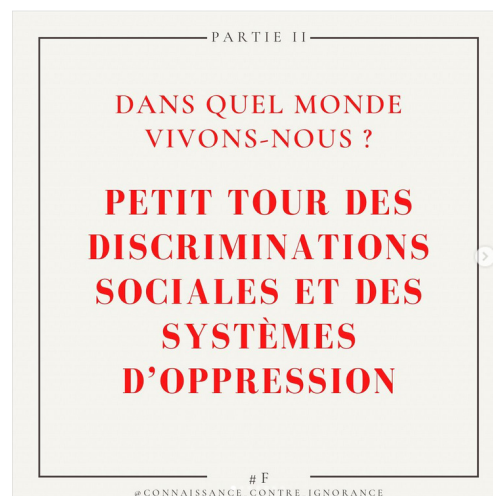
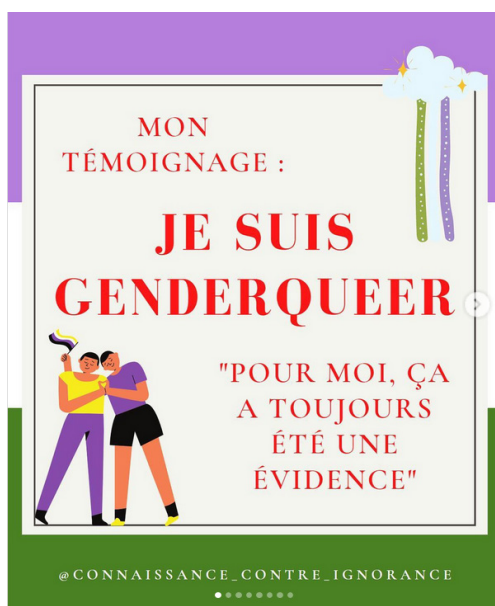
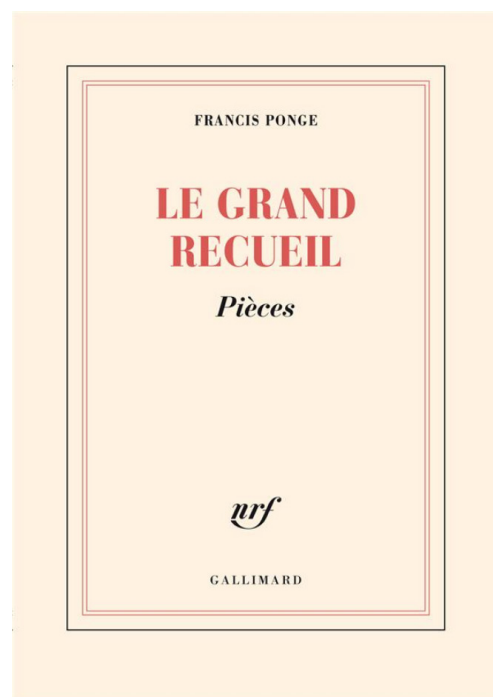
57a . 10 février 2020, slide 2.

57b . Idem, slide 6.

57c . 8 mars 2023.

57d . 23 juin 2023, slide 1.

57e . Idem, slide 2. Emy republie dans son *feed* du contenu précédemment publié en story. La première slide est une page de titre, en harmonie avec l'identité visuelle du compte, et les slides suivantes sont des captures d'écran de la story, reproduites telles quelles. Le format est plus spontané que ses publications habituelles, mais la police à empattements dans son cadre blanc conserve un certain sérieux.



Sérieux et professionnalisme - suite.

57f. @payetaplaite, publication Instagram, 14 août 2019, slide 1.

57g. @connaissance_contre_ignorance, Publication Instagram, 29 janvier 2023, slide 1.

57h. Exemple de couverture de la collection blanche, Gallimard.

57i. @connaissance_contre_ignorance, Publication Instagram, 30 juillet 2021, slide 1.

On retrouve le choix des couleurs rouge et noire pour le texte chez @payetaplainte (I11. 57f), qui décrit ce contraste comme sérieux. Elle explique vouloir « donner une certaine neutralité, une certaine gravité presque, aux témoignages¹⁴⁹ ». Elle n'a pas souhaité utiliser de couleurs vives, pour s'accorder avec le sérieux du sujet abordé sur le compte : « Je ne me sentais pas d'évoquer des sujets de viol, d'agression, avec un rose pétant derrière¹⁵⁰ ».

Inès, l'une des trois créatrices-autrices de @detendstonpuff, la rejoint : « Tu ne vas pas te mettre un fond zébré pour parler de ce genre de sujet, ce serait lunaire¹⁵¹ ». Dans ces propos, on lit une conscience de la gravité des sujets abordés, et de l'importance que jouent les choix graphiques dans le ton des publications.

Toutefois, les créatrices de @payetaplainte et @faitsminisme parlent de leur propre démarche sans porter de jugement de valeur sur les choix des autres comptes. Emy remarque : « Sur Instagram on trouve beaucoup de contenu tout beaux, roses, et je trouve ça super parce que ça attire le regard, ça fait envie¹⁵² ».

De même, la principale référence de @payetaplainte pour la création de son compte est le projet Paye Ta Shnek d'Anaïs Bourdet, qui utilise majoritairement un texte blanc sur fond rose, ou rose sur fond bleu. @payetaplainte n'a pas été dérangée ou heurtée par cet emploi de la couleur, mais explique son propre choix en disant qu'elle ne se « sent pas¹⁵³ » de faire différemment. Son discours suggère l'existence d'un juste milieu, un juste niveau de sérieux à trouver :

Ce qui était important pour moi c'était la lisibilité et quelque chose qui fasse sérieux. Pas sérieux dans le mauvais sens, mais sérieux dans le sens : le sujet n'est pas à prendre à la légère. [...] Je me voyais pas mettre un Comic sans MS, pour parler de sujets parfois un peu lourds¹⁵⁴.

Le « mauvais sens » du sérieux tendrait vers l'austérité, ce que @payetaplainte souhaitait éviter. Il y a dans la pratique de ces créatrices-autrices l'idée d'une négociation graphique, la recherche d'un équilibre, afin de produire quelque chose qui soit sérieux sans être froid ou austère. On perçoit ici que l'usage de la

149 * @payetaplainte.

150 * *Ibid.*

151 * Inès, @detendstonpuff.

152 * Emy, @faitsminisme, entretien du 3 décembre 2020.

153 * @payetaplainte.

154 * *Ibid.*

couleur ou de fantaisies graphiques ne paraît pas toujours inadapté par nature, mais que c'est un choix qu'il faut assumer, qu'il faut en quelque sorte pouvoir se permettre.

L'évolution du compte d'Emy est particulièrement éclairante sur ce point. Cette dernière prend conscience, au fil du temps, du fait que le sérieux de ses publications ne repose pas que sur l'austérité ou la simplicité graphique. Elle s'autorise progressivement des formats plus spontanés, des images, des caractères plus familiers. Inès de @detendstonpuff ou Anaïs de @byebye_pilule sont plus à l'aise avec les couleurs, motifs, superpositions d'images et couleurs plus vives, sans renoncer au sérieux de leurs publications. Inès indiquait ne pas vouloir « se cacher derrière du fun » (cf. 4.2.3), mais considère avoir droit à une forme de légèreté, qu'elle formule en disant avec humour « on n'est pas chez Larousse », « on n'est pas Le Monde¹⁵⁵ ».

On retrouve la considération de cet aspect sérieux, voire grave et solennel, chez les colleuses interrogées. Elle transparaît davantage dans l'attitude des colleuses dans l'espace public : pour Saule, « faire un selfie serait indécent¹⁵⁶ ». De même, les colleuses ne se photographient pas en train de sourire ou de rire devant les collages. Les postures sont plutôt celles de l'action en train de se faire, de l'agenouillement devant le collage, ou encore une posture de lutte, poing levé par exemple. Il y a un esprit de gravité et de dignité à respecter.

L'alignement des lettres a lui aussi son importance, en filigrane : pendant les trois séances que j'ai observées, la personne qui faisait le guet, puisqu'elle avait un peu de recul sur le collage, donnait des indications sur l'alignement de celui-ci. Comme tout le corps est en mouvement pendant l'encollage, et qu'il nécessite d'être très proche du mur, il est difficile de voir l'inclinaison du collage que l'on est en train d'afficher. J'ai parfois entendu des rires embarrassés face à des collages affichés visiblement en biais : ceux-ci sont toujours perçus avec légèreté et sans gravité, mais on sent une préférence pour les collages droits.

155 *Inès, @detendstonpuff.

156 *Saule, collages féministes Saint-Étienne.

Certaines colleureuses veillaient aussi à placer une feuille blanche entre chaque mot, plutôt qu'un espace qui laisse le mur visible. Maria raconte, au sujet du lien entre l'alignement des lettres et la force du message :

Il est un peu comme ça [montre ses mains paumes vers moi et les incline à droite et à gauche], on dirait que les lettres dansent. [Rires]. Le slogan c'est « Non c'est non », et à la façon dont s'est disposé, on dirait que c'est un truc tout gentil¹⁵⁷.

Maria ne considère pas que cette disposition inégale des lettres rend le collage inefficace, mais souligne tout de même le besoin d'améliorer la technique de collage à la perche, qui est la cause de ces lettres dansantes.

La recherche de sérieux s'exprime donc prioritairement par une certaine sobriété graphique : un alignement régulier des lettres pour les collages, un nombre restreint de coloris, des couleurs neutres comme le blanc et le beige, d'autres empreintes d'une certaine gravité comme le rouge, le gris ou le noir pour les posts Instagram. Pour Servane, du collectif La Grenade, l'aspect professionnel ou sérieux se joue aussi dans la clarté, dans le fait qu'il n'y ait pas trop d'éléments. Elle « essay[e] de faire que ce soit clair » mais se dit toujours tentée d'ajouter du texte pour préciser son propos, des couleurs ou des illustrations¹⁵⁸. Faire relire les publications à d'autres membres du groupe l'aide à trouver un point d'équilibre.

Déformations professionnelles

Les entretiens révèlent un impact de la profession des créateuices-auteuices interrogées sur la construction de leur compte Instagram. Quatre d'entre elles suivent ou ont suivi une formation en droit, et décrivent une sorte de déformation professionnelle qui influe sur leurs choix graphique.

Anaïs (@byebye_pilule) avait l'habitude des « documents très structurés¹⁵⁹ » dans sa précédente profession de clerc de notaire, et cette activité n'est pas étrangère à son choix de construire des posts avec des niveaux de texte soigneusement hiérarchisés. L'indication du temps de lecture vient de ses propres habitudes,

157 *Maria, Collages Féminicides Paris.

158 *Servane, La Grenade collectif féministe, @lagrenadecollectif.

159 *Anaïs Bonhome, @byebye_pilule.

elle dit être « la première à décrocher quand il y a trop de texte¹⁶⁰ ». La créatrice-auteurice du compte @payetaplainte évoque une « déformation du juriste¹⁶¹ » et souligne le quasi-monopole d'usage de la police Times New Roman dans le milieu. Cet « inconscient¹⁶² » graphique, comme elle l'appelle, a pu contribuer à son choix de polices à empattement perçues comme élégantes et sérieuses. C'est le cas aussi pour Emy, qui raconte : « Je suis juriste, je suis en droit, et ça fait des années que mon travail c'est de faire des documents nets¹⁶³ ».

Son désir de produire des posts et stories propres et professionnelles peut venir en partie de sa formation de juriste, mais son emploi de formatrice spécialisée dans la lutte contre les VSS lui a permis de se familiariser avec Canva et a modifié certaines de ses habitudes graphiques. Entre le premier et le second entretien, Emy conçoit ou améliore plusieurs supports de formation dans le cadre de son activité professionnelle. Elle constate les vertus pédagogiques de l'usage de pictogrammes, d'illustrations, de supports visuels variés :

On forme des grandes structures, c'est hyper sérieux, ça donne des attestations aux gens, c'est financé par les organismes de formation. Et pourtant, on fait des quizz, on fait des images-clés, des textes à trous, des trucs hyper pédagogiques, on n'est pas du tout dans la lecture d'un rapport, et les gens adorent et retiennent hyper bien. [...]

De là, je me suis dit, ça ne sert à rien d'être hyper stricte. [...] Et je me suis dit, je vais faire pareil sur Insta, les gens aiment bien les trucs interactifs un peu marrants, les images, et je me suis rendu compte que ça ne dévalorisait pas mon contenu¹⁶⁴.

L'observation au long cours du compte Instagram d'Emy et les deux entretiens effectués à un peu plus de 2 ans d'écart montrent qu'au fur et à mesure qu'elle gagne en aisance et en confiance dans le sérieux et la qualité de ses propos, elle s'autorise davantage de souplesse dans la composition de ses posts et de ses stories.

160 *Anaïs Bonhome, @byebye_pilule.

161 *@payetaplainte.

162 **Ibid.*

163 *Emy, @faitsminisme, entretien du 3 décembre 2020.

164 *Emy, @faitsminisme, entretien du 4 novembre 2022.

Le sérieux et le professionnalisme est au début du compte répété par plusieurs indices graphiques : capture d'écran, police, couleur, simplicité. Partant de posts mis en page avec Pages, avec une volonté de faire primer le fond sur la forme, Emy compose ensuite des posts plus travaillés sur Canva, avec un code couleur plus abouti. Dans un troisième mouvement, elle revient à des formes plus spontanées, et réutilise ses stories pour les publier sous forme de post, en ajoutant simplement une page de titre pour assurer une cohérence graphique sur le *feed* (I11. 57d, 57e). Elle expérimente cette combinaison pour la première fois dans une publication¹⁶⁵ tirée d'une story sur le communiqué de presse du député Adrien Quatennens, mis en examen pour violences conjugales. Cela lui permet de publier le post le jour-même, pour suivre l'actualité. Le nombre de partages est plus élevé que pour ses posts habituels, cela la surprend mais confirme la pertinence de ce choix de mise en page.

Doser la proximité

L'usage combiné des posts et des stories permet de varier le ton et la proximité avec les abonnés. Les stories constituent un espace plus personnel pour Léoparde et Emy :

Quand il s'agit de moi, de mes états d'âme, de trucs personnels, de mon avis sur certaines choses, ce sera en story¹⁶⁶.

Une story ça va vraiment être moi qui raconte [...] mon expérience, mes témoignages¹⁶⁷.

La spontanéité associée aux stories vient de leur caractère éphémère – elles ne sont en ligne que pendant 24 heures – mais aussi des habitudes graphiques de composition. Beaucoup de comptes Instagram féministes observés utilisent directement les fonctionnalités proposées par Instagram pour composer leurs stories, même lorsque leurs publications semblent être mises en page avec une application dédiée. Emy dit avoir essayé plusieurs fois de composer ses stories

165 @faitsminisme, « Analyse du communiqué d'Adrien Quatennens », Publication Instagram, 10 images, 18 septembre 2022.

166 *Léoparde, @leopard_.

167 *Emy, @faitsminisme, entretien du 3 décembre 2020.

avec Canva, mais pour elle comme pour quelques comptes qu'elle suit, cela « tient deux ou trois mois » seulement¹⁶⁸. L'utilisation de Canva permet une plus grande personnalisation, mais rajoute des étapes de mise en page et d'export avant la publication. Cela va à l'encontre de la spontanéité de la story, qui peut s'insérer dans les interstices du quotidien : Emy les rédige parfois dans les transports par exemple.

Barbara (D'où) fait un lien plus direct entre les outils graphiques et la perception de ses stories :

Peut-être qu'il y a trop [de] vernis... Comme si je voulais esthétiser mon propos. [...] Ça me dérange de passer par Canva parce que c'est comme si je voulais glamouriser ce que j'essayais de dire¹⁶⁹.

Barbara rédige ses stories directement depuis l'interface d'Instagram, à quelques exceptions près : la story épinglée à la une qui précise quelques règles de bonne conduite sur le compte est composée avec Canva¹⁷⁰. Ce format constitue un entre-deux, plus formel que les autres stories afin de bien identifier qu'il s'agit d'informations importantes, mais distinct du contenu du compte.

Le format story permet donc un échange plus proche avec les abonnés, et contribue à la négociation constante d'une juste distance entre recueillant·es et abonnés ou témoin·ant·es, comme le constate Emy :

J'ai l'impression que le côté que j'essayais d'avoir au début, très distant, je partage l'info et voilà, les gens n'aiment pas trop. Les gens aiment bien les échanges personnels, [...] se rendent compte que c'est concret¹⁷¹.

L'aspect « concret » ici vient de l'échange direct avec Emy par le biais de boîtes à questions ou de messages privés. Cet espace de discussion à partir des stories rappelle aux abonnés que @faitsminisme est administré par une seule personne, qui diffuse au quotidien de l'information juridique mais peut aussi faire des erreurs, avoir besoin d'une pause, ou raconter une anecdote en rentrant du travail. Emy profite de cet espace d'échange pour publier après anonymisation certains échanges désagréables ou insultants, et rappeler des règles de bonne

168 *Emy, @faitsminisme, entretien du 3 décembre 2020.

169 *Barbara, D'où, @dou.interjection.dexasperation.

170 *@dou.interjection.dexasperation, story à la une « À lire ! », août 2022.

171 *Emy, @faitsminisme, entretien du 3 décembre 2020.

conduite. Cela lui permet de recevoir du soutien, et elle « en profite pour faire de la pédagogie¹⁷² » auprès de ses abonnés. Cette pratique de débrief public des messages privés rend visible la difficulté d'être recueillant^e, d'être identifié publiquement comme une personne qui tient un discours féministe.

Exposition à la critique et silenciation

Nommer et qualifier les violences, partager de l'information, relayer publiquement la parole de témoinant^{es}, constitue une responsabilité dont sont investis les féministes interrogés. Celle-ci peut bien sûr être source de fierté et d'accomplissement : pour Léoparde et Marine, il s'agit d'aider les autres en s'aidant soi-même¹⁷³, et Léoparde mentionne à plusieurs reprises sa fierté de tenir ce compte, qui constitue une « petite lumière¹⁷⁴ » dans sa vie. Marie de l'équipe de @taspensea rejoint aussi Léoparde sur le souhait d'apprendre et de se renseigner constamment sur un sujet, pour mieux contextualiser les témoignages reçus¹⁷⁵.

Cette responsabilité peut toutefois être pesante. Pour Emy, les féministes sont plus exposés à la critique en cas d'imprécision ou d'erreur :

Si je dis n'importe quoi, on va dire que les féministes disent n'importe quoi. J'ai besoin que ce soit vraiment parfait¹⁷⁶.

Emy semble avoir le sentiment de représenter malgré elle un groupe, « les féministes », dont la crédibilité peut vaciller à tout moment. Elle se méfie par avance des tentatives de disqualification de son travail.

D'après Mona Gérardin-Laverge, les stratégies d'entrave à l'acte de parole féministe peuvent être divisées en quatre grandes catégories :

- L'empêchement de « la prise de conscience du caractère structurel de l'oppression¹⁷⁷ » ;
- La délégitimation des personnes qui parlent et de leurs intentions ;

172 *Emy, @faitsminisme, entretien du 3 décembre 2020.

173 *Léoparde, @leoparde__ ; *Marine Gohier, @seum_euse.

174 *Léoparde, @leoparde__.

175 *Marie, @taspensea.

176 *Emy, @faitsminisme, entretien du 3 décembre 2020.

177 Mona Gérardin-Laverge, « Trouble-fêtes. Le pouvoir insurrectionnel de la prise de parole », dans *Cours petite fille !*, Paris, Éditions des femmes, coll.« Essais », 2019, p. 98.

- L'entrave à la prise de parole par des injonctions contradictoires ;
- L'empêchement pour la prise de parole de faire événement¹⁷⁸.

La troisième catégorie, celle des injonctions contradictoires, est celle qui nous intéresse ici :

On reproche aux personnes de parler trop tard, ou au contraire hâtivement et sans preuve. On leur reproche de ne pas assez en dire (il faudrait plus de détails pour être crédible) ou de trop en dire (c'est indécent d'exposer ainsi sa vie privée). On leur reproche de parler, on leur reproche de ne pas parler¹⁷⁹.

Bien que les entraves décrites par Gérardin-Laverge visent la prise de parole à la première personne, ces injonctions contradictoires peuvent aussi toucher les féministes qui prennent la parole pour présenter des faits, des chiffres, des ressources, comme le fait Emy sur @faitsminisme.

Le recours aux sources et aux chiffres est d'ailleurs considéré comme une stratégie de réponse aux discours disqualifiants. Dans sa série de posts « Répondre à » publiés entre décembre 2020 et avril 2021, Emy propose des réponses à plusieurs tentatives de délégitimation : « il y a pire ailleurs¹⁸⁰ », « de nos jours le féminisme ça sert plus à rien¹⁸¹ », etc. Dans ces publications, les propositions de réponse sont constituées d'un court texte à la première personne du singulier et de statistiques présentées sous la forme de liste à puces. Chaque élément de la liste est associé à une référence, souvent issue de rapports ministériels.

Nous retrouvons cette double réponse personnelle/statistique dans les guides antisexistes de l'association Nous Toutes, publiés à l'occasion des vacances d'été ou des fêtes de fin d'année¹⁸². Des exemples de phrases sexistes sont accompagnés de quatre propositions de réponse : « avec des chiffres et des faits, en inversant, de manière cynique », et « avec humour¹⁸³ ».

178 *Ibid.*

179 *Ibid.*, p. 99.

180 @faitsminisme, « Répondre à... Ça va, il y a pire ailleurs ! », publication Instagram, 19 avril 2021.

181 @faitsminisme, « Répondre à... De nos jours le féminisme ça sert plus à rien », publication Instagram, 20 décembre 2020.

182 Nous Toutes, *Petit guide anti-sexiste des fêtes de fin d'année*. Livret au format PDF, téléchargeable sur noustoutes.org/quiz-et-guides. Deux versions sont proposées, une version de 22 pages en couleurs avec des images et des fonds colorés, et une version de 5 pages contenant seulement le texte, imprimable plus aisément.

183 *Ibid.*

À propos de la responsabilité de proposer une information sérieuse et de qualité, Emy ajoute :

[Quand] tu apprends aux gens comment se servir d'un appareil électronique, personne ne va te dire que ton support n'est pas assez beau. Alors que si tu parles de ça [de féminisme, de violences sexuelles], tout le monde va te dire : oh, c'est pas assez sérieux, ceci, c'est pas assez sourcé... On est beaucoup plus exposés¹⁸⁴.

Ce passage éclaire les choix graphiques des enquêtés. Par le ton sérieux, la clarté, la familiarité plus ou moins appuyée, les recueillant·es négocient la proximité avec les abonné·s pour accompagner leurs questionnements tout se protégeant des tentatives de disqualification. Dans le cas d'Emy, la recherche conjointe de beauté et de sérieux répond à une volonté de transmettre de l'information à ses abonné·s de la manière la plus claire et accessible possible, mais contribue également à asseoir sa légitimité et son droit renouvelé de prendre la parole. Ces négociations constituent des aménagements graphiques d'un « espace du dicible féministe¹⁸⁵ », tel que défini dans le chapitre 3. Les enquêtés construisent, par leur pratique du graphisme, un sérieux spécifique au discours féministe, qui fait l'objet d'ajustements constants.

184 *Emy, @faitsminisme, entretien du 4 novembre 2022.

185 Marion Charpenel, « Les groupes de parole ou la triple concrétisation de l'utopie féministe ».

5.4. *Conclusion*

Ce chapitre d'enquête a navigué entre des passages centrés sur le vécu des enquêtés, des analyses précises de productions graphiques, des rebonds vers d'autres exemples puisés dans le paysage.

Dans la première section, nous avons décrit les principales formes graphiques des recueils de témoignage, à partir de deux types principaux : les captures d'écran et les témoignages remis en page. La capture d'écran apporte une immédiateté (parfois feinte), une plus grande familiarité, tandis que la remise en page offre davantage de recul sur le texte publié. Le témoignage est mis en contexte à l'aide de paratexte et d'habillages graphiques : guillemets, fonds colorés, *trigger warning*. Ces détails de mise en page peuvent changer profondément l'effet produit, accentuant la gravité du témoignage ou cherchant au contraire à apaiser.

Nous éloignant ensuite de la seule forme graphique du témoignage, nous avons vu qu'il s'agit aussi d'accompagner la parole des témoins. La recueillante nomme, expose et qualifie les faits, et ce faisant, les fait exister. La matérialité graphique de cette opération est importante : il s'agit d'afficher les mots en grand, de corriger en rouge les médias qui ne nomment pas correctement, de combiner dans une même publication un témoignage et un texte explicatif. On retrouve ce rôle d'accompagnement sur des comptes qui par ailleurs ne publient pas de témoignage, comme celui d'Emy (@faitsminisme) par exemple.

Cela montre que le rôle de recueillant^e réside peut-être moins dans l'action de recueillir à proprement parler, que dans l'action d'accompagner les récits potentiels, les vécus qui ne sont pas racontés.

Une deuxième forme d'accompagnement du discours passe par l'illustration : représenter le corps des témoignantes, choisir de montrer explicitement ou non les violences sexistes et sexuelles, participe de la construction d'une posture féministe propre à chaque acteuice. À quelques exceptions près, les recueillant^{es} ne produisent pas elleux-mêmes les images qu'ils utilisent, mais ont recours à des photographies ou illustrations de stock. Cela fait peser sur les pratiques graphiques féministes une forme de standardisation des représentations, notamment du fait de l'utilisation très répandue de l'application Canva. Toutefois, il convient de ne pas s'alarmer de cette standardisation, et de s'attacher à comprendre les choix des acteuices et leur aisance avec certains outils graphiques.

La troisième section de ce chapitre s'est penchée sur les compétences que les enquêtés acquièrent au cours de leur pratique. Une plus grande aisance avec la typographie et la mise en page amène avec elle des questionnements sur la lisibilité et l'accessibilité du contenu produit, et cette attention aux handicaps visuels et neurocognitifs amène certaines enquêtés à s'intéresser davantage à la typographie. Plusieurs enjeux pèsent à long terme sur le maintien de l'activité de ces comptes Instagram : la recherche d'une accessibilité visuelle et pédagogique ; la reconnaissance de l'aspect laborieux de l'activité du compte, rémunérée ou non ; la défense de la prise de parole contre des tentatives de discrédit, de silenciation.

Au-delà de prendre la parole et de la recueillir, une nouvelle responsabilité se greffe au rôle de recueillant^e : celle de réussir à « garder la parole », c'est-à-dire à conserver une juste place dans le paysage. L'expression est empruntée à Myriame El Yamani. Dans son ouvrage *Minoritaires sans parole*¹⁸⁶, elle se questionne sur la durée de vie et la précarité financière et organisationnelle des initiatives de presse féministe. Garder la parole, pour les acteuices des luttes féministes, implique de négocier sa visibilité, d'être prise au sérieux, de construire des espaces communs, de créer et de maintenir les conditions matérielles de la prise de parole.

186 Miriame El Yamani, *Médias et féminismes : minoritaires sans paroles*, Paris, l'Harmattan, coll. « Logiques sociales », 1998.

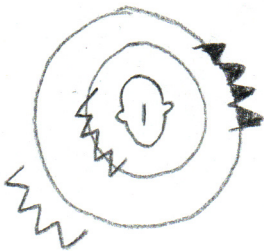
Après la prise de parole et le recueil, ce troisième mouvement clôt cette enquête tout en ouvrant de nouvelles perspectives. En effet, « garder la parole » suppose de penser les pratiques féministes sur un temps plus long que celui que suppose l'immédiateté des réseaux sociaux.

Sur ces 1 à 6 années d'existence de leur compte, associations ou mouvements, les acteuices observés pratiquent le féminisme en pratiquant le graphisme.

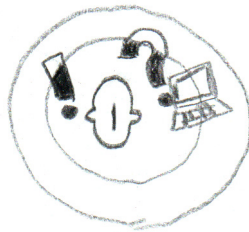
Quand, ou plutôt où y a-t-il pratique graphique féministe ? Amorçant la conclusion de ce travail de recherche, les pages suivantes synthétisent 4 endroits de la pratique graphique féministe sur Instagram.

Synthèse graphique

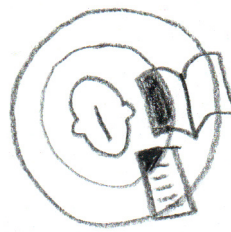
Le point de départ d'un compte Instagram féministe est souvent le vécu de sa créatrice. 3 raisons sont évoquées dans les entretiens :



exterioriser :
raconter son vécu



poursuivre une
pratique d'écriture



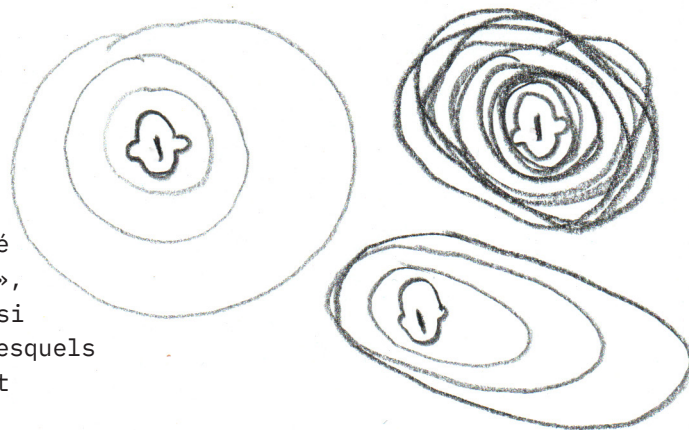
partager ses
recherches
d'information

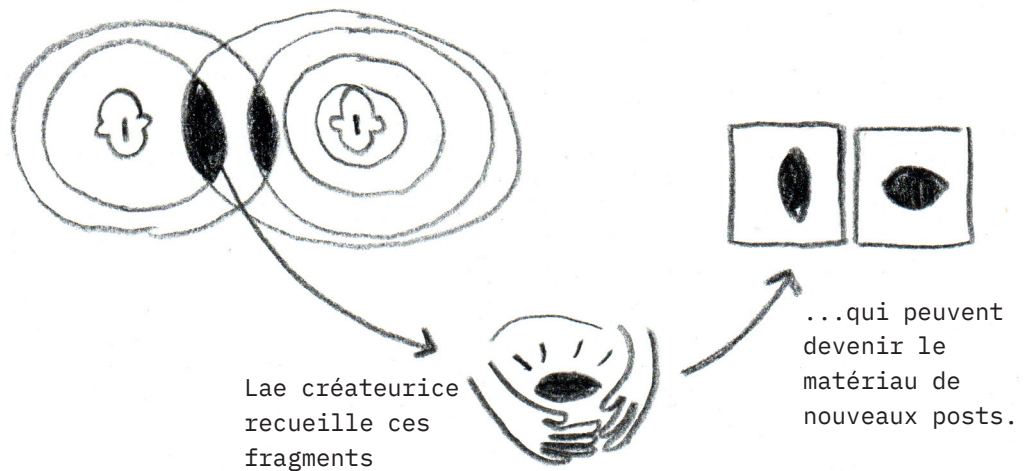
--> le premier endroit dans lequel il y a une pratique graphique féministe, c'est donc dans les formes que prennent ces expressions, dans les posts par exemple.



Tenir un compte crée une sphère d'influence autour de la créatrice, plus ou moins dense et étendue en fonction de son rythme de publication, de ses soutiens, du sujet abordé :

Les posts et stories vont atteindre un certain type de public, qui réagit au contenu posté par des mentions « j'aime », des commentaires, mais aussi des messages privés dans lesquels les abonné-es font le récit de leur propre histoire.





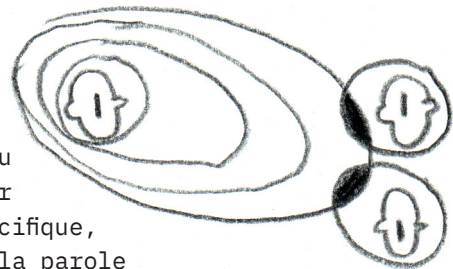
--> Le deuxième endroit dans lequel il y a une pratique graphique féministe, c'est dans la manière de constituer et de diffuser ce recueil: le formulaire de participation lorsqu'il y en a un, la capture et la mise en page du témoignage, l'illustration, les modalités de diffusion.

Recueillir des témoignages est un rôle volontaire ou parfois spontané, saisi sur le moment. Ce nouveau rôle peut déplacer la manière de gérer le compte de 3 façons :

1* Attention accrue aux témoignages reçus et organisation d'une éthique du recueil



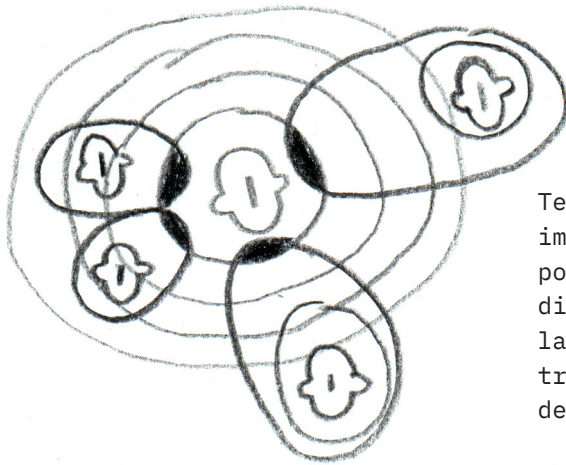
2* Réorientation du compte pour toucher un public plus spécifique, mieux accompagner la parole reçue



3* Construction d'un discours composite qui mêle témoignage, ressources, conseils pour agir, statistiques...

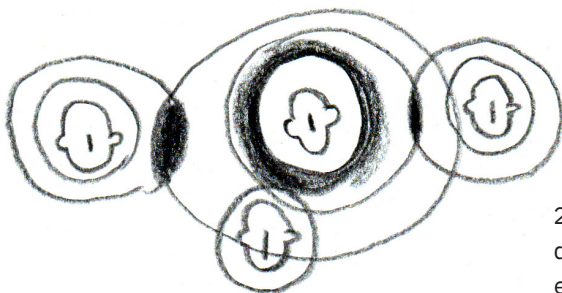
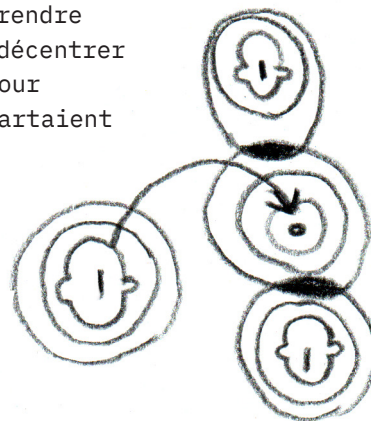
--> Les choix graphiques d'articulation de ces différents discours constitue le troisième endroit de la pratique graphique féministe sur Instagram. Comment accompagner la parole des témoignants·es ? Comment illustrer les publications ?

La quantité d'échange et la nature des témoignages reçus peut créer une trop grande proximité entre la créatrice et les témoignants·es.



Tenir ce type de compte implique donc des stratégies pour maintenir une juste distance et préserver la créatrice d'un rythme trop soutenu ou de formes de stress vicariant.

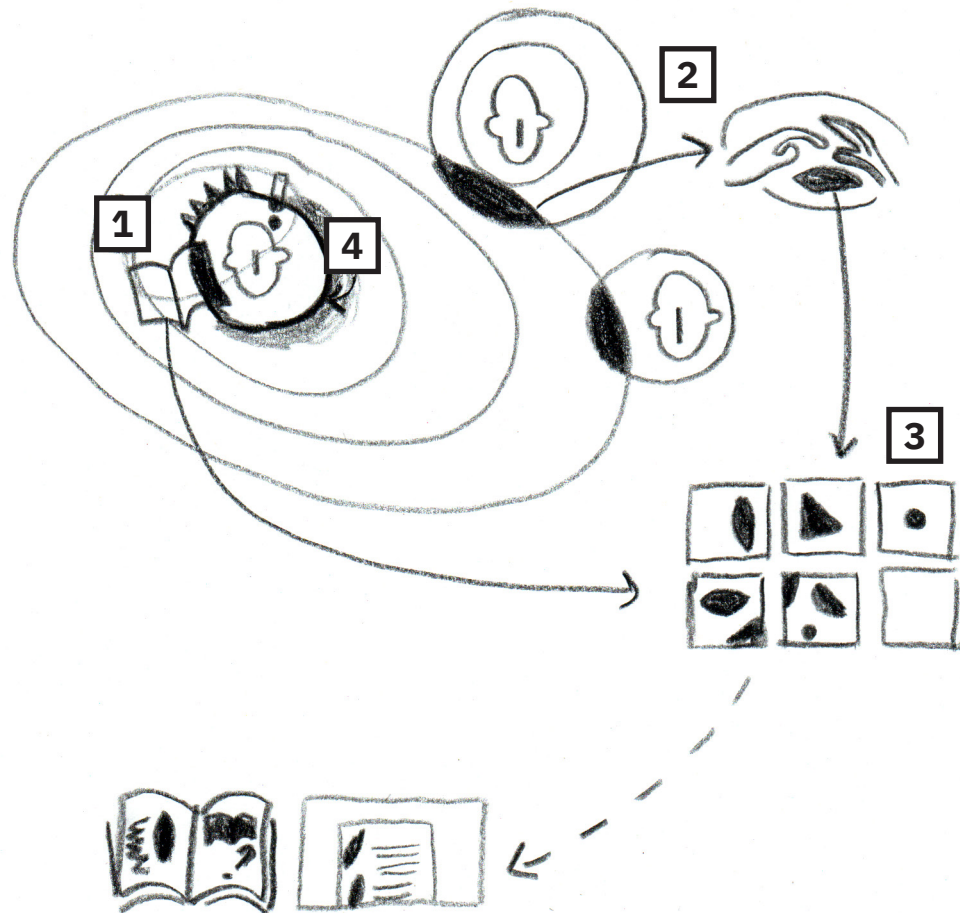
1* Il peut s'agir de prendre de la distance, de se décentrer du compte (notamment pour les créatrices qui partaient de leur propre vécu)



2* Une autre stratégie peut être de diminuer la proximité, en communiquant clairement sur les règles de l'espace, en préservant son anonymat.

--> Un quatrième endroit de la pratique graphique féministe se trouve dans cette négociation de la juste distance, du juste ton :
Comment être accessible ? Sérieux·se sans être austère ?
Comment rendre visible la quantité de travail que demande le compte ?
Comment prendre de la distance ?

Pour résumer, les comptes Instagram féministes observés sont des espaces d'aménagement graphique de la parole féministe, à travers 4 types de pratique :



5^e point peu exploré ici : Ce matériau est parfois repris et augmenté sur d'autres plateformes, dans d'autres objets graphiques : le compte Instagram se déplace vers le livre, le fanzine, l'ebook, le site web.

- 1- Prendre la parole, négociation de la prise de parole à partir de soi. Extérioriser son vécu, publier ses « coups de gueule », transmettre de l'information.
- 2- Recueillir la parole, construction du rôle de recueillant·e et formes graphiques des témoignages.
- 3- Recueillir la parole, accompagnement des témoignages et articulation des types de discours : pédagogie, slogans, statistiques, illustrations, récits.
- 4- Garder la parole, négociation de la juste distance et stratégies pour continuer l'activité : accessibilité, rémunération, professionnalisme.

*conclusion
générale*

Retour sur le plan

Ce travail de recherche était découpé en trois temps.

Les deux premiers chapitres constituent le premier temps, celui de la compréhension du cadre de la recherche. Dès l'introduction, j'ai montré que placer les mots « graphisme » et « féminisme » côte-à-côte n'allait pas de soi. Étudier les pratiques graphiques féministes des années 2010-2020 supposait de se situer parmi deux ensembles de travaux : ceux portant sur les luttes féministes, et ceux portant sur le design graphique.

Le premier chapitre est entré dans les travaux sur les féminismes par la métaphore des vagues, qui découpe les féminismes en trois ou quatre vagues successives. J'ai ensuite proposé un dialogue avec d'autres métaphores et symboles : le volcan, le feu, la constellation, le rhizome, les métaphores textiles. L'importance des métaphores dans ce chapitre n'est pas anodine. Elle vient d'un attrait pour les images et leurs évocations, qui a tout à voir avec mon ancrage dans le champ du design graphique. Il ne s'agissait pas à l'issue de cette partie de remplacer la métaphore des vagues par un autre récit, mais de montrer à quel point l'image utilisée pour décrire un phénomène influe sur notre perception de celui-ci. La vague par exemple semble toujours figée dans son mouvement, juste avant de déferler sur le rivage : elle est associée à une force et une intensité qui ne sont pas les plus adaptées pour parler de pratiques plus ordinaires, moins spectaculaires, ou qui s'élaborent sur le temps long.

C'est la raison pour laquelle j'ai parlé de métaphores textiles, notamment du patchwork : la matérialité de ces techniques, leur caractère lent et fragmenté, me paraît fertile pour penser les pratiques féministes.

La deuxième et la troisième partie de ce chapitre étaient consacrées à l'étude de la quatrième vague féministe, à partir d'un corpus restreint de treize textes. J'ai d'abord passé en revue les critères permettant d'attester d'un renouveau des luttes féministes : regain d'intérêt médiatique, transformation des pratiques militantes, renouveau générationnel, inscription dans un contexte politique, présence d'un *backlash*.

Examinant ces critères d'émergence, les travaux existants se rejoignent sur l'importance des outils numériques et des réseaux sociaux dans le renouveau féministe des années 2010. Ces « féminismes à l'ère d'internet¹ » soulèvent plusieurs enjeux :

- La « viralité » et la rapidité des nouvelles technologies ;
- La notion de libération de la parole et l'importance des recueils de témoignages ;
- La fragmentation des féminismes contemporains et l'importance des initiatives individuelles ou des groupes informels ;
- La « plateformeisation » des mouvements sociaux, qui doivent composer avec les contraintes des réseaux sociaux propriétaires.

Cette importance d'internet et des réseaux sociaux pour les féminismes contemporains est enthousiasmante, car elle promet une grande richesse de pratiques graphiques à explorer. Toutefois, j'invitais à la prudence quant à certaines lectures : en ligne comme hors ligne, ce sont les actions les plus spectaculaires et efficaces qui sont mises en avant, et les féminismes en ligne sont souvent associés à un vocabulaire de la vitesse, de la viralité. Cela contraste fortement avec les expériences des féministes que j'ai observés et rencontrés, qui perçoivent leur travail comme lent et fastidieux. De même, la facilité d'accès aux outils de création graphique n'efface pas le temps d'apprentissage nécessaire pour les utiliser : nous avons vu dans les chapitres 4 et 5 que les enquêtés ne sont pas immédiatement à l'aise avec leurs outils, et que certaines applications restent intimidantes².

1 Hélène Breda, *Les féminismes à l'ère d'Internet : lutter entre anciens et nouveaux espaces médiatiques*, Bry-sur-Marne, INA Éditions, 2022.

2 Voir chapitre 5, paragraphe « Logiciels » p. 390.

Le chapitre 2 était consacré au design graphique et à son historiographie. La question centrale dans ce chapitre était celle de la construction d'un juste regard sur les pratiques graphiques féministes contemporaines. Dans ce chapitre, j'ai montré que les ouvrages d'histoire du design graphique étaient parfois centrés autour d'un « panthéon de génies individuels³ », constitué des designers les plus reconnus – des hommes pour la plupart. M'appuyant sur les travaux d'historiennes proposant une critique féministe de cette histoire du design et du graphisme, il s'agissait de montrer en quoi cette « approche panthéon » réduisait l'histoire du design à l'histoire de quelques grands designers, et excluait de fait les productions collectives, non-professionnelles, considérées comme de faible importance. Les productions féministes, militantes et majoritairement féminines, s'en trouvaient donc doublement exclues.

Après la sortie de cette approche panthéon, se posait la question des habitudes historiographiques entourant l'étude du graphisme militant. Dans une démarche d'auto-observation, j'ai scruté les effets qu'avaient sur moi les séjours en archives, ainsi que la consultation répétée d'ouvrages richement illustrés de reproductions d'objets graphiques des luttes sociales. J'ai décelé une forme d'euphorie, de fascination qui représentait une pente glissante pour l'étude des pratiques graphiques féministes contemporaines, et ce pour deux raisons.

D'une part, cette fascination pour des objets datant d'il y a quelques décennies n'éduque pas l'œil aux spécificités des formes contemporaines, et peut conduire à un regard lassé et caricatural, comme c'était mon cas lors de ma première expérience d'écriture sur ce sujet en 2016 (cf. introduction). D'autre part, cette fascination peut conduire à une esthétisation des luttes sociales. Esthétiser les luttes, c'est vider les formes de leur substance politique en les fétichisant. Cela revient à les arracher à leur contexte matériel et politique de production pour les détourner à des fins marchandes ou contemplatives : c'est ce que j'appelais la mise sur le marché et la mise sous verre des luttes.

Une partie du chapitre 2 était consacrée à l'étude de cette esthétisation du monde⁴ et des luttes⁵. Comment étudier les pratiques graphiques féministes

3 Ellen Lupton et Laurie Haycock Makela, « Underground matriarchy », *Eye*, vol. 4, n° 14, 1994.

4 Gilles Lipovetsky et Jean Serroy, *L'esthétisation du monde : vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Paris, Gallimard, 2013 ; Yves Michaud, « *L'art, c'est bien fini* » : *essai sur l'hyper-esthétique et les atmosphères*, Paris, Gallimard, 2021.

5 Collectif, Martine Bouchier et Dominique Dehais (dir.), *Art et esthétique des luttes : scènes de la contestation contemporaine*, Genève, MétisPresses, 2020.

sans les esthétiser ? Ce chapitre concluait sur trois points. Premier point : l'esthétisation des luttes est facilitée par leur spectacularisation. Lorsque seules les productions graphiques les plus exceptionnelles et les plus spectaculaires entrent dans les pages de l'histoire du graphisme militant, cela crée une échelle de mesure qui rend plus difficile l'étude des pratiques plus ordinaires ou moins visuellement marquantes. On se retrouve alors à attendre des images des luttes qu'elles soient toujours spectaculaires et radicales.

Deuxième point : dans un monde dans lequel les luttes peuvent être « mises sur le marché », c'est-à-dire voir leurs formes graphiques absorbées, récupérées par le capitalisme, il est tentant d'imaginer qu'il existe des formes qui seraient suffisamment radicales pour ne pas être récupérées. Or, cette façon de penser rejette la responsabilité de la récupération sur les militant·es plutôt que sur le capitalisme : si certaines formes sont récupérées, c'est qu'elles étaient récupérables. Cette attente de radicalité pèse particulièrement sur les pratiques graphiques militantes sur les réseaux sociaux : leur usage d'images de stock, de templates pré-conçus et de plateformes propriétaires les placerait d'office du côté des formes récupérables. Cette attitude est un obstacle conséquent à leur étude, et invisibilise complètement les choix et les besoins des acteu·ices. Il est donc nécessaire de s'en garder.

Troisième point, enfin : isoler les productions de leur contexte de création et de diffusion facilite aussi leur esthétisation. À ce titre, la notion de « pratique » est utile pour éviter cet écueil, car elle nous invite toujours à replacer les productions graphiques dans l'expérience de leurs auteu·ices, et à ne pas étudier que des productions abouties, achevées.

Ces deux premiers chapitres ont permis de poser le cadre dans lequel s'inscrit ce travail, et ont fait émerger des points de vigilance importants pour la posture de recherche : il s'agissait d'étudier les pratiques graphiques féministes contemporaines en évitant de les réduire à leur viralité, en prenant en compte la matérialité et le temps long de la construction d'une pratique féministe, et en évitant les écueils d'une esthétisation des luttes.

Le chapitre 3 constitue un deuxième temps de cette recherche, celui du récit de la méthodologie, des rouages de l'observation et de l'analyse.

Au début de ce travail, je cherchais à cartographier un large paysage des pratiques graphiques féministes, souhaitant explorer toute sa diversité, ses recoins, les spécificités de chaque espace de lutte et de chaque objet. La thèse prenait

l'allure d'un inventaire à l'exhaustivité impossible. Ayant identifié dans les chapitres 1 et 2 que l'étude des formes les plus emblématiques et les plus spectaculaires constituait une approche trop restrictive, je me perdais au contraire dans l'immensité des formes ordinaires. Cette immensité a toutefois donné lieu à plusieurs propositions de représentation des espaces de lutte féministes – celui de la rue, celui de l'édition, celui d'internet, celui des lieux féministes – et de leurs relations.

Au fil du temps, le réseau social Instagram a pris une place de plus en plus grande : j'écris qu'il a phagocyté la thèse. J'en ai fait l'expérience comme observatrice et comme participante et productrice de contenu, puisque j'ai tenu un journal de bord de ma thèse sur cette plateforme. Ce compte Instagram m'a permis de rencontrer de jeunes chercheuses travaillant sur des questions similaires, de parler de la recherche en train de se faire, de voir comment les questions féministes préoccupent les étudiant·es en design (plusieurs m'ont contactée via cette plateforme). Après avoir longuement analysé les pratiques féministes qui ont lieu sur ce réseau social, il me semble important de rappeler qu'il s'agit d'un espace de sociabilité spécifique, au sein duquel les utilisatrices naviguent entre plusieurs cercles sociaux qui s'entrecroisent : féminismes, design graphique et doctorat dans mon cas. Les relations tissées sur ce réseau reposent sur un récit de soi, anonyme ou non, qui provoque un retour réflexif : que souhaité-je montrer ? Instagram a également été un espace d'explication de mon travail, pour faciliter la prise de contact avec les personnes interrogées en entretien. Cette plateforme est un élément constitutif du terrain et de ma posture de chercheuse, ce qui ne facilite pas la clôture de l'enquête.

Au cours du chapitre 3, je raconte les difficultés de circonscription et de classement du corpus d'étude. Après une période d'étiquetage compulsif⁶ ou « codomanie⁷ », deux éléments ont été déterminants pour retrouver le chemin de l'analyse : le changement d'outil de travail grâce à la découverte du logiciel Tropy, d'une part ; le fait de fixer une liste d'entretiens, d'autre part.

Comment ne pas se perdre, tout en résistant à la tentation de l'exhaustivité et de la cartographie systématique ?

6 Pierre Paillé et Alex Mucchielli, « Chapitre 11 - L'analyse thématique », dans *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, coll.« Collection U », 2012, p. 231-314.

7 Christophe Lejeune, « Chapitre 3. Étiqueter : des propriétés aux catégories », dans *Manuel d'analyse qualitative*, 2^e éd., Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, coll. « Méthodes en sciences humaines », 2019, p. 61-100.

Les travaux portant sur la méthodologie des terrains numériques formulent plusieurs conseils aux chercheuses :

- Favoriser un aller-retour entre observation et entretiens, afin de rester dans une démarche compréhensive des pratiques des actrices⁸ ;
- Renoncer à l'exhaustivité⁹ ;
- Accepter d'être « baladé » par le terrain et par les suggestions des plateformes, ce qu'Ulrike Lune Riboni appelle une déambulation raisonnée¹⁰.

Pour aborder des corpus qui résistent à la classification et à l'étiquetage, ces auteures conseillent donc une errance mesurée et documentée, par l'enregistrement d'images et la tenue d'un journal de terrain.

Pour entrer dans le troisième temps de ce travail de recherche, celui de l'enquête elle-même, Nous avons fait un détour par la philosophie du langage et l'anthropologie de l'écriture. La lecture féministe de l'acte de langage que propose Mona Gérardin-Laverge¹¹ permet d'amorcer un glissement de l'acte de langage à l'acte graphique¹², puis de l'acte à la pratique graphique. Nous en arrivons à deux rôles possibles de la pratique graphique : d'une part, elle peut être une force de matérialisation de la prise de parole féministe. D'autre part, puisque l'on peut devenir féministe en « sloguant » pour Gérardin-Laverge, c'est-à-dire en pratiquant le slogan, je postule que l'on peut devenir féministe en « graphiquant » : en pratiquant le graphisme.

Cette approche de l'acte graphique entre en écho avec la notion « d'espace du dicible féministe¹³ » énoncée par Marion Charpenel : un espace dans lequel la prise de parole est possible, encadrée et encouragée. Dès lors, la pratique graphique féministe peut avoir pour objet la négociation et l'aménagement de cet espace de la prise de parole. C'est précisément ce que font les féministes

8 Frédéric Clavert, « Sources en flux. Collecter, archiver, pérenniser. », dans *Pérenniser l'éphémère*, Université Catholique de Louvain, Académia-L'Harmattan, 2018, p. 23-44.

9 Ulrike Lune Riboni, « Chercher, trouver, conserver, analyser : enjeux et méthodes de la constitution et de l'interrogation d'un corpus de vidéos en ligne. », dans *Pérenniser l'éphémère*, Université Catholique de Louvain, Académia-L'Harmattan, 2018, p. 45-66 ; Josiane Jouët, *Numérique, féminisme et société*, Paris, Presses des Mines, 2022.

10 Ulrike Lune Riboni, « Chercher, trouver, conserver, analyser ».

11 Mona Gérardin-Laverge, « Trouble-fêtes. Le pouvoir insurrectionnel de la prise de parole », dans *Cours petite fille !*, Paris, Éditions des femmes, coll.« Essais », 2019, p. 91-103.

12 Béatrice Fraenkel, « Actes d'écriture : quand écrire c'est faire », *Langage et société*, vol. 121-122, n° 3, 2007, p. 101-112.

13 Marion Charpenel, « Les groupes de parole ou la triple concrétisation de l'utopie féministe », *Éducation et sociétés*, vol. 37, n° 1, 2016, p. 15-31.

interrogés. Les deux chapitres d'enquête consistent en l'analyse de deux facettes de la pratique graphique féministe : la matérialisation graphique de la prise de parole, et le recueil comme aménagement graphique d'un espace du dicible féministe.

Le chapitre 4 s'est concentré sur la pratique graphique comme matérialisation de la prise de parole, dans deux espaces distincts : celui du collage et celui du compte Instagram. Concernant les collages, la prise de parole commence bien avant l'affichage dans l'espace public, et la peinture est un moment important pour les enquêtés, qui le décrivent comme « méditatif » : cela contraste avec la description habituelle des collages qui emploie volontiers un vocabulaire de la rapidité, de l'intensité. L'attention à la peinture permet de replacer le collage dans une temporalité plus longue que le seul affichage.

Le collage est parfois vécu comme une manière d'apprendre à prendre de la place, et deux des enquêtés associent directement leur aisance dans le tracé des lettres et leur confiance dans leur prise de parole. La vie du collage se prolonge par la photographie, mais aussi par les arrachages partiels et réparations, qui laissent des traces graphiques des tentatives de silenciation, ou d'un conflit sur la propriété de l'espace public. De la feuille à la ville et de la peinture à la réparation, la pratique du collage matérialise une première forme de prise de parole féministe.

La deuxième partie du chapitre 4 portait sur la prise de parole sur Instagram. J'ai identifié trois types d'impulsion qui poussent les enquêtés à créer leur compte : extérioriser une partie de leur vécu, donner une existence publique à une pratique d'écriture, et rendre publiques leurs recherches d'information. Le changement d'orientation des comptes est souvent l'occasion d'un changement d'identité graphique ou d'outil de mise en page : pour certaines enquêtées, il s'agit de se décentrer de leur compte et de « faire plus sérieux » par exemple. Tout au long du chapitre, l'analyse de détails graphiques et typographiques a permis de montrer la matérialité graphique de ces prises de parole.

Il est important de noter, à l'issue de ce chapitre, que la prise de parole ne réside pas que dans le récit à la première personne. Tracer un slogan à la peinture ou au marqueur pour le coller sur un mur, faire une composition d'image et de texte avec l'outil « Story » d'Instagram ou avec une application de montage photo, agréger sur un compte des slogans et images féministes déjà publiées sur le web, ou encore mettre en page un texte d'information et de vulgarisation, constituent

également des formes de prise de parole. En effet, ces pratiques ont en commun d'occuper l'espace par la remise en forme, le montage, l'assemblage de fragments de discours féministes. Suivant la métaphore du patchwork proposée dans le chapitre 1, je considère que ces opérations graphiques de l'ordre du fragment participent d'une prise de parole féministe.

Le chapitre 5 portait plus spécifiquement sur la notion de recueil et sur la construction du rôle de recueillant^e, à travers ses pratiques graphiques. Le chapitre était lui-même divisé en trois parties.

La première partie consistait en l'analyse des formes graphiques du recueil de témoignage : publication de captures d'écran, remise en page, présence d'une page de titre ou avertissements de contenu montrent la diversité de ton et de choix d'administration du recueil. Ces choix graphiques participent de la constitution d'une éthique du recueil propre à chaque recueillant^e.

La deuxième partie était une étude de la façon dont les recueillant^{es} accompagnent les récits des témoignant^{es}. Un premier volet de cet accompagnement consiste à aider les témoignant^{es} à nommer, à qualifier leur vécu. Cela passe par plusieurs pratiques : apposer un titre et une thématique, accompagner le témoignage d'un texte explicatif, mais aussi corriger de manière très visible les articles de presse, en les barrant de rouge par exemple. Un second volet de cet accompagnement concerne le rapport entre le texte et l'image, et se penche sur les choix des recueillant^{es} d'illustrer ou non les témoignages reçus, les faits de violences ou leurs conséquences. J'identifie trois types d'image : la représentation de la témoignant^e et de son corps, l'emploi d'une imagerie « dure » qui représente explicitement les violences, et l'emploi d'une imagerie « douce » qui cherche une forme d'apaisement ou de soutien. Bien que des deux termes, très opposés, ne me paraissent pas totalement adéquats, je les conserve pour l'instant, car ils ont le mérite de rendre compte du fort contraste entre ces deux orientations.

Ce passage sur le rapport à l'image introduit un élément important de l'écosystème graphique rencontré sur Instagram : l'usage d'images de stock, en particulier d'illustrations vectorielles provenant de l'application Canva. L'illustration de stock amène avec elle la tentation d'un discours alarmiste sur la standardisation des représentations, et ce réflexe est à questionner. Une fois encore, il s'agit d'apprendre à regarder.

Après avoir analysé le moment de la prise de parole et celui du recueil, il nous fallait enfin comprendre dans la troisième partie comment les créateurices-auteurices

parviennent à garder la parole, comment ils construisent une posture tenable sur le long terme. Cela passe d'abord par un apprentissage constant et un souhait d'améliorer la clarté et la lisibilité du contenu qu'ils proposent : plusieurs créatrices de comptes Instagram féministes se forment au graphisme par le biais d'un intérêt pour l'accessibilité visuelle de leur production. Une autre facette de l'accessibilité, qui a trait à la vulgarisation et la pédagogie, préoccupe également les enquêtés. La construction d'une activité féministe sur Instagram passe pour certains par des réflexions à propos du travail gratuit et de la rémunération du travail militant. Ils ne se reconnaissent pas dans une figure d'influenceuse féministe, mais connaissent ce mode de rémunération. L'éthique de rémunération la plus présente parmi les enquêtés est une rémunération à minima, pour « rentrer dans leurs frais », et non à but lucratif.

La construction d'une posture féministe de recueillant^e sur Instagram passe enfin par le dosage de la proximité avec les abonnés, et le maintien d'un ton jugé adapté. Il se joue alors toute une négociation graphique du degré de sérieux, réajusté au fil du temps, et incarné par diverses manières de s'adresser à son public. Cela passe par des choix graphiques comme les polices à empattements, les cadres colorés, les couleurs sobres, ou par une manière de s'adresser au public. Les enquêtés souhaitent se rendre disponibles sans s'épuiser, et être perçues comme sérieuses sans être froides ou austères.

Ce travail de recherche aboutit à la caractérisation d'un rôle féministe spécifique, celui de recueillant^e. C'est l'analyse des pratiques graphiques féministes, à partir d'observations et d'entretiens avec les actrices, qui permet de tracer les contours de ce rôle. Ce terme de recueillant^e s'appuie sur l'importance des recueils de témoignage dans le paysage féministe depuis le début des années 2010. Vie de meuf, Everyday Sexism, et surtout Paye Ta Shnek constituent l'émergence de ce statut de recueillant^e, car les témoignages font l'objet d'une médiation graphique par une tierce personne qui les reçoit, les met en forme et les diffuse. Cette forme de recueil se distingue du déroulé d'un groupe de conscience, ou même du fonctionnement de #MeToo. En effet, sur Twitter, chaque témoignante parle en son propre nom, les témoignages étant regroupés par l'utilisation d'un même hashtag.

Le rôle de recueillant^e concerne donc en premier lieu le moment de collecte des témoignages, leur mise en forme et leur diffusion.

On rencontre fréquemment dans le paysage féministe des pratiques de recueil, surtout sur les réseaux sociaux : les internautes féministes rassemblent des articles de presse¹⁴, des recommandations de lecture¹⁵, des faits de féminicide¹⁶, des publicités sexistes¹⁷, des insultes¹⁸, des grandes figures de l'histoire des femmes et du féminisme (Annexe 5), des photos de collage, etc. Employer le terme de recueil plutôt que celui de collecte pour désigner ces pratiques, c'est insister sur l'intentionnalité et la minutie de cette démarche : recueillir, c'est « recevoir avec attention », c'est ramasser « pour éviter la perte ou la dispersion¹⁹ ».

En ce sens, le recueil revêt aussi une dimension documentaire, d'archivage des luttes féministes. La pratique photographique des colleureuses va dans ce sens : elles photographient chaque collage pour les diffuser sur Instagram et dans des canaux de communication internes aux groupes. La photographie immortalise les collages qui restent peu de temps dans l'espace public, elle prolonge leur existence. C'est l'occasion d'accompagner les slogans de compléments d'information, d'appels à manifester ou de définitions du vocabulaire employé.

L'étude des pratiques des enquêtés montre des allers-retours constants entre prendre la parole, la recueillir, et l'accompagner. Le rôle de recueillant·e ne se construit donc pas que par la collecte, mais aussi par ce qui se joue avant, dans la prise de parole, et après, dans l'accompagnement et la médiation.

Pour bien des comptes Instagram, le recueil des témoignages n'est pas la seule activité du compte, et n'est pas une activité prévue au départ. Cela indique que la posture de recueillant·e se construit à partir de la prise de parole : c'est parce que les recueillant·es prennent publiquement la parole sur Instagram, construisent leur propre espace de récit, qu'elles sont identifiées comme des personnes de confiance. Il en va de même pour les colleureuses, qui se sont organisées pour répondre aux sollicitations de victimes ou proches de victimes de violences²⁰. Nous avons vu que plusieurs enquêtés reçoivent des récits intimes, comportant

14 Je pense par exemple à la Base de données féministe La BA(F)FE, qui rassemble des liens vers des articles de presse, étiquetés par thématiques. bafefr.fr.

15 @monfilsenrose, @girouette_feministe sur Instagram par exemple.

16 Décomptés par l'association Nous Toutes entre 2019 et 2022.

17 @sexisme_ordinaire_stop, @pepitesexiste par exemple.

18 @cestquoicetteinsulte par exemple.

19 « Recueillir », *Trésor de la langue française informatisé* [en ligne].

20 Tal Madesta, « L'inattendu : quand CFP devient un acteur de dernier recours pour venir en aide aux victimes », dans *Notre colère sur vos murs*, Paris, Denoël, 2021, p. 174-178.

un vécu de violence ou d'oppression, et ce même lorsqu'ils ne publient sur leur compte aucun témoignage et se concentrent sur la vulgarisation.

Les pratiques de partage et de vulgarisation d'information, que l'on peut qualifier de pratiques de « médiateuices » à la suite des travaux de Fabien Granjon²¹, sont liées à la posture de recueillant^e parce qu'elles renforcent la confiance entre témoignante^s et recueillant^es et assoient la posture féministe des recueillant^es. Le souhait des enquêtés de transmettre des informations claires et fiables est directement lié à un souhait d'accompagner au mieux les témoignante^s.

Le rôle de recueillant^e identifié dans ce travail de recherche englobe donc ce qui se joue avant, pendant, après, autour du recueil de témoignages. Les colleu^euses et les créateuices-auteuices de comptes Instagram interrogés deviennent des recueillant^es parce qu'ils apprennent conjointement à prendre la parole, à la recueillir et à l'accompagner, et ces apprentissages construisent leur posture féministe. Être recueillant^e n'est pas le rôle principal de toutes les acteuices observés et interrogés au cours de ce travail de recherche, mais il s'agit de considérer que toutes sont, au cours de leur parcours, tour à tour témoignante^e, recueillant^e et médiateuice. Ces trois notions sont intimement liées (I11.58).

Dans ce travail, je me suis penchée majoritairement sur ce que le recueil fait aux recueillant^es. Cette approche s'inscrit à la suite des travaux de Mendes, Keller et Ringrose²² sur le vécu des féministes, et se rapproche aussi de la posture de Mona Gérardin-Laverge, qui centre son étude des slogans féministes sur les pratiques des locuteuices elleux-mêmes, plutôt que sur la réception de leur discours²³.

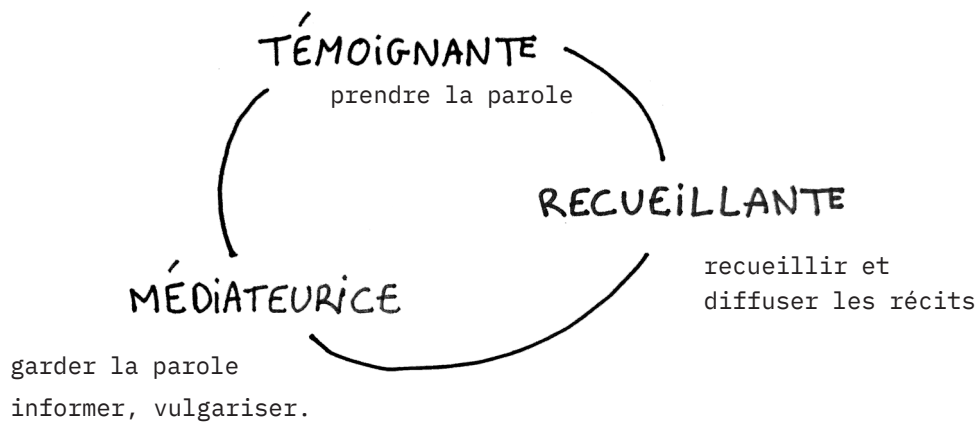
Les propos de Mona Gérardin-Laverge sur le slogan correspondent particulièrement bien à l'analyse des pratiques graphiques féministes développée dans le présent travail de recherche :

[L'affirmation « c'est en sloguant qu'on devient féministe »] suppose que les sujets qui agissent sont affectés par leurs pratiques, et notamment

21 Fabien Granjon, « Les militants-internautes », *Communication. Information médias théories pratiques*, vol. 22, n° 1, 2003, p. 11-32.

22 Kaitlynn Mendes, Jessica Ringrose et Jessalynn Keller, *Digital Feminist Activism: Girls and Women Fight Back Against Rape Culture*, Oxford, Oxford University Press, 2019.

23 Mona Gérardin-Laverge, « C'est en sloguant qu'on devient féministe » : Hétérogénéité du genre et performativité insurrectionnelle », *Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours*, n° 44, 24 mai 2018.



Ill.58 - Trois rôles féministes et leurs relations.

Ce travail de recherche s'est attelé à l'observation, la description et l'analyse des choix graphiques qui permettent l'aménagement d'espaces du dicible féministe (Charpenel 2016), des espaces de mise en commun et de politisation du vécu dans lesquels la prise de parole est possible, encouragée et accompagnée. L'analyse des pratiques graphiques féministes a permis d'identifier un rôle spécifique, celui de recueillant^e. Témoinnant^e, recueillant^e et médiateurice forment un trio intimement lié.

par leurs pratiques discursives. Ensuite, elle conçoit le féminisme non pas comme une simple opinion politique, un corpus théorique ou une lutte visant à changer les rapports sociaux, mais aussi comme un devenir, un parcours de politisation, un processus de production et de transformation des sujets²⁴ [...] »

Ce travail avait en effet pour objectif de comprendre comment les féministes sont affectés par leurs pratiques graphiques, et comment ces pratiques contribuent à leur parcours de politisation. Il ressort de cette enquête que la pratique graphique intervient dans la matérialisation de la prise de parole, dans les collages comme sur Instagram. Elle permet aussi l'aménagement d'un espace du dicible féministe.

Les individus deviennent recueillant·es par l'ajustement continu de leurs choix graphiques à leurs convictions politiques, à leur éthique de recueil, au ton avec lequel ils parlent de l'actualité, du sexisme ordinaire, du corps, de culture, de droit, de violences. Les discours féministes se construisent ici dans et par la pratique graphique, faisant du graphisme une manière de pratiquer le féminisme.

Ouverture

Ce travail ouvre plusieurs perspectives sur l'étude des féminismes contemporains. Il montre tout d'abord combien la tenue d'un compte Instagram est une activité qui s'élabore sur le temps long. À rebours de l'illusion de rapidité et de viralité souvent associée aux réseaux sociaux, observer et écouter le détail des choix de logiciels, de typographie, d'illustration, montre que les acteuices construisent leur posture de féministe en ligne à travers la pratique du graphisme, et ce quelles que soient leurs compétences initiales. Cela nous invite à prêter attention aux moments de vulnérabilité dans le récit des enquêtés à propos de leurs pratiques graphiques. Nous avons vu dans le chapitre 5 que plusieurs enquêtés minimisent leurs compétences et sont loin de se considérer comme expert·es.

Ces récits vont à rebours d'un discours qui suppose de la part des militant·es, surtout jeunes, une maîtrise innée des outils numériques. Maîtriser Instagram en tant qu'utilisateuice, le maîtriser en tant que créateuice de contenu, et maîtriser des applications de mise en page connexes comme Canva nécessitent des

24 Mona Gérardin-Laverge, « C'est en slogant qu'on devient féministe ».

compétences très différentes. Je n'ai pas retrouvé parmi les enquêtés de profil de féministe communicant^e ou expert^e en communication tel qu'en ont décrit d'autres travaux²⁵.

L'importance, pour plusieurs enquêtés, de l'aspect sérieux et du professionnalisme de leur compte, contraste aussi fortement avec un imaginaire du graphisme militant comme espace d'expérimentation et de liberté créative. @payetaplaite apprécie les fonds roses de Paye Ta Shnek mais ne se « sent pas²⁶ » d'utiliser davantage de couleur dans son travail. Après avoir envisagé d'inclure au présent travail de recherche des entretiens conduits en 2021 avec plusieurs artistes et graphistes queer et féministes²⁷, je suis revenue sur cette décision, ne parvenant pas à faire cohabiter ces voix de façon fertile au sein du même texte, les rapports au graphisme étant très hétérogènes. Il en va de même pour plusieurs fanzines et revues à la grande richesse graphique, pressenties dans la première ébauche du corpus, éludées ensuite : le fanzine strasbourgeois *Cendres*²⁸, les revues *Censored*²⁹, *Woman Journal*³⁰ ou *Panthère Première*³¹, etc. La presse et la microédition féministe sont des espaces en plein renouveau depuis 2015 environ, et nécessitent que l'on y consacre des travaux spécifiques. Des revues artistiques expérimentales comme *Censored* côtoient dans ce paysage éditorial des revues militantes annuelles fonctionnant par financement participatif comme *Les Ourses à Plumes*³², et une revue plus journalistique comme *La Déferlante*³³, une des seules à fonctionner avec des salariées. Ces revues ont pour point commun d'associer dans un même format des articles journalistiques, des entretiens, des articles plus proches d'une écriture universitaire, des récits et témoignages, de la fiction, et de nombreuses illustrations. L'analyse graphique de cette nouvelle presse féministe offrirait des perspectives intéressantes sur ce que

25 Josiane Jouët, Katharina Niemeyer et Bibia Pavard, « Faire des vagues », *Réseaux*, vol. 201, n° 1, 2 mai 2017, p. 21-57.

26 @payetaplaite.

27 On peut les retrouver dans Elise Goutagny, « Pratiques féministes et queer de la microédition. Graphisme, langage, transmission », *Techniques & Culture*, vol. 77, n° 1, 2022, p. 158-177.

28 *Cendres*, 3 numéros. collectif Pétroleuzes, Strasbourg.

29 *Censored*, 9 numéros depuis 2018. Magazine culturel et artistique, féministe, expérimental créé et édité par Apolline et Clémentine Labrosse.

30 *Woman Journal*, 2 numéros depuis 2019. Revue du collectif Woman Cave, créé par Leticia Chanliau et Chloé Macary-Carney. Parution irrégulière.

31 *Panthère Première*, 8 numéros depuis 2017. Revue de critique sociale créée, dirigée par Adèle Blazquez. La conception graphique des numéros est de Jeanne Gangloff, Eléonore Jasseny et Félicité Landrивon.

32 *Les Ourses à plumes*, webzine et revue papier annuelle, 3 numéros depuis 2020.

33 *La Déferlante*, 12 numéros depuis 2021. Revue trimestrielle.

« pratique graphique féministe » signifie lorsqu'il s'agit de pratiques éditoriales. Certaines éditrices, celles de la revue *Censored* par exemple, ont déjà partiellement fait le récit de leur apprentissage du graphisme via l'édition d'une revue³⁴, et utilisent des polices de caractère de la collective Bye Bye Binary, montrant la diffusion de ces pratiques typographiques post-binaires. Le lien entre graphisme et édition invite également à explorer la notion de culture féministe, peu exploitée ici, qui s'exprimerait entre autres par une culture graphique.

L'analyse des corrections et détournements féministes des campagnes d'affichages gouvernementales de sensibilisation aux violences faites aux femmes ouvre des pistes à propos de l'étude de ces affiches. Elles émanent de plusieurs institutions publiques : mairies, régions, ministères, mais aussi services de transports. J'ai plusieurs fois été surprise de voir la violence verbale ou physique explicitement montrée sur ces affiches, ce qui contraste avec la majorité de l'imagerie féministe jusqu'ici observée. Cela soulève de nombreuses questions sur les habitudes graphiques de représentation des violences ou des manières de les suggérer.

Au moment d'achever ce travail de recherche, je reviens enfin sur les particularités du terrain. Certaines auteuices portent un regard critique sur la spécificité d'un « terrain numérique », arguant que puisqu'internet est aujourd'hui partie prenante de nos vies, il n'est plus possible de le considérer comme un espace distinct, qui nécessiterait une approche méthodologique particulière³⁵.

J'ai moi-même montré dans le chapitre 1 les limites d'une approche qui mettrait les technologies numériques sur un piédestal. Pourtant, c'est précisément leur caractère quotidien et familier qui fait que l'on a besoin d'une méthodologie spécifique pour étudier les réseaux sociaux. Déclarer que l'on va séparer vie professionnelle et vie privée ou restreindre la navigation à des moments contrôlés n'y suffisent pas. Quelque chose se joue dans cette posture multiple de chercheuse-observatrice-créatrice de contenu sur les réseaux sociaux. Comme la posture de recueillant^e, elle se renégocie sans cesse, à force de pratique.

34 Louise Gomez, « Censored Magazine, un équilibre entre l'engagement politique et le format artistique », *Graphic Matter* [podcast], épisode 8, 11 octobre 2022, 55 min.

35 On retrouve cette thèse chez Dana Boyd, citée dans Madeleine Pastinelli, « Pour en finir avec l'ethnographie du virtuel ! Des enjeux méthodologiques de l'enquête de terrain en ligne », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 35, n° 1-2, 2011, p. 35-52.

bibliographie

1. Design, graphisme, pratiques graphiques des luttes sociales

1.1. Design : généralités

Bierut, Michael. « A Manifesto With Ten Footnotes ». Dans *Looking closer 4: Critical Writings on Graphic Design*, édité par William Drenttel, Steven Heller, et Michael Bierut, 26-31. New York : Allworth Press, 2002.

Breuer, Gerda, et Julia Meer. *Women in Graphic Design 1890-2012*. Berlin : Jovis, 2012.

Collectif. *Azimuts n°53, Collecte*. Saint-Étienne : Cité du design/Esadse, 2021.

Cross, Nigel. « Designerly Ways of Knowing ». *Design Studies* 3, n° 4 (1982) : 7.

Dilnot, Clive. « The State of Design History, Part I: Mapping the Field ». *Design Issues* 1, n° 1 (1984) : 4-23.

———. « The State of Design History, Part II: Problems and Possibilities ». *Design Issues* 1, n° 2 (1984) : 3-20.

Drucker, Johanna, et Emily McVarish. *Graphic Design History: A Critical Guide*. 2^e édition. Upper Saddle River : Pearson Prentice Hall, 2012.

Findeli, Alain. « La recherche-projet en design et la question de la question de recherche : essai de clarification conceptuelle ». *Sciences du Design* n° 1 (2015) : 45-57.

Garland, Ken. *First Things First*. Londres, 1964.

Harris, Sylvia. « Searching for a Black Aesthetic in American Graphic Design ». Dans *The Education of a Graphic Designer*, par Steven Heller, 125-129. New York : Allworth Press, 1998.

Hollis, Richard. *Graphic Design: A Concise History*. Revised and Expanded edition. New York : Thames & Hudson, 1994.

Hollis, Richard, et A. M. Cassandre. « Have You Ever Really Looked at This Poster? » *Eye* 4, n° 13 (1994). Consulté le 17 juillet 2023. <https://www.eyemagazine.com/opinion/article/have-you-ever-really-looked-at-this-poster>.

Jubert, Roxane. *Graphisme, typographie, histoire*. Paris : Flammarion, 2005.

Maudet, Nolwenn, et Vivien Philizot. « Dire et faire le graphisme. Où l'on apprend que personne ne s'entend sur les mots du design graphique et que les distinctions terminologiques ont des conséquences sur la pratique ». *Graphisme en France*, 2020, 39-54.

Mc Quiston, Liz. *Women in Design*. New York : Rizzoli, 1988.

Meggs, Philip B., et Alston W. Purvis. *Meggs' History of Graphic Design*. 5^e édition. Hoboken : John Wiley & Sons, 2011.

Miller, Cheryl D. « Black Designers: Missing in Action ». *Print*, octobre 1987.

Newark, Quentin. *What Is Graphic Design?* Essential Design Handbooks. Suisse : RotoVision, 2002.

Payet, Adrien. « Designers partout, design où ça ? » *Medium*, 6 février 2020. Consulté le 14 mars 2020. <https://medium.com/collectifbam/designers-partout-design-0%C3%B9-%C3%A7a-454d8882228e>.

- Philizot, Vivien. « Formes du design et construction subjective du monde social ». *Figures de l'art*, n° 25 (2013).
- . « Graphisme et transgression. Citation et détournement dans les codes visuels du design graphique contemporain ». *Signes, discours, société*, n° 2 (2009).
- . « Le design graphique, entre construction sociale du champ visuel et construction visuelle du champ social ». Dans *Poïétiques du design - conception et politique*, par Gwenaëlle Bertrand et Maxime Favard. L'Harmattan, 2015.
- . « Quelques remarques nominalistes sur la définition d'une discipline ». *Tombolo*, 2014.
- Philizot, Vivien, et Jérôme Saint-Loubert. Bié. *Technique & design graphique : outils, médias, savoirs*. Paris : Éditions B42, 2020.
- Poynor, Rick. « Absolutely the « Worst » ». *Eye* 17, n° 68 (2008). Consulté le 23 juillet 2023. <https://www.eyemagazine.com/opinion/article/absolutely-the-worst>.
- . « The Time for Being Against ». Dans *Looking closer 4: Critical Writings on Graphic Design*, édité par Michael Bierut, William Drenttel, et Steven Heller, 121-130. New York : Allworth Press, 2002.
- Poynor, Rick, et Denise Gonzales Crisp. « A Critical View of Graphic Design History ». *Design Observer*, 2008. Consulté le 20 juillet 2023. <http://designobserver.com/feature/a-critical-view-of-graphic-design-history/6827>.
- Remaury, Bruno. « Les usages culturels du mot design ». *Mode de recherche*, n° 14 (juin 2010) : 3-10.
- Remington, R. Roger, et Barbara J. Hodik. *Nine pioneers in American graphic design*. Cambridge, Mass. : MIT Press, 19-89.
- Smet, Catherine de. *Pour une critique du design graphique : dix-huit essais*. Paris : Éditions B42, 2012.
- Vial, Stéphane. « De la spécificité du projet en design : une démonstration ». *Communication et organisation*. n° 46 (1^{er} décembre 2014) : 17-32.
- Vial, Stéphane. *Court traité du design*. Paris : Presses Universitaires de France, 2010.
- . « Qu'est-ce que la recherche en design ? Introduction aux sciences du design ». *Sciences du Design*, n° 1 (2015) : 22-36.
- Victionary. *Design{h}ers: A Celebration of Women in Design Today*. Hong-Kong : Victionary, 2019.
- Warde, Beatrice. « The Crystal Goblet, or Printing Should Be Invisible ». *British & Colonial Printer & Stationer*, 1930.
- Wild, Lorraine. « The Macramé of Resistance ». *Emigre*, n° 70 (1998) : 5.
- Wild, Lorraine, et Alice Twemlow. « A New Graphic Design History? » *Design Observer*, 12 juin 2007. Consulté le 25 juillet 2023. <http://designobserver.com/feature/a-new-graphic-design-history/7017>.
- Wlassikoff, Michel. *Histoire du graphisme en France*. 3^e édition. Paris : MAD, Musée des arts décoratifs, 2021.

1.2. Critiques féministes du design

Attfield, Judy. « FORM/female FOLLOWS FUNCTION/male: Feminist Critiques of Design ». Dans *Design history and the history of design*, par John A. Walker et Judy Attfield, 199-225. Londres : Pluto, 1996.

———. « LA FORME/féminin SUIT LA FONCTION/masculin ». Traduit par Hélène Sarende. *RADDAR*, n° 3 (2021) : 172-193.

———. *Wild Things: The Material Culture of Everyday Life*. Oxford, : Berg Publishers, 2000.

Buckley, Cheryl. « Made in Patriarchy: Toward a Feminist Analysis of Women and Design ». *Design Issues* 3, n° 2, 1986 : 3-14.

Canlı, Ece. « Design and Intersectionality ». *Politics and Power*, 2016, 6.

Chaplin, Sarah. « Architecture ». Dans *Feminist Visual Culture*, par Fiona Carson et Claire Pajaczkowska, 129-145. Edinburgh : Routledge, 2000.

Duell, Sara. « Feminist Design as a Method, Not Aesthetics ». *The PhotoBook Review*, 2019.

Goutagny, Elise. « Promenade bibliographique dans les critiques féministes du design ». Dans *Le Discours critique en art & en design : Pratiques et enjeux contemporains*, Collectif. Saint-Étienne : Fabelio, 2022.

Kern, Eve-Lise. *Graphisme Héroïsme Féminisme*. Mémoire de DNSEP design graphique, ESAD Reims, 2016.

Levrant de Bretteville, Sheila. « Some Aspects of Design from the Perspective of a Woman Designer ». *Icographic*, n° 6 (1973).

Lupton, Ellen, et Laurie Haycock Makela. « Underground Matriarchy ». *Eye* 4, n° 14 (1994). Consulté le 17 octobre 2019. <http://www.eyemagazine.com/feature/article/underground-matriarchy>.

Lupton, Ellen, et Sheila Levrant de Bretteville. « Reputations: Sheila Levrant de Bretteville ». *Eye* 2, n° 8 (1993). Consulté le 8 novembre 2018. <http://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-sheila-levrant-de-bretteville>.

Scotford, Martha. « Googling the Design Canon ». *Eye* 17, n° 68 (2008). Consulté le 23 juillet 2023. <https://www.eyemagazine.com/feature/article/googling-the-design-canon>.

———. « Is There a Cannon of Graphic Design History ? » Dans *Graphic design: history in the writing, 1983-2011*, édité par Sarah De Bondt et Catherine de Smet. Londres : Occasional Papers, 2012.

———. « Messy History vs. Neat History: Toward an Expanded View of Women in Graphic Design ». *Visible Language* 28, n° 4 (1994) : 368-388.

———. « The Tenth Pioneer ». *Eye* 5, n° 18 (1995). Consulté le 18 juillet 2023. <https://www.eyemagazine.com/feature/article/the-tenth-pioneer>.

Shaw, Jacqueline. « Towards An Intersectional Praxis In Design ». Master of Designin Strategic Foresight & Innovation, OCAD University, 2019.

Smet, Catherine de. « Pussy Galore et Bouddha du futur. Femmes, graphisme, etc. » Dans *Pour une critique du design graphique : dix-huit essais*, 17-23. Paris : Éditions B42, 2012.

Sparke, Penny. *Politiques sexuelles du goût*. Traduit par Antoine Cazé. Monlet : T&P Publishing, 2022.

Triggs, Teal. « Women's Work ». *Print*, octobre 2012.

Vit, Armin. *Women Of Design: Influence And Inspiration From The Original Trailblazers To The New Groundbreakers*. Cincinnati, Ohio : HOW Books, 2008.

Walker Art Center. *Insights 2018: Sheila Levrant de Bretteville*. Walker Art Center, conférence vidéo, 15 mars 2018. 1h25. Consulté le 17 octobre 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=QY8d80tGal4&feature=youtu.be>.

Wilkins, Bridget. « No More Heroes ». *Eye* 2, n° 6 (1992). Consulté le 25 juillet 2023. <https://www.eyemagazine.com/opinion/article/no-more-heroes>.

1.3. Pratiques graphiques féministes, intersection design/féminismes

Boussahba-Bravard, Myriam. « Vision et visibilité : la rhétorique visuelle des suffragistes et des suffragettes britanniques de 1907 à 1914 ». *LISA. Littératures, Histoire des Idées, Images, Sociétés du Monde Anglophone* I, n° 1 (2003) : 42-53.

Bye Bye Binary. « Imaginaires typographiques inclusifs, queers et non binaires ». *RADDAR*, n° 3 (2021) : 16-29.

Circlude, Camille. « La typographie comme technologie du post-binarisme politique ». Révolution typographique post-binaire, 1^{er} juin 2021. Consulté le 9 mars 2023. <https://typo-inclusive.net/la-typographie-comme-technologie-du-post-binarisme-politique/>

———. *La typographie post-binaire. Au-delà de l'écriture inclusive*. Paris : B42, 2023.

Darms, Lisa, et Johanna Fateman. *The Riot Grrrl Collection*. New York : The Feminist Press, 2013.

Fraenkel, Béatrice. « « Nos drapeaux sont des foulards à fleurs », les manifestations du MLF ». Dans *40 ans de slogans féministes : 1970-2010*, par Corinne App, Anne-Marie Faure-Fraisse, et Lydie Rauzier, 5-17. Donnemarie-Dontilly : IXe, 2011.

Gaskins, Nettrice. « Hair Braiding Is Technology ». *Recess Art*, 1^{er} septembre 2014. consulté le 8 octobre 2021. <https://www.recessart.org/nettrice-gaskins-critical-writing/>.

Gosling, Lucinda, Hilary Robinson, et Amy Tobin. *L'art du féminisme : les images qui ont façonné le combat pour l'égalité, 1857-2017*. Traduit par Caroline de Hugo. Paris : Hugo image, 2019.

Goutagny, Elise. « Pratiques féministes et queer de la microédition. Graphisme, langage, transmission ». *Techniques & Culture* 77, n° 1 (2022) : 158-177.

Kazi-Tani, T*Félix. « Typographies inclusives #2 : le Times New Roman Inclusif d'Eugénie Bidaut ». *Balises*, 10 mai 2021. Consulté le 8 mars 2023. <https://balises.bpi.fr/ark:/34201/tx10040196t>.

Lorenzi, Marie-Emilie. *Activisme rose : cultures et arts féministes queer en France*. Thèse de doctorat, Université Paris I Panthéon-Sorbonne, 2015.

McQuiston, Liz. *Suffragettes to She-Devils: Women's Liberation and Beyond*. London : Phaidon Press, 1997.

Miller, Megg, Cem Eskinazi, YuJune Park, et Dori Tunstall. « What Is Instagram's Place in Design Education? » *Eye on Design Magazine*, 12 décembre 2019. Consulté le 14 juillet 2023. <https://eyeondesign.aiga.org/should-instagram-have-a-place-in-design-education/>.

Musée Carnavalet. *Parisiennes citoyennes ! Engagements pour l'émancipation des femmes*. Paris : Paris Musées, 2022.

Pavard, Bibia, et Michelle Zancarini-Fournel. *Luttes de femmes : 100 ans d'affiches féministes*. Paris : Les Echappés, 2013.

Piepmeyer, Alison. *Girl Zines: Making Media, Doing Feminism*. New York : New York University Press, 2009.

Piguet, Pauline. « Every One Page ». Dans *Feminist Findings*, par L.i.P. collective, 15. Le signe, Centre national du graphisme : Futuress, 2020.

Reynolds, Chelsea. « “My Zines, so Far, Aren’t as Political as Other Works I’ve Produced” : Communicative Capitalism Among Queer Feminist Zinesters ». *Communication, Culture and Critique* 13, n° 1 (29 avril 2020) : 92-110.

1.4. Édition féministe

Ghelam, Sarah. « La première revue féministe ? » *Genre de l'édition* [blog Hypothèses], 10 avril 2021. Consulté le 27 septembre 2022. <https://genreed.hypotheses.org/178>.

Kandel, Liliane. « L'explosion de la presse féministe ». *Le Débat* 1, n° 1 (1980) : 105-128.

———. « Une édition féministe est-elle possible ? » *Clio. Femmes, Genre, Histoire*, n° 13 (1^{er} avril 2001).

Laroche, Martine, et Michèle Larrouy. *Mouvements de presse : Années 1970 à nos jours, luttes féministes et lesbiennes*. Paris : ARCL Archives lesbiennes, 2009.

Lenz, Roxane. « Une édition féministe est-elle possible ? L'édition traditionnelle vs l'édition numérique ». *Monde du Livre* [blog Hypothèses]. Consulté le 16 mars 2021. <https://mondedulivre.hypotheses.org/1926>.

Les Ourses à Plumes. « Le renouveau des médias féministes ». *Les Ourses à plumes*, n° 3 (7 février 2022) : 54-55.

Olivesi, Aurélie. « Médias féminins, médias féministes : quelles différences énonciatives ? » *Le Temps des médias* 2017/2, n° 29 (19 octobre 2017) : 177-192.

Rousseau, Juliette (réal.). « Féminisme et édition ». *Les Mécaniques du livre* [podcast], Saison 2 épisode 2. Les Éditions du Commun, 17 février 2021. Son Apa\$h. Enreg. et montage quartier des ondes. Intervenantes : Isabelle Cambourakis (éd. Cambourakis, Solène Derrien et Karima Neggad (éd. Blast), Coline Charpentier (éd. Daronnes). Consulté le 17 février 2021. <https://podcloud.fr/podcast/mecaniquedulivre/episode/saison-2-episode-2-feminisme-et-edition>.

1.5. Histoire matérielle des luttes sociales et archives graphiques

App, Corinne, Anne-Marie Faure-Fraisse, Béatrice Fraenkel, et Lydie Rauzier. *40 ans de slogans féministes : 1970-2010*. Donnemarie-Dontilly : IXe, 2011.

Armangau, Yael. « Objets et production de genre. L'usage des techniques par les personnes transmasculines ». *Techniques & Culture* 77, n° 1 (2022) : 94-103.

Artières, Philippe. « Il est venu le temps du gauchisme ». Dans *Images en lutte : la culture visuelle de l'extrême-gauche en France, 1968-1974*, par Jean-Marc Bustamante et École Nationale Supérieure des Beaux-Arts, 1423. édité par Éric de Chassey. Paris : Beaux-Arts de Paris éditions, 2018.

———. *La banderole : histoire d'un objet politique*. Paris : Autrement, 2013.

Bidaut, Eugénie. *D'Himmler à Madonna, tour d'horizon des vocabulaires graphiques utilisés par les mouvements LGBTQ+ en France*. Mémoire de DNSEP option design graphique, EESAB Rennes, 2019.

Bustamante, Jean-Marc, et École Nationale Supérieure des Beaux-Arts. *Images en lutte : la culture visuelle de l'extrême-gauche en France, 1968-1974*. Édité par Philippe Artières et Éric de Chassey. Paris : Beaux-Arts de Paris éditions, 2018.

Centre de la Tribune Internationale de la Femme, Anne S. Walker, et Grace Jung. *Woman: the password is action / Le mot d'ordre de femme : L'action*. New York : CTIF, 1988.

Collectif. *Le torchon brûle n°5*. Paris, 1973.

Cushing, Lincoln. « The Women Behind the Black Panther Party Logo ». *Design Observer*, 1^{er} février 2018. Consulté le 5 août 2023. <http://designobserver.com/feature/the-women-behind-the-black-panther-party-logo/39755>.

Deriaz, Camille. *Jane, Jane, Queen of Pain : Gouines en cuir et lunettes de soleil*. Mémoire de DNSEP, Haute école des arts du Rhin, 2022.

Deudon, Catherine. *Un mouvement à soi : images du mouvement des femmes 1970-2001*. Paris : Syllepse, 2003.

Gervereau, Laurent. « Les affiches de « mai 68 » ». *Matériaux pour l'histoire de notre temps* 11, n° 1 (1988) : 160-171.

Gervereau, Laurent, et Gérard Fromanger. « L'atelier populaire de l'ex-École des Beaux-Arts. Entretien avec Gérard Fromanger ». *Matériaux pour l'histoire de notre temps* 11, n° 1 (1988) : 184-191.

Glaser, Milton, et Mirko Ilić. *The design of dissent*. Gloucester, Massachusetts : Rockport Publishers, 2005.

Gobille, Boris. *Mai 68*. Paris : La Découverte, 2018.

Kushner, Tony. « The design of dissent ». Dans *The design of dissent*, par Milton Glaser et Mirko Ilić, 220-223. Gloucester, Massachusetts : Rockport Publishers, Inc., 2005.

Lampert, Nicolas. *A people's art history of the United States: 250 years of activist art and artists working in social justice movements*. New press people's history. New York : The New Press, 2013.

McQuiston, Liz. *Protest! a history of social and political protest graphics*. Princeton, N.J : Princeton University Press, 2019.

———. *Rébellion ! Histoire mondiale de l'art contestataire*. Traduit par Paul Lopic. Paris : Seuil, 2020.

Thorel, Pascale le. « L'atelier populaire à l'école des Beaux-Arts, mai et juin 1968 ». Dans *Images en lutte : la culture visuelle de l'extrême-gauche en France, 1968-1974*, par Jean-Marc Bustamante et École Nationale Supérieure des Beaux-Arts, édité par Philippe Artières et Éric de Chasse. Paris : Beaux-Arts de Paris éditions, 2018.

Triggs, Teal. *Fanzines*. Londres : Thames & Hudson, 2010.

1.6. Capitalisme artiste, esthétisation du monde et des luttes

Alloa, Emmanuel, et Christoph Haffter. « De quoi l'esthétisation est-elle le nom ? ». *Nouvelle revue d'esthétique* 28, n° 2 (2021) : 5-23.

Artières, Philippe. « L'histoire sociale n'est pas de l'art ! ». *Libération*, 8 janvier 2017, sect. Social. Consulté le 16 mai 2023. https://www.liberation.fr/debats/2017/01/08/l-histoire-sociale-n-est-pas-de-l-art_1539974/.

Boltanski, Luc, et Ève Chiapello. *Le nouvel esprit du capitalisme*. TEL 380. Paris : Gallimard, 2011.

Bouchier, Martine. « Une esthétique sans art ni beauté ». Dans *Art et esthétique des luttes : scènes de la contestation contemporaine*, par Martine Bouchier, Dominique Dehais, et Collectif. Genève : MétisPresses, 2020. 11-21.

Cabanas, Edgar, et Eva Illouz. *Happycratie : comment l'industrie du bonheur a pris le contrôle de nos vies*. Traduit par Frédéric Joly. Paris : Premier Parallèle, 2018.

Chagnon, Katrie. « Exposer les peuples, s'exposer aux peuples : les Soulèvements de Georges Didi-Huberman entre Paris et Montréal ». *exPosition* 1, n° 6 (2021).

Crary, Jonathan. *24-7 : le capitalisme à l'assaut du sommeil*. Traduit par Grégoire Chamayou. Paris : la Découverte, 2016.

Delalande, Benjamin. « Publicité sans frontières. De la pub au politique ». *Mots. Les langages du politique*, n° 98 (1^{er} mai 2012) : 79-94.

Frodon, Jean-Michel. « L'exposition « Soulèvements », éloge nostalgique de la révolte ». *Slate*, 19 octobre 2016, sect. Culture. Consulté le 16 mai 2023. <https://www.slate.fr/story/126452/soulevement-exposition-emotion-revolution>.

Glicenstein, Jérôme. « Yves Michaud, « L'Art, c'est bien fini ». Essai sur l'hyper-esthétique et les atmosphères ». *Marges. Revue d'art contemporain*, n° 34 (27 avril 2022) : 190-191.

Graphéine. « Le branding d'un mouvement social : les collages Anti-Féminicides. » *Graphéine*, 8 mars 2020. Consulté le 8 juillet 2020. <https://www.grapheine.com/divers/branding-mouvement-social-collages-anti-feminicides>.

Hachette, Pauline. « Le pathos du « soulèvement » au risque de l'insensibilité ». *Culture & Musées. Muséologie et recherches sur la culture*, n° 36 (15 décembre 2020) : 178-185.

Hage, Julien. « La casse graphique au regard photographique en mai-juin 68. Politisation et patrimonialisation visuelle ». *Raison présente* 216, n° 4 (2020) : 45-54.

- Illouz, Eva. *Les sentiments du capitalisme*. Traduit par Jean-Pierre Ricard. Paris : Seuil, 2006.
- . *Pourquoi l'amour fait mal : l'expérience amoureuse dans la modernité*. Traduit par Frédéric Joly. Paris : Editions du Seuil, 2014.
- Johnston, Josée, et Judith Taylor. « Feminist Consumerism and Fat Activists: A Comparative Study of Grassroots Activism and the Dove Real Beauty Campaign ». *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 33, n° 4 (juin 2008) : 941-966.
- Lejeune, Léa. *Féminisme washing : quand les entreprises récupèrent la cause des femmes*. Paris : Éditions du Seuil, 2021.
- Lesbiennes contre le patriarcat. « Appel à boycotter le film « Riposte féministe » : Communiqué de la collective « Lesbiennes contre le patriarcat » ». Rebellyon, 9 novembre 2022. Consulté le 1^{er} août 2023. <https://rebellyon.info/Appel-a-boycotter-le-film-Riposte-24272>.
- Lipovetsky, Gilles, et Jean Serroy. *L'esthétisation du monde : vivre à l'âge du capitalisme artiste*. Paris : Gallimard, 2013.
- Malet, Déborah. « À Fond la forme » : retour sur l'évolution esthétique du graphisme militant ». *Mixte Magazine*, 7 avril 2022. Consulté le 10 novembre 2022. <https://www.mixtemagazine.com/article/a-fond-la-forme-retour-sur-levolution-esthetique-du-graphisme-militant/>.
- Mees, Martin. « La vie comme œuvre d'art ? Actualité de l'esthétique de l'existence chez Foucault ». *Nouvelle revue d'esthétique* 28, n° 2 (2021) : 61-68.
- Mesnage, Alice, et Marie G. « Les collages sont politiques, pas artistiques ». Dans *Notre colère sur vos murs*, par Collages Féminicides Paris, Tay Calenda, et Léa Michaëlis, 25-32. Paris : Denoël, 2021.-
- Michaud, Yves. « *L'art, c'est bien fini* » : essai sur l'hyper-esthétique et les atmosphères. Paris : Gallimard, 2021.
- . « Postface ». Dans *Art et esthétique des luttes : scènes de la contestation contemporaine*, 111-113. Genève : MétisPresses, 2020.
- Oddos, Valérie. « Une évocation des « Soulèvements » en images au Jeu de Paume ». *France Info*, 26 octobre 2016. Consulté le 3 août 2023. https://www.francetvinfo.fr/culture/arts-expos/une-evocation-des-soulevements-en-images-au-jeu-de-paume_3366413.html.
- Smith, Miriam A. « #BlackLivesMatter... a Hashtag, a Rallying Cry, a Social Movement, a Global Network... but Not a Trademark: An Analysis of Trademark Protection for the Well-Turned Phrase of a Social Movement (Slogans, Taglines, Mottoes, and Hashtags) ». *AIPLA Quarterly Journal* 50 (2022) : 205.
- Souley, Ève et Maha. « [Soulèvements] La révolte n'est pas une expo d'art ». *Paris-luttes.info*, 19 décembre 2016. Consulté le 16 mai 2023. <https://paris-luttes.info/soulevements-la-revolte-n-est-pas-7276>.
- Traverso, Enzo. « Soulèvements / Égarements ». *AOC media - Analyse Opinion Critique*, 3 juillet 2022. Consulté le 16 mai 2023. <https://aoc.media/opinion/2022/07/03/soulevements-egarements/>.
- Wilson, Yaneira. « Venezuela : l'opposition manifeste en image, esthétique et storytelling ». Dans *Art et esthétique des luttes : scènes de la contestation contemporaine*, par Martine Bouchier, Dominique Dehais, et Collectif. Genève : MétisPresses, 2020. 59-70.

1.7. Art et histoire de l'art

Benjamin, Walter. *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Traduit par Lionel Duvoy. Paris : Éditions Allia, 2011.

Devevey, Éléonore. « Vrai, faux et usages de faux ». *Critique* 879-880, n° 89 (2020) : 670-682.

Recht, Roland. « L'iconologie avant Warburg ». *Images Re-vues. Histoire, anthropologie et théorie de l'art*, n° Hors-série 4 (30 janvier 2013).

Sullivan, Louis H. « The Tall Office Building Artistically Considered ». *Lippincott's Magazine*, 1896.

2. Féminismes et mouvements sociaux

2.1. Féminismes : Théorie générale

Ahmed, Sara. « Les rabat-joie féministes (et autres sujets obstinés) ». *Cahiers du Genre* 53, n° 2 (2012) : 77-98.

———. *Living a Feminist Life*. Durham : Duke University Press, 2017.

Albenga, Viviane, et Laurence Bachmann. « Appropriations des idées féministes et transformation de soi par la lecture ». *Politix* 109, n° 1 (2015) : 69-89.

Bard, Christine. « « Mon corps est une arme », des suffragettes aux Femen ». *Les Temps Modernes*, n° 678 (2 juin 2014) : 213-240.

Bilge, Sirma. « Le blanchiment de l'intersectionnalité ». *Recherches féministes* 28, n° 2 (2015) : 9-32.

———. « Théorisations féministes de l'intersectionnalité ». *Diogene* 225, n° 1 (2009) : 70-88.

Bozon, Michel. *Sociologie de la sexualité*. Malakoff : Armand Colin, 2018.

Carrie Smith-Prei et Maria Stehle. « Awkwardness and Feminist Politics ». *Women in German Yearbook* 30 (2014) : 209-224.

Chaperon, Sylvie. « Creux de la vague ». Dans *Dictionnaire des féministes : France, XVIII^e-XXI^e siècle*, 365-368. Paris : PUF, 2017.

Chollet, Mona. *Sorcières : la puissance invaincue des femmes*. Paris : Zones, 2018.

Collective, Combahee River. « Déclaration du Combahee River Collective ». Traduit par Jules Falquet. *Les cahiers du CEDREF. Centre d'enseignement, d'études et de recherches pour les études féministes*, n° 14 (1^{er} janvier 2006) : 53-67.

Crenshaw, Kimberle. « Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color ». *Stanford Law Review* 43, n° 6 (1991) : 124-199.

Cuboniks, Latoria, et Émilie Notéris. « Manifeste xénoféministe ». *Revue du Crieur* 12, n° 1 (21 février 2019) : 22-35.

Da Silva, Jaércio. *Un concept sur la toile. Circulation et traduction à bas bruit de l'intersectionnalité*. Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université Paris-Panthéon-Assas, 2022.

- Davis, Kathy. « L'intersectionnalité, un mot à la mode. Ce qui fait le succès d'une théorie féministe ». *Les cahiers du CEDREF. Centre d'enseignement, d'études et de recherches pour les études féministes*, n° 20 (1^{er} janvier 2015).
- Delage, Pauline, Delphine Lacombe, Marylène Lieber, et Magali Mazuy. « De la violence létale contre les femmes à la violence féminicide. Genèses et mobilisations ». *Cahiers du Genre* 73, n° 2 (2022) : 5-31.
- Dorlin, Elsa. *Se défendre : une philosophie de la violence*. Paris : La Découverte, 2019.
- Haicault, Monique. « La gestion ordinaire de la vie en deux ». *Sociologie du travail* 26, n° 3 (1984) : 268-277.
- Haraway, Donna Jeanne. *Manifeste cyborg et autres essais : sciences, fictions, féminismes*. Édité par Laurence Allard, Delphine Gardey, et Nathalie Magnan. Paris : Exils éditeurs, 2007.
- Haraway, Donna Jeanne, et Vivien García. *Vivre avec le trouble*. Vaulx-en-Velin : Les éditions des mondes à faire, 2020.
- Hill Collins, Patricia. *La pensée féministe noire : savoir, conscience et politique de l'empowerment*. Montréal : Les Éditions du Remue-ménage, 2017.
- hooks, bell. *Ain't I a woman: Black women and feminism*. Second edition. New York : Routledge, 2015.
- King, Deborah K. « Multiple Jeopardy, Multiple Consciousness: The Context of a Black Feminist Ideology ». *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 14, n° 1 (octobre 1988) : 42-72.
- Lapalus, Marylène, et Mariana R. Mora. « Fémicide/féminicide. Les enjeux politiques d'une catégorie juridique et militante ». *Travail, genre et sociétés* n° 43, n° 1 (30 mars 2020) : 155-160.
- Les Dévalideuses. « Handi-féminisme. La double non-mixité des Dévalideuses ». *Travail, genre et sociétés* 49, n° 1 (2023) : 183-186.
- Mwasi. *Afrofem*. Paris : Éditions Syllepse, 2018.
- Noyé, Sophie. « Pour un féminisme matérialiste et queer ». *Contretemps*, 17 avril 2014. Consulté le 16 avril 2020. <https://www.contretemps.eu/pour-un-feminisme-materialiste-et-queer/>
- Paveau, Marie-Anne. « Une analyse du discours contre-hégémonique. Intersectionnalité critique et pluriversalité décoloniale ». *Langage et société* 178, n° 1 (2023) : 161-190.
- Pergadia, Samantha. « Geologies of Sex and Gender: Excavating the Materialism of Gayle Rubin and Judith Butler ». *Feminist Studies* 44, n° 1 (mars 2018) : 171-196.
- Plant, Sadie. *Zeros + ones: digital women + the new technoculture*. Londres : Fourth Estate, 1998.
- Rentschler, Carrie. « Making culture and doing feminism ». Dans *Routledge handbook of contemporary feminism*, par Tasha G. Oren et Andrea Lee Press. Londres : Routledge, 2019.
- Sméralda, Juliette. *Peau noire, cheveu crépu : l'histoire d'une aliénation*. Pointe-à-Pitre : Éditions Jasor, 2017.
- Vanspranghe, Nina. « Quand la presse féminine s'empare de l'orgasme féminin ». *Effeillage* 4, n° 1 (2015) : 48-53.

2.2. Autres engagements militants

Dupuis-Deri, Francis. « Penser l'action directe des Black Blocs ». *Politix. Revue des sciences sociales du politique* 17, n°68 (2004) : 79-109. <https://doi.org/10.3406/polix.2004.1639>.

Ion, Jacques. *La fin des militants ?* Paris : les Éditions de l'Atelier - les Éditions ouvrières, 1997.

Maeckelbergh, Marianne. « Doing is Believing: Prefiguration as Strategic Practice in the Alterglobalization Movement ». *Social Movement Studies* 10, n°1 (janvier 2011) : 1-20. <https://doi.org/10.1080/14742837.2011.545223>.

Tilly, Charles, et Éric Diacon. *La France conteste: de 1600 à nos jours*. Paris : Fayard, 1986.

Vendramin, Patricia. « L'engagement militant : la rencontre entre un individu, une cause et une organisation ». Dans *L'engagement militant*, par Patricia Vendramin, Fondation travail-université, et Université catholique de Louvain, 15-34. Louvain : UCL, Presses universitaires de Louvain, 2013.

2.3. Histoire et historiographie des féminismes

Achin, Catherine, et Delphine Naudier. « Trajectoires de femmes « ordinaires » dans les années 1970. La fabrique de la puissance d'agir féministe ». *Sociologie* 1, n° 1 (2010) : 77-93.

Bard, Christine. « Au sein du MLF, le torchon brûle ». Dans *Féminismes - 150 ans d'idées reçues*, 2^e éd. : 93-101. Idées reçues. Paris : Le Cavalier Bleu, 2020.

———. « Faire des vagues. Périodiser l'histoire des féminismes ». Dans *Féminismes du XXI^e siècle : une troisième vague ?*, 31-45. Archives du féminisme. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2017.

———. « Insaisissable féminisme ». *Cités* 73, n° 1 (2018) : 19-28.

Blandin, Claire, Sandrine Lévêque, Simon Massei, et Bibia Pavard. « Présentation - Féminismes et médias, une longue histoire ». *Le Temps des médias* 2, n° 29 (19 octobre 2017) : 5-17.

El Yamani, Miriam. *Médias et féminismes : minoritaires sans paroles*. Logiques sociales. Paris : l'Harmattan, 1998.

Espineira, Karine. « Un transféminisme ou des transféministes ? Réflexions sur l'émergence d'un mouvement transféministe en France ». Dans *Féminismes du XXI^e siècle : une troisième vague ?*, 147-158. Archives du féminisme. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2017.

Henry, Astrid. « From a Mindset to a Movement: Feminism since 1990 ». Dans *Feminism Unfinished: A Short, Surprising History of American Women's Movements.*, par L. Gordon, Astrid Henry, et L. Sue Cobble. New York : Liveright, 2014.

Labry, Manon. *Riot Grrrls : chronique d'une révolution punk féministe*. Paris : Zones, un label des éditions La Découverte, 2016.

Pavard, Bibia. « Faire naître et mourir les vagues : comment s'écrit l'histoire des féminismes ». *Itinéraires. Littérature, textes, cultures*, n° 2017/2 (10 mars 2018).

Pavard, Bibia, Sandrine Lévêque, et Claire Blandin. « Elle et Marie Claire dans les années 1968 : une « parenthèse enchantée » ? » *Le Temps des médias* 2017/2, n° 29 (19 octobre 2017) : 65-78.

Pavard, Bibia, Florence Rochefort, et Michelle Zancarini-Fournel. « Chapitre XI. La diffusion d'une culture féministe en rhizomes ». Dans *Ne nous libérez pas, on s'en charge. Une histoire des féminismes de 1789 à nos jours.*, 334-353. Sciences humaines. Paris : La Découverte, 2020.

———. *Ne nous libérez pas, on s'en charge : une histoire des féminismes de 1789 à nos jours.* Paris : La Découverte, 2020.

Riot-Sarcey, Michèle. *Histoire du féminisme.* 3^e édition. Paris : La Découverte, 2015.

Roberts, Mary Louise. « Copie subversive : Le journalisme féministe en France à la fin du siècle dernier ». *Clio. Femmes, Genre, Histoire*, n° 6 (1^{er} novembre 1997).

Rochefort, Françoise. *Histoire mondiale des féminismes.* Que sais-je ? Paris : Presses Universitaires de France, 2018.

Ruault, Lucile. « Libération sexuelle ou « pression à soulager ces messieurs » ? Points de vue de femmes dans les années 68 en France ». *Ethnologie française* 49, n° 2 (2019) : 373-389.

Springer, Kimberley. « Une troisième vague du féminisme noir ? » Dans *Black feminism : anthologie du féminisme africain-américain, 1975-2000*, par Elsa Dorlin et Michele Wallace. Paris : L'Harmattan, 2015.

2.4. Féminismes contemporains : généralités

Baillargeon, Mercédès, et Collectif Les Déferlantes. *Remous, ressacs et dérivations autour de la troisième vague féministe.* Montréal : Les Éditions du Remue-ménage, 2011.

Bard, Christine, Alix Béranger, Clara Carbanar, Caroline De Haas, et Alice Béja. « Le militantisme féministe aujourd'hui ». *Esprit* Octobre, n° 10 (11 octobre 2013) : 68-84.

Bard, Christine, et Jean-Marie Durand. « L'actualité des féminismes ». Dans *Mon genre d'histoire*, 135-165. Hors collection. Paris : Presses Universitaires de France, 2021.

Bergès, Karine. « Remous autour des vagues féministes ». Dans *Féminismes du XXI^e siècle : une troisième vague ?*, 1127. Archives du féminisme. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2017.

Breda, Hélène. « De la réception engagée à l'engagement militant : l'exemple des « fanarts féministes » de princesses Disney ». *Genre en séries. Cinéma, télévision, médias*, n° 7 (1^{er} juin 2018).

Centre Hubertine Auclert. « La carte des associations franciliennes droits des femmes et égalité femmes-hommes | Retrouvez ici toutes les associations œuvrant pour l'égalité femmes-hommes en Île-de-France. » Consulté le 12 juin 2020. <https://asso-idf.hubertine.fr/>.

Chabassier, Joane. « Être, se dire, se faire dire féministe : des rapports au politique en tension au sein d'un espace de la cause des femmes ». Dans *Féminismes du XXI^e siècle : une troisième vague ?*, 207-219. Archives du féminisme. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2017.

Charpentier, Coline. *T'as pensé à... ? : guide d'autodéfense sur la charge mentale.* Paris : le Livre de poche, 2020.

Collet, Margaux, Raphaëlle Rémy-Leleu, Diglee, et Osez le féminisme. *Beyoncé est-elle féministe ? Et autres questions pour comprendre le féminisme.* Paris : First éditions, 2018.

Dean, Jonathan, et Kristin Aune. « Feminism Resurgent? Mapping Contemporary Feminist Activisms in Europe ». *Social Movement Studies* 14, n° 4 (4 juillet 2015) : 375-395.

Djavadzadeh, Keivan. « The Beyoncé Wars : le Black feminism, Beyoncé et le féminisme hip-hop ». *Le Temps des médias* 2, n° 29 (2017) : 159-176.

Emma. « Fallait demander ». Emma, 9 mai 2017. Consulté le 19 octobre 2023. <https://emmaclit.com/2017/05/09/repartition-des-taches-hommes-femmes/>.

———. *Un autre regard*. Vol. 1. Paris : J'ai lu, 2018.

Gaudichaud, Franck. « Marée féministe au Chili ». *Le Monde diplomatique*, 1^{er} mai 2019.

Henneron, Liane. « Être jeune féministe aujourd'hui : les rapports de génération dans le mouvement féministe contemporain ». *L'Homme la Société* n° 158, n° 4 (2005) : 93-111.

Jacquemart, Alban, et Viviane Albenga. « Pour une approche microsociologique des idées politiques. Les appropriations ordinaires des idées féministes ». *Politix* 109, n°1 (2015) : 7-20. <https://doi.org/10.3917/pox.109.0007>.

Lamy, Rose. *Défaire le discours sexiste dans les médias : Préparez-vous pour la bagarre*. Paris : JC Lattès, 2021.

Les Ourses à Plumes. « Quelles tendances dans le mouvement féministe aujourd'hui en France ? » *Les Ourses à plumes*, 1^{er} octobre 2018. Consulté le 18 juin 2020. <https://lesoursesaplumes.info/2018/01/10/quelles-tendances-dans-le-mouvement-feministe-aujourd'hui-en-france/>.

Lorenzi, Marie-Emilie. « Beyoncé, un modèle féministe du XXI^e siècle ? » Dans *Féminismes du XXI^e siècle : une troisième vague ?*, par Florence Binard et Alexandrine Nedelec-Guyard, 247-256. Édité par Karine Bergès. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2017.

Madesta, Tal. *Désirer à tout prix*. La Collection sur la table. Paris : Binge Audio Éditions, 2022.

Luyssen, Johanna. « Pop féminisme ». Dans *Dictionnaire des féministes : France, XVIII^e-XXI^e siècle*. Paris : PUF, 2017.

Meufs Meufs Meufs « Les initiatives - carte des initiatives ». *Meufs, Meufs, Meufs*. Consulté le 18 juin 2020. <https://meufsmeuksmeufs.org/initiatives/>.

Nous Toutes. *Petit guide anti-sexiste des fêtes de fin d'année*. Consulté le 18 septembre 2023. <https://www.noustoutes.org/wp-content/uploads/2022/07/Guide-anti-sexisme-Noel-illustre-.pdf>.

oursemallechee. « Enquête sur l'état des lieux d'un mouvement féministe multiforme ». *Les Ourses à plumes*, 10 janvier 2018. Consulté le 26 juin 2020. <https://lesoursesaplumes.info/2018/01/10/enquete-sur-letat-des-lieux-dun-mouvement-feministe-multiforme/>.

Pahud, Stéphanie, et Marie-Anne Paveau. « Les mondes possibles des féminismes contemporains. Présentation ». *Itinéraires. Littérature, textes, cultures*, n° 2017-2 (10 mars 2018).

Sciamma, Céline (réal.). *Portrait de la jeune fille en feu*. 18 septembre 2019. 2h02min. Scénario Céline Sciamma, prod. Véronique Cayla, mont. Julien Lacheray, photo. Claire Mathon, Musique Arthur Simoni et Para One. Interprètes : Adèle Haenel, Noémie Merlant.

Women Who Do Stuff. « Associations féministes ». *Google My Maps*. Consulté le 12 juin 2020. <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=13gJuvmcuqz1BtYdCg0AxDdDd3FL0kuX9>.

2.5. Mouvements sociaux et numérique

Ables, Kelsey. « Selfies and Sunsets Be Gone: The Latest Instagram Trend Is PowerPoint-Style Presentations ». *Washington Post*, 16 août 2020. Consulté le 22 mai 2023. <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/08/15/instagram-race-activism-slideshow-graphics/>.

Babeau, Franck. « La participation politique des citoyens « ordinaires » sur l'Internet. La plateforme Youtube comme lieu d'observation ». *Politiques de communication* 3, n° 2 (2014) : 125-150.

Cardon, Dominique, et Christophe Prieur. « 11. Comment la conversation a façonné le web ». Dans *L'ordinaire d'internet*, 226-247. Individu et Société. Paris : Armand Colin, 2016.

Dont, Barthélemy. « Pourquoi les « PowerPoint militants » ont envahi Instagram ». *korii.*, 26 août 2020, sect. Tech. Consulté le 29 juin 2022. <https://korii.slate.fr/tech/pourquoi-powerpoints-militants-ont-envahi-instagram-algorithme-esthetique>.

Faris, David M. « La révolte en réseau : le « printemps arabe » et les médias sociaux ». *Politique étrangère* Printemps, n° 2012/1 (2012) : 99-109.

Gomez-Mejia, Gustavo. « Poétique de l'engagement sur les plateformes. Figures de la mobilisation et styles de contenus ». *Le Temps des médias* 34, n° 1 (2020) : 164-183.

Granjon, Fabien. « Les militants-internautes ». *Communication. Information médias théories pratiques*, n° Vol. 22/1 (15 février 2003) : 11-32.

———. *L'Internet militant : mouvement social et usages des réseaux télématiques*. Rennes : Apogée, 2001.

Mabi, Clément, et Anaïs Théviot. « Présentation du dossier. S'engager sur Internet. Mobilisations et pratiques politiques ». *Politiques de communication* 3, n° 2 (2014) : 5-24.

Madesta, Tal. « La performativité, fléau des espaces de sociabilité militants ». Le Club de Mediapart [blog des abonnés de Mediapart], 12 mars 2021. Consulté le 5 août 2023. <https://blogs.mediapart.fr/chloemadesta/blog/120321-la-performativite-fleau-des-espaces-de-sociabilite-militants>.

Madison, Nora, et Mathias Klang. « The Case for Digital Activism : Refuting the Fallacies of Slacktivism ». *Journal of Digital Social Research* 2, n° 2 (9 septembre 2020) : 28-47.

Manovich, Lev. *Instagram and Contemporary Image*, 2017. <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>.

Mercier, Arnaud. « Twitter, espace politique, espace polémique. L'exemple des tweet-campagnes municipales en France (janvier-mars 2014) ». *Les Cahiers du numérique* 11, n° 4 (2015) : 145-168.

oursemallechee. « Le militantisme individuel en ligne est-il un militantisme ? » *Les Ourses à plumes*, 4 mars 2023. Consulté le 7 mai 2023. <https://lesoursesaplumes.info/2023/03/04/le-militantisme-individuel-en-ligne-est-il-un-militantisme/>.

San Cornelio, Gemma. « Instagram Aesthetics for Social Change: A Narrative Approach to Visual Activism on Instagram ». Dans *The Sage Handbook of Digital Society*, 188-208. Londres : SAGE Publications, 2022.

Turgeon, Alexandre. « Étudier la mémoire sur Twitter, composer avec celle de Twitter. Le cas de la Grande Noirceur et Révolution tranquille 2.0 au Québec en 2012. » Dans *Pérenniser l'éphémère*, Université de Namur, et Université catholique de Louvain, 67-108. Université Catholique de Louvain : Académia-L'Harmattan, 2018.

Winckler, Isabelle. « Real Activism or Clicks without a Cause? » *Futuress*, 29 novembre 2022. Consulté le 5 avril 2023. <https://futuress.org/stories/clicks-without-a-cause/>.

2.6. Quatrième vague féministe

Baumgardner, Jennifer. « Is There a Fourth Wave? Does It Matter? » Dans *F'em : Goo Goo, Gaga and Some Thoughts on Balls*, 258. New York : Seal Press, 2011.

Bertrand, David. *Analyse structuro-cognitive d'une lutte pour la reconnaissance : l'émergence d'une quatrième vague féministe en France*. Thèse de doctorat, Université de Bordeaux, 2021.

Chamberlain, Prudence. « Affective temporality : towards a fourth wave ». *Gender & Education* 28, n° 3 (mai 2016) : 458-464.

———. *The Feminist Fourth Wave*. Cham : Springer International Publishing, 2017.

Cochrane, Kira. « The Fourth Wave of Feminism: Meet the Rebel Women ». *The Guardian*, 10 décembre 2013, sect. World news. Consulté le 25 février 2020. <https://www.theguardian.com/world/2013/dec/10/fourth-wave-feminism-rebel-women>.

Delaume, Chloé. *Mes bien chères sœurs*. Paris : Seuil, 2019.

Guyard-Nédélec, Alexandrine. « Conclusion : Vers une quatrième vague ? Réflexions à partir de la situation états-unienne ». Dans *Féminismes du XXI^e siècle : une troisième vague ?* Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2017.

Koechlin, Aurore. *La révolution féministe*. Paris : Éditions Amsterdam, 2019.

Lanctôt, Aurélie. « Des paillettes aux revendications : quelques bribes du possible «renouveau féministe» ». *Atelier 10*, 26 mars 2015. Consulté le 23 mai 2023. <https://atelier10.ca/nouveauprojet/article/des-paillettes-aux-revendications-quelques-bribes-possible-renouveau-feministe>.

Les Ourses à plumes, et Aurore Koechlin. « De #metoo aux femmes gilets jaunes, quel féminisme révolutionnaire aujourd'hui ? » *Les Ourses à plumes*, n° 2 (2019) : 26-27.

Munro, Ealasaid. « Feminism: A Fourth Wave? » *Political Insight* 4, n° 2 (5 septembre 2013) : 22-25.

Peay, Pythia. « Feminism's Fourth Wave » *Utne*, 2005. Consulté le 10 mai 2023. <https://www.utne.com/community/feminisms-fourth-wave/>.

2.7. Féminismes contemporains et réseaux sociaux

Alvarez, Luis, et Nathalie Tomasini. « Que la parole de l'enfant se libère ne suffit pas ». *Libération*, 15 février 2021, sect. Tribunes. Consulté le 31 août 2023. https://www.liberation.fr/idees-et-debats/tribunes/que-la-parole-de-lenfant-se-libere-ne-suffit-pas-20210215_NT5PS5S3RRGINMDYFPISUHQEZA/.

Baer, Hester. « Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism ». *Feminist Media Studies* 16, n° 1 (2 janvier 2016) : 17-34.

Barbala, Astri Moksnes. « The Platformization of Feminism: The Tensions of Domesticating Instagram for Activist Projects ». *New Media & Society*, 12 décembre 2022.

- Bertrand, David. « L'essor du féminisme en ligne ». *Réseaux* 23, n° 208-209 (25 mai 2018) : 232-257.
- Blandin, Claire. « Présentation. Le web, de nouvelles pratiques militantes dans l'histoire du féminisme ? » *Réseaux* 1, n° 201 (janvier 2017) : 9-17.
- Breda, Héléne. *Les féminismes à l'ère d'Internet : lutter entre anciens et nouveaux espaces médiatiques*. Bry-sur-Marne : INA Éditions, 2022.
- Breheny, Caitlin. « *By Any Memes Necessary* » : *Exploring the Intersectional Politics of Feminist Memes on Instagram*. Mémoire de master - Social Science: Digital Media and Society, Uppsala University, 2017.
- Caldeira, Sofia P., et Sander De Ridder. « Representing diverse femininities on Instagram: A case study of the body-positive @effyourbeautystandards Instagram account ». *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies* 9, n° 2 (1^{er} octobre 2017) : 321-337.
- Caldeira, Sofia P., Sander De Ridder, et Sofie Van Bauwel. « Exploring the Politics of Gender Representation on Instagram: Self-Representations of Femininity ». *Journal of Diversity and Gender Studies* 5, n° 1 (2018) : 23-42.
- Cavalin, Catherine, Jaércio Da Silva, Pauline Delage, Irène Despontin Lefèvre, Delphine Lacombe, Bibia Pavard, Seema Sarangi, Centre de recherches interdisciplinaires sur les médias, et Réseau Violences fondées sur le genre. *Les violences sexistes après #MeToo*. Paris : Presses des Mines-Transvalor, 2022.
- Cohen, Rachel, Jasmine Fardouly, Toby Newton-John, et Amy Slater. « #BoPo on Instagram: An Experimental Investigation of the Effects of Viewing Body Positive Content on Young Women's Mood and Body Image ». *New Media & Society* 21, n° 7 (juillet 2019) : 1546-1564.
- Crepax, Rosa. « The Aestheticisation of Feminism: A Case Study of Feminist Instagram Aesthetics ». *ZoneModa Journal* 10, n° 1S (20 mai 2020) : 71-81.
- Da Silva, Jaércio. « Un concept sur la toile : le « je » et le « nous » des mobilisations afroféministes sur YouTube ». *Le Temps des médias* 34, n° 1 (2020) : 145-163.
- Daniels, Jessie. « Rethinking Cyberfeminism(s) : Race, Gender, and Embodiment ». *WSQ: Women's Studies Quarterly* 37 (1^{er} janvier 2009) : 101-124.
- Despontin Lefèvre, Irène. « Féminisme et genre en débat sur Youtube ». *Politiques de communication* 13, n° 2 (2019) : 31-66.
- D'Haussy, Julie. « Instagrammeuses, médias et militantisme : étude exploratoire de médiascapes luttant autour de la grosseur ». *Études de communication* 58, n° 1 (2022) : 67-86.
- Dumitrica, Delia, et Hester Hockin-Boyers. « Slideshow activism on Instagram: constructing the political activist subject ». *Information, Communication & Society*, 15 décembre 2022, 1-19.
- Dunate, Valentin. « Censurées sur Instagram, des féministes poursuivent Facebook en justice et dénoncent un « deux poids, deux mesures » ». *France Info*, 10 mars 2021. Consulté le 14 juillet 2023. https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/facebook/censurees-sur-instagram-des-feministes-poursuivent-facebook-en-justice-et-denoncent-un-deux-poids-deux-mesures_4327679.html.
- Durocher, Anouk. « Elvire Duvelle-Charles : « L'ère des féministes sur Instagram est vouée à s'éteindre » ». *Manifesto XXI*, 30 mars 2022. Consulté le 3 septembre 2023. <https://manifesto-21.com/elvire-duvelle-charles/>.

Duvelle-Charles, Elvire. *Féminisme et réseaux sociaux : une histoire d'amour et de haine*. Marseille : Hors-d'atteinte, 2022.

Faust, Gretchen. « Hair, Blood and the Nipple ». Dans *Digital Environments*, édité par Urte Undine Frömming, Steffen Köhn, Samantha Fox, et Mike Terry, 159-170. Transcript Verlag, 2017.

Ferrari, Pauline. « 15 comptes féministes à suivre pour continuer à s'éduquer et se battre pour l'égalité en 2022 ». Konbini, 30 décembre 2022. Consulté le 5 août 2023. <https://www.konbini.com/news/15-comptes-feministes-a-suivre-pour-continuer-a-seduquer-et-se-battre-pour-legalite-en-2022/>.

Fondation des femmes. « Enquête #metoo, la parole au pied du mur ». Communiqué de presse, 4 octobre 2018.

Frau-Meigs, Divina. « Les Armes Numériques de La Nouvelle Vague Féministe ». *The Conversation*, 12 février 2018. Consulté le 10 mai 2023. <http://theconversation.com/les-armes-numeriques-de-la-nouvelle-vague-feministe-91512>.

Guionnet, Christine. « Troubles dans le féminisme ». *Réseaux*, n° 201 (2 mai 2017) : 115-146.

Jouët, Josiane. « Le Web et les réseaux sociaux, dernière vague du féminisme ? » *La Revue des Médias*, 8 mars 2019. Consulté le 10 mai 2023. <http://larevuedesmedias.ina.fr/le-web-et-les-reseaux-sociaux-derniere-vague-du-feminisme>.

———. *Numérique, féminisme et société*. Paris : Presses des Mines, 2022.

Jouët, Josiane, Katharina Niemeyer, et Bibia Pavard. « Faire des vagues ». *Réseaux* 201, n° 1 (2 mai 2017) : 21-57.

Julliard, Virginie. « #Theoriedugenre : comment débat-on du genre sur Twitter ? » *Questions de communication*, n° 30 (31 décembre 2016) : 135-157.

Keller, Jessalynn Marie. « Virtual Feminisms ». *Information, Communication & Society* 15, n° 3 (1^{er} avril 2012) : 429-447.

Lextray, Camille. « La continuité des réseaux sociaux et de la rue ». Dans *Notre colère sur vos murs*, par Collages Féminicides Paris, 166-168. Paris : Denoël, 2021.

Mendes, Kaitlynn, Jessica Ringrose, et Jessalynn Keller. *Digital Feminist Activism: Girls and Women Fight Back Against Rape Culture*. Oxford : Oxford University Press, 2019.

———. « #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism ». *European Journal of Women's Studies* 25 (1^{er} mai 2018) : 236-246.

Murhula, Christelle. « Tarana Burke, la lanceuse méconnue de #metoo ». *Le Monde*, 5 octobre 2022. Consulté le 16 juillet 2023. https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2022/10/05/tarana-burke-la-lanceuse-meconnue-de-metoo_6144424_4500055.html.

Nguyen, Terry. « PowerPoint Activism Is Taking over Your Friends' Instagram Accounts ». *Vox*, 12 août 2020. Consulté le 22 mai 2023. <https://www.vox.com/the-goods/21359098/social-justice-slideshows-instagram-activism>.

Pavard, Bibia. « Les mobilisations féministes en France à l'ère d'internet : pour une approche sociohistorique ». Dans *Féminismes du XXI^e siècle : une troisième vague ?*, 161-173. Archives du féminisme. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2017.

Paveau, Marie-Anne. « Féminismes 2.0. Usages technodiscursifs de la génération connectée ». *Argumentation et Analyse du Discours*, n° 18 (14 avril 2017).

Sastre, Alexandra. « Towards a Radical Body Positive: Reading the Online “Body Positive Movement” ». *Feminist Media Studies* 14, n° 6 (2 novembre 2014) : 929-943.

Semenzin, Silvia. « « Swipe up to Smash the Patriarchy » : Instagram Feminist Activism and the Necessity of Branding the Self ». *AG About Gender - International Journal of Gender Studies* 11, n° 21 (17 juin 2022).

Smith-Prei, Carrie, et Maria Stehle. *Awkward Politics: Technologies of Popfeminist Activism*. Montréal : McGill-Queen's University Press, 2016.

Spina, Costanza. « Le militantisme et Instagram : tous-tes activistes... le temps d'une story ? » *Manifesto XXI*, 18 février 2021. Consulté le 10 mai 2023. <https://manifesto-21.com/le-militantisme-et-instagram-tous-tes-activistes-le-temps-dune-story/>.

Suárez-Carballo, F. (Fernando), J. R. (Juan Ramón) Martín-Sanromán, et N. (Nuno) Martins. « An Analysis of Feminist Graphics Published on Instagram by Spanish Female Professionals on the Subject of International Women's Day (2019-2020) », *Communication & Society*, vol. 34, n° 2 (2021) : 351-367.

Tua, Ludovica. « Mise en scène de femmes en situation de handicap sur Instagram : entre appropriation et marchandisation du récit de soi ». *Etudes de communication* 58, n° 1 (10 octobre 2022) : 87-104.

Turcan, Marie. « La libération de la parole « ne libère pas grand-monde » : la phrase si importante d'Audrey Pulvar ». *Madmoizelle*, 15 février 2021. Consulté le 31 août 2023. <https://www.madmoizelle.com/la-liberation-de-la-parole-ne-libere-pas-grand-monde-la-phrase-si-importante-daudrey-pulvar-1076621>.

Weil, Armelle. « Vers un militantisme virtuel ? Pratiques et engagement féministe sur Internet ». *Nouvelles Questions Feministes* Vol. 36, n° 2 (2017) : 66-84.

2.8. Collages féministes

Bellot, Elise (reportage). *Collages Féminicides sur les murs de Bordeaux : coller pour dénoncer*. France 3 Nouvelle Aquitaine, Reportage vidéo, 31 janvier 2020. 3min. Montage Sarah Paulin. Consulté le 2 février 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=By9LyF0siDQ>.

Cermeno, Juliette, et Justine Loizeau. « Collages Féministes : Lutter Contre La Violence, Ça s'organise ! » *The Conversation*, 7 mars 2023. Consulté le 25 avril 2023. <http://theconversation.com/collages-feministes-lutter-contre-la-violence-ca-sorganise-199207>.

Collages Féminicides Paris. *Notre colère sur vos murs*. Paris : Denoël, 2021.

Guellier, Mathilde. « « Tu fais un truc qui n'est pas légal mais qui est légitime en fait » : coller contre les féminicides ». *Mouvements* 112, n° 4 (2022) : 158-166.

Lextray, Noémie. « Au-delà d'une communauté, la création d'un réseau d'actueices complémentaires ». Dans *Notre colère sur vos murs*, par Collages Féminicides Paris, 169-171. Paris : Denoël, 2021.

Madesta, Tal. « L'inattendu : quand CFP devient un acteur de dernier recours pour venir en aide aux victimes ». Dans *Notre colère sur vos murs*, par Collages Féminicides Paris, 174-178. Paris : Denoël, 2021.

Mallah, Alexandra. *L'appropriation de l'espace public par les mouvements sociaux féministes : le cas de Collages Féminicides Paris*. Mémoire de Master 2 Territoires Espaces Sociétés, EHESS, 2021.

Meyer-Mathieu, Aurore (réal.). « « Notre Colère sur vos murs » (Documentaire) ». *La Poudre* [podcast]. Nouvelles Écoutes, novembre 2020. Coord. Gaïa Marty, Mixage Marion Emerit. Intervenant·es principaux·es : Lauren Bastide, Collages féministes Lille. Consulté le 17 septembre 2023. <https://open.spotify.com/episode/1GDwwTu7csqM8sımbvn9L3>.

NC News. *Les collages comme arme féministe*. NC News, reportage vidéo, 21 janvier 2022. 4 min. Consulté le 14 octobre 2023. https://www.youtube.com/watch?v=jnZSFZmEg0U&list=PLmPiwdHLuZn44pp32Kni57cNQH_RRo1Rn&index=10.

Perennès, Marie, et Simon Depardon (réal.). *Riposte féministe*. Film documentaire, 9 novembre 2022. 1h27. Prod. Claudine Nougaret/GoodFellas/France 2 cinéma, Voix off Marina Foïs, Musique Uèle Lamore.

Ruzic, Zoé. *Subvertir la dichotomie privé-public au moyen des espaces publics : enquête auprès du collectif Collages Féministes Rennes*. Mémoire de Master 2 Aménagement et urbanisme, Université Rennes 2, 2022.

Saint-Amand, Denis. « « Elle le quitte, il la tue ». Les collages féministes, une littérature sauvage ». *Fabula, Atelier de théorie littéraire*, 2021.

Zinzius, Laura. « Les collages féministes : une pratique en trois temps. Matérialité, performativité et ethos ». Namur : *Fabula*, 2023.

2.9. Violences faites aux femmes

Auconie, Sophie, et Marie-Pierre Rixain. « Rapport d'information n°721 - 15^e législature ». Rapport d'information sur le viol, fait au nom de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes. Assemblée nationale, 22 février 2018.

Benaddou, Leïla et Mission interministérielle pour la protection des femmes contre les violences et la lutte contre la traite des êtres humains (Miprof). « Lettre n°18 - Les violences au sein du couple et les violences sexuelles en 2021.pdf ». Lettre de l'observatoire nationale des violences faites aux femmes. Ministère chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes, 2021.

Gunthert, André. « Naturaliser les harceleurs ». *L'image sociale*, 7 mars 2018. Consulté le 2 juillet 2023. <http://imagesociale.fr/5835>.

Heurtel, Sylvie, et Hélène Scherer. « Les femmes et l'insécurité ». Institut Paris Région, 8 mars 2020. Consulté le 8 octobre 2020. <https://www.institutparisregion.fr/prevention-securite/les-femmes-et-linsecurite.html>.

Juillard, Marianne, et Odile Timbart. « Les condamnations pour violences sexuelles ». Infostat Justice. Ministère de la Justice, septembre 2018.

Marie, Catherine. « Condamner le féminicide sans le nommer ». *Travail, genre et sociétés* 43, n° 1 (30 mars 2020) : 161-165.

Russell, Diana E. H., et Jill Radford. *Femicide: the politics of woman killing*. Buckingham : Open University Press, 1992.

2.10. Antiféminismes

Faludi, Susan. *Backlash: The Undeclared War Against American Women*. New York : Three Rivers Press, 2006.

Fourneau, Jeanne. « Procès. Johnny Depp contre Amber Heard, « la mort de #MeToo » ». *Courrier international*, 20 mai 2022, sect. Société. Consulté le 14 juillet 2023. <https://www.courrierinternational.com/article/proces-johnny-depp-contre-amber-heard-la-mort-de-metoo>.

Gramaglia, Juliette. « Commentaires anti-IVG : Klaire fait grr... et soutient le Planning familial ». *Arrêt sur images*, 12 octobre 2016. Consulté le 2 septembre 2023. <https://www.arretsurimages.net/articles/commentaires-anti-ivg-klaire-fait-grr-et-soutient-le-planning-familial>

Gunthert, André. « Écouter la parole des femmes, avec ou sans images ». *L'image sociale*, 15 janvier 2018. Consulté le 10 juillet 2023. <https://imagesociale.fr/5490>.

Préparez-vous pour la bagarre (Rose Lamy). « Faire diversion : « Le néoféminisme est le vrai danger » ». Dans *Défaire le discours sexiste dans les médias : Préparez-vous pour la bagarre*. Paris : JC Lattès, 2021.

———. « Procès Amber Heard - Johnny Depp : l'empire des hommes contre-attaque ». *Médiapart* [blog des abonnés de Médiapart], 13 mai 2022. Consulté le 14 juillet 2023. <https://blogs.mediapart.fr/preparez-vous-pour-la-bagarre/blog/130522/proces-amber-heard-johnny-depp-lempire-des-hommes-contre-attaque>.

Roche-Bruyn, Eloi, Victor-Isaac Anne, Nicolas Clément, et Olivier Maulin. « Virginie Despentes, Alice Coffin et les autres : qui sont les nouvelles harpies du féminisme ». *Valeurs actuelles*, 12 mars 2020. Consulté le 9 juillet 2023. <https://www.valeursactuelles.com/clubvaleurs/societe/en-couverture-virginie-despentes-alice-coffin-et-les-autres-qui-sont-les-nouvelles-harpies-du-feminisme>.

3. Web, politique de la gestion de contenu et capitalisme de plateforme

Badouard, Romain. « Internet et la brutalisation du débat public ». *La Vie des idées*, 6 novembre 2018.

Berners-Lee, Tim, et Robert Cailliau. « WorldWideWeb: Proposal for a HyperText Project ». W3.org. Consulté le 1^{er} juillet 2023. <https://www.w3.org/Proposal.html>.

Boiseau, Marie. *Mini blabla - Et si on arrêtait de faire des reels ?*. Marie Boiseau, vlog, 1^{er} avril 2023, 13 min. Consulté le 14 juillet 2023. https://www.youtube.com/watch?v=CNz48eAo_SE.

Boyer, Robert. « Le capitalisme de plateforme, une question de pouvoir ». *Germinal* 4, n° 1 (2022) : 54-69.

Canva. « Quality Guidelines for Photos & Graphics » [Présentation sous forme de diapositives]. Consulté le 27 septembre 2023. <https://www.canva.com/design/DAE5A2rYjQE/f0IDqUGBmPG2DuEqcfjVKw/view>.

———. « Review Quality Guidelines V3.6 CF ». Consulté le 27 septembre 2023. https://www.canva.com/design/DAELRqmtt2w/tYl11qqvE1zWC_8TfR1MA/view.

Cardon, Dominique. *La démocratie Internet : promesses et limites*. Paris : Seuil, 2010.

Dean, Jodi. « Communicative Capitalism: Circulation and the Foreclosure of Politics ». *Cultural Politics* 1, n° 1 (1^{er} mars 2005) : 51-74.

Dormeau, Cécile. A creative block story. Cécile Dormeau, court-métrage d'animation, 6 octobre 2021. 12 min. Consulté le 14 juillet 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=kDjHMvXvPFs>.

Gillespie, Tarleton. « Do Not Recommend? Reduction as a Form of Content Moderation ». *Social Media + Society* 8, n° 3 (1^{er} juillet 2022).

Grisson, Thibault, Virginie Julliard, Félix Alié, et Victor Ecrement. « La modération abusive sur Twitter. Étude de cas sur l'invisibilisation des contenus LGBT et TDS en ligne ». *Réseaux* 237, n° 1 (2023) : 119-149.

Jourdain, Anne. « Au nom de la qualité de vie. De l'entrepreneuriat créatif au travail domestique des artisanes d'art et des vendeuses sur Etsy ». *Sociétés contemporaines* 128, n° 4 (2022) : 93-120.

———. « Faites de votre passion un métier ». *La nouvelle revue du travail*, n° 13 (1 novembre 2018).

Lev-On, Azi, et Bernard Manin. « Internet : la main invisible de la délibération ». *Esprit*, n° 5 (2006) : 195.

LFDC University. *Sell your Designs ON CANVA! Canva Contributor*. LFDC University, vidéo, 18 janvier 2023. 11 min. Consulté le 15 septembre 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=i3QVMdWT89Y>.

Maison des Artistes et Alexia Guggémos. « Instagram à l'usage des artistes - les bonnes pratiques », *La Maison des artistes*, juin 2020. Consulté le 2 octobre 2023. <https://www.lamaisondesartistes.fr/site/fiches-pratiques/instagram-a-lusage-des-artistes-foire-aux-questions/>.

Shieber, Jonathan. « Australia's Design Unicorn, Canva, Picks up Two Free Image-Sharing Services, and Launches New Photo Product ». *TechCrunch*, 17 mai 2019. Consulté le 27 septembre 2023. <https://techcrunch.com/2019/05/17/australias-design-unicorn-canva-picks-up-two-free-image-sharing-services-and-launches-new-photo-product/>.

4. Méthodologie de la recherche

4.1. Mener et écrire la recherche

Abbou, Julie. « Ni aux censeurs, ni aux vendeurs. Les pratiques féministes du langage : des significations politiques en mouvement ». *Mouvements* n°112, 2022.

Artières, Philippe. *Rêves d'histoire : pour une histoire de l'ordinaire*. Paris : Verticales, 2014.

Barbot, Janine. « Mener un entretien de face à face ». Dans *L'enquête sociologique*, 115-141. Quadrige. Paris : Presses Universitaires de France, 2012.

Becker, Howard Saul, Jacques Mailhos, et Henri Peretz. *Les ficelles du métier : comment conduire sa recherche en sciences sociales*. Paris : La Découverte, 2002.

- Bissonnette, Joëlle. « Chapitre 13. Vivre ou suivre la méthode ? Le dilemme de l'entretien ». Dans *Recherche qualitative en sciences sociales*, 227-231. Les Essentiels de la Gestion. Caen : EMS Editions, 2019.
- Bye Bye Binary. « Imaginaires typographiques inclusifs, queers et non binaires », *RADDAR, Design politics*, n° 3, Lausanne : T&P Work UNit, 2021.
- Cermeno, Juliette, et Justine Loizeau. « Une méthodologie féministe en binôme : envisager la frontière de l'organisation alternative comme lieu de production du savoir ». Dans *Usages des perspectives critiques en recherche qualitative : méthodes, réflexions épistémologiques et questionnements éthiques*, 26, 82-98. Recherches Qualitatives : Hors-série « Les Actes », 2022.
- Collectif. *La recherche à l'épreuve des terrains sensibles : approches en sciences sociales*. Paris : l'Harmattan, 2012.
- . *Sciences du Design : Pratiques et discours*. Vol. 2015. 2. PUF, 2016.
- . *Sciences du Design : Quelles sciences du design?* Vol. 2015. 1. PUF, 2015.
- Debonneville, Julien. « La « sortie de terrain » à l'épreuve de l'ethnographie multi-site ». *SociologieS*, 13 novembre 2017.
- Dumez, Hervé. *Méthodologie de la recherche qualitative : les 10 questions clés de la démarche compréhensive*. 3^e édition. Paris : Vuibert, 2021.
- Eco, Umberto. *Comment écrire sa thèse*. Traduit par Laurent Cantagrel. Paris : Flammarion, 2018.
- Elbow, Peter. *Writing without teachers*. New York : Oxford University Press, 1998.
- Emperador Badimon, Montserrat. « Observer le militantisme par intermittence : les effets de la discontinuité sur le terrain ». *Politix* 118, n° 2 (2017) : 209-232.
- Gervereau, Laurent. *Voir, comprendre, analyser les images*. Repères, Paris : La Découverte, 2020.
- Jensen, Joli. *Write no matter what: advice for academics*. Chicago : The University of Chicago Press, 2017.
- Lejeune, Christophe. « Chapitre 3. Étiqueter : des propriétés aux catégories ». Dans *Manuel d'analyse qualitative*, 2^e éd., 61-100. Méthodes en sciences humaines. Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur, 2019.
- Margolis, Eric, et L. Pauwels, éd. *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. Los Angeles : SAGE, 2011.
- Moriceau, Jean-Luc, et Richard Soparnot. « Chapitre 1. S'exposer, cheminer, réfléchir. Composer sa méthode qualitative ». Dans *Recherche qualitative en sciences sociales*, 9-23. Les Essentiels de la Gestion. Caen : EMS Editions, 2019.
- Ollivier, Michèle, et Manon Tremblay. *Questionnements féministes et méthodologie de la recherche*. Paris : L'Harmattan, 2000.
- Oren, Tasha G., et Andrea Lee Press. *Routledge handbook of contemporary feminism*. Londres : Routledge, Taylor & Francis Group, 2019.
- Paillé, Pierre, et Alex Mucchielli. « Chapitre 10. L'analyse en mode écriture ». Dans *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, 5^e éd., 221-243. U. Paris : Armand Colin, 2021.

———. « Chapitre 12. L'analyse thématique ». Dans *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, 5^e éd. 269-357. U. Paris : Armand Colin, 2021.

Perez, Eloïsa. « Pratiques de recherche en design graphique : état des lieux d'une construction. » *Graphisme en France*, 2016, 17-41.

Philizot, Vivien. « Le chercheur en cartographe ». *Étapes*, n° 252 (2019) : 76-79.

Pollak, Michaël, et Nathalie Heinich. « Le témoignage ». *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 62, n° 1 (1986) : 3-29.

Robert-Demontrond, Philippe, Vanessa Beaudouin, Amélie Bellion, Isabelle Dabadie, Céline Schmidt, et Laure Sugier. « III. Modes d'observation et degrés d'immersion dans les mondes de la consommation ». Dans *Ethnographier la consommation*, 64-80. Versus. Caen : EMS Editions, 2018.

Vermersch, Pierre. « Entretien d'explicitation ». Dans *Vocabulaire des histoires de vie et de la recherche biographique*, 340-342. Questions de société. Toulouse : Érès, 2019.

Zenetti, Marie-Jeanne. « Lambeaux d'archives : pour une histoire des reliquats ». *Critique*, n° 89 (2020) : 683-694.

4.2. Le terrain numérique

Barats, Christine, éd. *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Colin, 2013.

Blanchard, Gersende, Simon Gadras, et Stéphanie Wojcik. « Chapitre 8 - Analyser la participation politique en ligne : des traces numériques pratiques sociales ». Dans *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, 166-186. Collection U. Paris : Armand Colin, 2013.

Cardon, Dominique. *Culture numérique*. Paris : SciencesPo les presses, 2019.

Clavert, Frédéric, Martin Grandjean, et Cécile Méadel. « Le temps long des réseaux sociaux numériques, une introduction ». *Le Temps des médias* 31, n° 2 (2018) : 5-11.

Clavert, Frédéric. « Sources en flux. Collecter, archiver, pérenniser. » Dans *Pérenniser l'éphémère*, par Aurore François, Anne Roekens, Véronique Fillieux, Caroline Derauw, Université de Namur, et Université catholique de Louvain, 23-44. Université Catholique de Louvain : Académia-L'Harmattan, 2018.

Collectif, Université de Namur, et Université catholique de Louvain. *Pérenniser l'éphémère : archivage et médias sociaux*. Université Catholique de Louvain : Académia-L'Harmattan, 2018.

Emerit, Laetitia. « La notion de lieu de corpus : un nouvel outil pour l'étude des terrains numériques en linguistique ». *Corela. Cognition, représentation, langage*, n° 141 (15 juin 2016).

Feltman, Chandra E., et Dawn M. Szymanski. « Instagram Use and Self-Objectification: The Roles of Internalization, Comparison, Appearance Commentary, and Feminism ». *Sex Roles* 78, n° 5 (1^{er} mars 2018) : 311-324.

Gomez-Mejia, Gustavo. « Fragments sur le partage photographique. Choses vues sur Facebook ou Twitter ». *Communication langages* N° 194, n° 4 (2017) : 41-65.

Hine, Christine. « L'ethnographie des communautés en ligne et des médias sociaux : modalités, diversité, potentialités ». Dans *Méthodes de recherche en contexte numérique : une orientation qualitative*, 77-101. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal, 2020.

Housley, William, Adam Edwards, Roser Beneito-Montagut, et Richard Fitzgerald, *The SAGE Handbook of Digital Society*. Londres : SAGE Publications, 2022.

Jouët, Josiane, et Coralie Le Caroff. « Chapitre 7 - L'observation ethnographique en ligne ». Dans *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, 147-165. Collection U. Paris : Armand Colin, 2013.

Latzko-Toth, Guillaume, et Serge Proulx. « Chapitre 2 - Enjeux éthiques de la recherche sur le Web ». Dans *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, 32-52. Collection U. Paris : Armand Colin, 2013.

Pastinelli, Madeleine. « Pour en finir avec l'ethnographie du virtuel ! Des enjeux méthodologiques de l'enquête de terrain en ligne ». *Anthropologie et Sociétés* 35, n° 1-2 (2011) : 35-52.

Paveau, Marie-Anne. « Technographismes en ligne. Énonciation matérielle visuelle et iconisation du texte ». *Corela. Cognition, représentation, langage*, n° HS-28 (11 juin 2019).

Plantin, Jean-Christophe. « Chapitre 11 - D'une carte à l'autre : Le potentiel heuristique de la comparaison entre graphe du web et carte géographique ». Dans *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, 228-245. Collection U. Paris : Armand Colin, 2013.

Riboni, Ulrike Lune. « Chercher, trouver, conserver, analyser : enjeux et méthodes de la constitution et de l'interrogation d'un corpus de vidéos en ligne. » Dans *Pérenniser l'éphémère : archivage et médias sociaux*, par Aurore François, Anne Roekens, Véronique Fillieux, et Caroline Derauw, 45-66. Louvain-la-Neuve : UCL, Université catholique de Louvain : Académia-L'Harmattan, 2018.

Sloan, Luke, et Anabel Quan-Haase. *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. SAGE, 2017.

Théviot, Anaïs. « Confinement et entretien à distance : quels enjeux méthodologiques ? » *Terminal. Technologie de l'information, culture & société*, n° 129 (21 mars 2021).

4.3. Actes graphiques et actes de langage

Austin, John Langshaw. *Quand dire, c'est faire*. Édité par Gilles Lane. Paris : Éditions du Seuil, 1970.

Bourdier, Camille, Francesca Cozzolino, Claudia Defrasne, Philippe Hameau, Delphine Leroy, et Eric Robert. « L'acte graphique : les dimensions d'un objet d'étude ». *Polygraphe(s) : approches métissées des actes graphiques* 1 (2019) : 2.

Butler, Judith Pamela, Charlotte Nordmann, et Jérôme Vidal. *Le pouvoir des mots : discours de haine et politique du performatif*. Paris : Éditions Amsterdam, 2017.

Charpenel, Marion. « Les groupes de parole ou la triple concrétisation de l'utopie féministe ». *Éducation et sociétés* 37, n° 1 (2016) : 15-31.

Fraenkel, Béatrice. « Actes d'écriture : quand écrire c'est faire ». *Langage et société* 121-122, n° 3 (2007) : 101-112.

Fraenkel, Béatrice. « Actes écrits, actes oraux : la performativité à l'épreuve de l'écriture ». *Études de communication. langages, information, médiations*, n° 29 (1^{er} décembre 2006) : 69-93.

Fraenkel, Béatrice. « Actes graphiques ». *L'Homme* vol. 227-228, n° 3 (2018) : 7-20.

Gérardin-Laverge, Mona. « C'est en slogant qu'on devient féministe › Hétérogénéité du genre et performativité insurrectionnelle ». *Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours*, n° 44 (24 mai 2018).

———. « Trouble-fêtes. Le pouvoir insurrectionnel de la prise de parole ». Dans *Cours petite fille !*, 91-103. Essais. Paris : Éditions des femmes, 2019.

Husson, Anne-Charlotte. « Éthique langagière féministe et travail du care dans le discours. La pratique du trigger warning ». *Langage et société* N° 159, n° 1 (3 février 2017) : 41-61.

4.4. Métaphores

Busino, Giovanni. « La place de la métaphore en sociologie ». *Revue européenne des sciences sociales. European Journal of Social Sciences*, n° XLI-126 (septembre 2003) : 91-101.

Frère, Jean. « La liaison et le tissu : De la sumploké platonicienne ». *Revue Internationale de Philosophie* 40, n° 156/157 (1/2) (1986) : 157-181.

Genestier, Philippe. « L'expression › lien social › : un syntagme omniprésent, révélateur d'une évolution paradigmatique ». *Espaces et sociétés* vol. 126, n°3 (2006) : 19-34. <https://doi.org/10.3917/esp.126.0019>.

Gil, Marie-Dominique. « Une constellation invisibilisée ». *GLAD!. Revue sur le langage, le genre, les sexualités*, n° 12 (13 juillet 2022).

Gros, Ivan. « Des images pas très nettes. Petite mise au point sur les métaphores de la complexité dans la presse à l'ère d'Internet ». *PhiN*, n° 11 (2016) : 80-91.

Jamet, Denis. « La perception d'Internet via ses métaphores ». Dans *Métaphore et perception : approches linguistiques, littéraires et philosophiques*, par Groupe de recherche en linguistique anglaise, 39-56. Paris : l'Harmattan, 2008.

Meyer, Suzel. « La constellation comme pratique créatrice chez Virginia Woolf et Annie Ernaux ». *GLAD!. Revue sur le langage, le genre, les sexualités*, n° 12 (13 juillet 2022).

4.5. Dictionnaires

Bard, Christine, et Sylvie Chaperon (dir.). *Dictionnaire des féministes : France, XVIII^e-XXI^e siècle*. Paris : PUF, 2017.

Centre de Recherche sur les Médiations. *Publicationnaire : Dictionnaire encyclopédique des publics*. Édité par Béatrice Fleury-Vilatte, Michelle Lecolle, et Jacques Walter. Édition numérique. Metz : Centre de recherche sur les médiations, 2018. <http://publicationnaire.huma-num.fr/>.

Didier, Béatrice, Antoinette Fouque et Mireille Calle-Gruber (dir.). *Le dictionnaire universel des créatrices*. Paris : Des femmes-Antoinette Fouque, 2015.

Fillieule, Olivier, Lilian Mathieu, et Cécile Péchu. *Dictionnaire des mouvements sociaux*. 2^e éd. Paris : SciencesPo les presses, 2020.

Le Robert. <https://dictionnaire.lerobert.com/>.

Trésor de la langue française informatisé, via le Centre national de ressources textuelles et lexicales. <https://www.cnrtl.fr>.

annexes

Annexe 1 - Table des illustrations

Introduction

Ill.1 - Schéma des distinctions entre pratique graphique, production, objet et projet.....	25
--	----

Chapitre 1. Une histoire de vagues

Ill.2 - Feu.....	54
Ill.3 - Constellation féministe.....	57
Ill.4 - Techniques textiles dans l'histoire des femmes et des luttes.	63
Ill.5 - Étude d'un corpus de textes sur la quatrième vague féministe.	75
Ill.6 - Paye Ta Shnek, mise en forme de témoignages en ligne.	93

Chapitre 2. Graphisme et féminismes : construction d'un regard

Ill.7 - Diplômes de fin d'études : les femmes dans l'histoire du design.	128
Ill.8 - Placement des chapitres sur les décennies 1960-1970 dans 4 ouvrages d'histoire du graphisme.....	136
Ill.9 - Quentin Newark : montrer la matérialité.	160
Ill.10 - Azimuts : superposition et scanner.	161
Ill.11 - Couvertures d'ouvrages d'histoire graphique des luttes.	162
Ill.12 - Mise en page des ouvrages d'histoire graphique des luttes.	166
Ill.13 - Slideshow Activism.....	179
Ill.14 - Bye Bye Binary et la typographie post-binaire.	184

Chapitre 3. Plonger dans l'enquête

Ill.15 - Schéma des relations entre les espaces féministes.	197
Ill.16 - Passage d'une représentation des croisements et relations entre espaces, à une représentation des espaces côte à côte, en vue de leur coloration.	201
Ill.17 - Visualisation de l'occupation des espaces féministes par coloration : exemple des collages féministes.	201

III.18 - Cartographie des espaces féministes.	202
III.19 - Comparaison du classement des thématiques de luttes féministes dans 8 références.	220
III.20 - Exploration d'un corpus de 613 comptes Instagram féministes.	225
III.21 - Catégorisation des comptes recensés et répartition dans le corpus.	227
III.22 - Liste et modalités des entretiens avec les colleureuses .	230
III.23 - Entretiens avec les créateurices-auteurices de comptes Instagram féministes.	236

Chapitre 4. Partir de soi, sortir de soi

III.24 - Tracés des lettres dans les collages féministes.	268
III.25 - Lecture des collages dans la ville.	271
III.26 - La Grenade.	274
III.27 - Biographies.	289
III.28 - Léoparde, @leoparde__.	292
III.29 - @violences_women.	297
III.30 - Recherche de comptes sur Instagram.	300
III.31 - Comptes de republication.	302
III.32 - @seum_euse.	306
III.33 - @dou.interjection.dexasperation.	311
III.34 - @antipatriarcame_.	314
III.35 - @detendstonpuff.	316
III.36 - @bybye_pilule.	322
III.37 - @faitsminisme.	326
III.38 - @sexisme_ordinaire_stop.	330

Chapitre 5. Recueillir

III.39 - Témoignages sous forme de captures d'écran.	343
III.40 - Imiter les interfaces numériques.	346
III.41 - Contextualiser les témoignages à l'aide de paratexte. ..	352
III.42 - Trigger warning.	354
III.43 - @taspensea.	364
III.44 - Corriger le vocabulaire.	368
III.45 - Critique et correction de campagnes de sensibilisation.	372

Ill.46 - @seum_euse, explorations de la forme graphique des témoignages.	375
Ill.47 - Une imagerie « dure ».	378
Ill.48 - Campagnes d’affichage gouvernementales et locales... ..	379
Ill.49 - Représenter une agression : pictogrammes et illustration de stock.	382
Ill.50 - Une imagerie « douce ».	386
Ill.51 - Comparaison de deux sites d’informations et de ressources.	387
Ill.52 - Canva Quality Guidelines.	392
Ill.53 - Femmes « sans visage ».	396
Ill.54 - Kit d’illustration, Centre de la Tribune Internationale de la Femme.	397
Ill.55 - Logiciels utilisés.	399
Ill.56 - Accessibilité.	405
Ill.57 - Sérieux et professionnalisme.	416
 Synthèse graphique	 430
 Conclusion générale	
Ill.58 - Trois rôles féministes et leurs relations.	448

Annexe 2 - Liste des entretiens

entretiens				
nom du compte	mode de contact	date d'entretien	modalité	durée
leopardes__	DM Instagram	30/08/2022	téléphone	1'52"
antipatriarcame	mail	02/09/2022	visio	1'07"
connaissance_contre_ignorance	DM Instagram	05/09/2022	DM Instagram	demi-journée
detendstonpuff	DM Instagram	17/10/2022	visio	58"
faitsminisme	DM Instagram	03/12/2020	visio	37"
payetaplaite	DM Instagram	20/10/2022	visio	60"
femicides2019	DM Instagram	12/09/2022	téléphone	59"
seum_euse	DM Instagram	14/09/2022	visio	1'41"
sexisme_ordinaire_stop	DM Instagram	14/09/2022	visio	1'11"
taspensea	mail	06/10/2022	visio	50"
lagrenadecollectif	DM Instagram	26/10/2022	téléphone	1'31"
faitsminisme	DM Instagram	04/11/2022	visio	1'13"
dou.interjection.dexasperation	DM Instagram	09/11/2022	visio	59"
byebye_pilule	DM Instagram	13/11/2022	visio	1'21"
violences_women	DM Instagram	oct.-nov. 2022	DM Instagram	

Entretiens avec les créateur·ices-auteur·ices de comptes Instagram féministes. Dates et modalités

nom/pseudo	mode de contact	date d'entretien	modalité	durée
Isabelle	Discord	08/12/2020	visio	1'24"
Margot	Discord	08/12/2020	visio	27"
Maria	Discord	11/12/2020	visio	1'05"
Saule	Discord	11/12/2021	visio	1'55"
Lou	DM Instagram	09/01/2021	visio	38"

Modalités des entretiens avec les colleur·euses féministes

nom du compte	informations sur le compte				
	premier post du compte	création du compte	gestion	âge	profession
leopardes__	21/12/2021	confinement de 2020, puis suppression, création de @leopardes__ en sept. 2021, suppression des premiers posts.	perso	22	étudiante en droit
antipatriarcame	03/05/2019		perso	27	illustrateur·ice, graphiste, streamer·euse Twitch
connaissance_contre_ignorance	11/07/2021	mi 2021, premier post supprimé.	perso	21	étudiant·e en psychologie
detendstonpuff	14/02/2021		trois pers.	27	3 diplômées études de commerce
faitsminisme	10/12/2019		perso	27	juriste et formatrice spécialisée dans la lutte contre les VSS
payetaplainte	12/08/2019	Compte créé en février 2019, premiers posts supprimés "pour la cohérence".	perso + aide ponctuelle	/	étudiante en droit
femicides2019	13/11/2019		perso	42	graphiste
seum_euse	21/06/2017		perso	30	professeure d'arts appliqués, CAPLP
sexisme_ordinaire_stop	01/08/2020		perso	30	professeure des écoles
taspensea	20/11/2018		équipe	/	autoentrepreneuse (enseignement)
lagrenadecollectif	05/03/2021		équipe	42	serveuse
faitsminisme	10/12/2019				
dou.interjection.dexasperation	12/03/2020		perso	34	doctorante
byebye_pilule	24/04/2020		perso	31	chargée de prod. Audiovisuelle
violences_women	09/01/2019		gestion perso du compte, aide pour la mise en page	20	étudiante

Entretiens avec les créateur·ices-auteur·ices de comptes Instagram féministes - suite : informations sur les comptes.

Annexe 3 - Liste des comptes Instagram de recueil de témoignages observés

[↶ Retour au chapitre 5](#)

	page de titre	trigger warning	capture d'écran	témoignage en légende	témoignage remis en page	propos de l'agresseur	tém. uniquement ?	présence d'illustrations	couleur dominante
total	39	20	25	11	53	14	30	22	
nom									
aggressively_trans	x	x			x			x	multi, motifs
avecplaiz	x		x						multi, motifs
balancetonagresseur	x				x	x			noir, beige
bordel.de.meres			x						interface
cetaitlejuste	x				x		x		blanc
chan.geonsleschoses	x	x	x				x		multi
coming_out_lgbtqia	x				x				bleu
coupdesang					x				blanc, rouge
dans_la_bouche_dune_fille					x				multi
educationsexiste					x		x		multi
feminismishumanism			x		x	x			multi
feminist_dad_	x	x	x					x	blanc, rouge
feministe.revolution	x				x			x	blanc
feministe_		x			x				beige
feministe_power	x		x						multi
feministeblogger	x		x						aplats toutes couleurs

	page de titre	trigger warning	capture d'écran	témoignage en légende	témoignage remis en page	propos de l'agresseur	tém. uniquement ?	présence d'illustrations	couleur dominante
total	39	20	25	11	53	14	30	22	
nom									
femmesgrossesvs_datingapps			x				x		interface
femmesnoiresvs_datingapps			x						interface
jai.choisi	x				x		x		multi, violet vert
je.suis.une.sorciere					x				orange, violet
jedisnonchef		x			x	x	x		jaune, noir
jemenbatspaslescouille	x		x					x	interface
jeneveuxpasmemarier			x				x		interface
jeporteplainte_	x				x	x		x	orange jaune rouge bleu
jesuisvoilleet	x	x	x		x				noir, rouge
la_b.a.s.e	x		x						bleu, blanc
lamenstruelle	x	x	x		x				noir, rouge
lempecheuse			x		x				
leopard_	x	x			x			x	violet
les_femmes_s_expriment					x		x	x	violet, blanc
lescallisto	x			x	x	x		x	BD
lesensdupoil	x			x			x	x	multi
lesgarconsparlent	x				x		x	x	blanc, bleu
liberpilosite					x				bleu
matergouinite	x				x			x	vert vif
mes.regles.et.moi			x		x		x		rouge
moiaussi_metoo			x		x		x		noir
monsieur_feministe	x	x	x			x			rouge, noir, blanc
non_violence_femme			x						interface - noir et blanc
notallmen.really	x	x		x	x		x	x	violet rose blanc
on_peut_tou.te.s.etre.victimes	x	x			x		x		noir

	page de titre	trigger warning	capture d'écran	témoignage en légende	témoignage remis en page	propos de l'agresseur	tém. uniquement ?	présence d'illustrations	couleur dominante
total	39	20	25	11	53	14	30	22	
nom									
ovaires_out	x			x	x				degradé néon bleu vert violet
paietacontraception					x			x	bleu clair, rose
parlercestaider	x			x	x				multi
pas.tabeurette	x				x	x			multi
pas_golri	x		x				x		multi
paye_ton_mansplaining					x		x		interface
paye_ton_oppression	x	x		x	x	x	x	x	multi
payetanonbinarite	x	x			x			x	violet, blanc
payetaplainte	x	x		x	x	x			
payetarace					x	x	x		noir, bleu-vert
payetatransphobie					x	x	x		couleurs drapeau trans
payetoncouple					x	x	x		orange et rose
payetonpoil				x	x		x		marron beige
payetontournage					x	x	x		vert clair
payetontransport	x	x			x		x		multi
payetontröll			x				x		interface
projetcrocodiles						x		x	
rangetateub					x		x		noir, blanc
seum_euse	x	x			x		x	x	dessins, multi
sexisme_ordinaire_stop	x		x		x				rose et bleu
sissislafamille					x		x		marron, beige
soeurcieres_caen				x				x	noir, rouge
sorcieretamere	x	x			x				ocres jaune, ocr rouge, bleu, rose clair (motifs abstraites)
sos_sexisme_officiel	x	x			x		x		violet, blanc
stop.violencesfemmes					x			x	rose, violet, beige

	page de titre	trigger warning	capture d'écran	tém. en légende	témoignage remis en page	propos de l'agresseur	tém. uniquement ?	présence d'illustrations	couleur dominante
total	39	20	25	11	53	14	30	22	
nom									
stopgrossophobie			x		x			x	gris, rouge
surviv_hante	x	x			x				pastel rose, beige
tapotepute	x		x	x					multi (pastels bleu, violet, rose, ou rouge, orange)
taspensea					x		x		multi
trans.corps				x			x	x	photos
violences_women	x				x			x	gris
vraiesmeufs									
wesh_soeur		x	x		x			x	rose

Annexe 4 - « Militantisme Powerpoint »

Sources de l'illustration 13b. Bingo des arguments les plus fréquents dans les articles de critique du « militantisme PowerPoint » (*Slideshow Activism*), page 179. Toutes ont été consultées le 22 mai 2023.

Ables, Kelsey. « Selfies and sunsets be gone: The latest Instagram trend is PowerPoint-style presentations ». *Washington Post*, 15 août 2020. <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/08/15/instagram-race-activism-slideshow-graphics/>.

Bailey, Laquisha. « Infographic Activism on Instagram is Performative and Weird ». *An Injustice Mag, Medium*, 10 mai 2021. <https://aninjusticemag.com/infographic-activism-on-instagram-is-performative-and-weird-e95c97631fb1>.

Barbala Moksnes, Astri. « The platformization of feminism: The tensions of domesticating Instagram for activist projects ». *New Media & Society*, 12 décembre 2022.

Bettens, Cierra. « Unpacking the Instagram Infographic Industrial Complex ». *Lithium Magazine*, 14 septembre 2020. <https://lithiummagazine.com/2020/09/14/unpacking-the-instagram-infographic-industrial-complex/>.

Corbett, Erin. « The Aesthetics Of Activism: How Instagram Changed Protesting ». *Refinery 29*, s. d.

Dont, Barthélemy. « Pourquoi les « PowerPoint militants » ont envahi Instagram ». *korii.*, 26 août 2020. <https://korii.slate.fr/tech/pourquoi-powerpoints-militants-ont-envahi-instagram-algorithme-esthetique>.

Fox, Ian. « PowerPoint Activism is Changing the World ». *Gen Z Identity Lab*, 13 décembre 2020. <https://genzidentitylab.com/powerpoint-activism-is-changing-the-world/>.

Frazer-Carroll, Micha. « Can the Instagram infographics save us? ». *The Independent*, 26 mai 2021. <https://www.independent.co.uk/life-style/instagram-infographics-george-floyd-black-lives-matter-b1852915.html>.

Gan, Tammy, « What's wrong with the Instagramification & Netflixisation of activism, & how we can do better ». *Green is the New Black*, 8 avril 2021. <https://greenisthenewblack.com/instagram-infographics-netflix-documentaries-better-activism/>

Guerrero Melissa. « Swipe-Through Activist Guides Are the New Zines ». *The New York Times*, 19 août 2020. <https://www.nytimes.com/2020/08/19/style/instagram-activism-graphics-zines.html>.

Hawley, Rachel. « The Lazy Liberalism of Instagram Slideshows ». *The New Republic*, 19 août 2020, 19 août 2020. <https://newrepublic.com/article/158972/instagram-black-lives-matter-posts>.

Jegsen, Cecilie. « The Infographic Industrial Complex ». *Kinfolk*, 10 août 2021. <https://www.kinfolk.com/the-infographic-industrial-complex/>.

Kaviani, Darya et Salehi Niloufar. « Bridging Action Frames: Instagram Infographics in U.S. Ethnic Movements ». *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, vol. 6, CSCW1, 7 avril 2022.

Ledford, Victoria et Salzano Matthew. « The Instagram Activism Slideshow: Translating policy argumentation skills to digital civic participation ». *Communication Teacher*, vol 36, n° 4, 19 janvier 2022, p. 1-6.

Marisova, Bianca. « What is infographic activism, and why should you be wary of it? ». *Screenshot*, <https://screenshot-media.com/politics/global-politics/infographic-activism-instagram/>.

Nguyen, Terry. « How social justice slideshow took over Instagram ». *Vox*, 12 août 2020. <https://www.vox.com/the-goods/21359098/social-justice-slideshows-instagram-activism>.

Ou, Sandy. « Instagram infographics: Powerful or reductive? ». *Honi Soit*, 28 mars 2022. <https://honisoit.com/2022/03/instagram-infographics-powerful-or-reductive/>

Salzano Matthew. « TECHNOLIBERAL PARTICIPATION: BLACK LIVES MATTER AND INSTAGRAM SLIDESHOWS ». *AoIR Selected Papers of Internet Research*, 15 septembre 2021.

Semenzin Silvia. « « Swipe up to smash the patriarchy » : Instagram feminist activism and the necessity of branding the self ». *AG About Gender - International Journal of Gender Studies*, vol. 11, n° 21, 17 juin 2022.

Tanjung Jessaline. « Instagram slideshows: making the political “aesthetic” ». *Diggit Magazine*, 4 décembre 2020. <https://www.diggitmagazine.com/articles/instagram-slideshows>.

Tug. « Why Text-Based Instagram Posts Are Trending in 2020 ». *Little Black Book*, 18 novembre 2020. <https://www.lbbonline.com/news/why-text-based-instagram-posts-are-trending-in-2020>.

Wasserman Bella. « Aesthetic Activism: How Instagram Transformed Social Justice ». *The Dial*, 3 décembre 2021. <https://hsdial.org/2021/12/03/aesthetic-activism-how-instagram-transformed-social-justice/>.

Annexe 5 - Liste des 613 comptes Instagram féministes observés

[↑ Retour au chapitre 3](#)

Associations	
nom	première-publication
1.0.0.culottes	9/27/2019
agitee_agenda	1/11/2019
amazone.vzw.asbl	5/10/2017
architecturequidegenre	10/14/2018
asiofeminism_now	2/18/2022
association.ninaetlouise	1/25/2019
assolallab	non renseigné
brigadaserpientes	7/7/2020
cleffemmes	1/31/2019
collectif.fracas	10/31/2020
collectif_la_drache	8/10/2020
collectif_ntarajel	12/27/2018
collectif_paaf	11/13/2020
collectifoxo	12/27/2018
collectifperspective	2/4/2020
collectifsusu	11/30/2020
con_verge_	3/24/2020
coordinationfeministe	3/2/2021
cybersistas	10/10/2018
cyclique_fr	1/27/2017
ellesimaginent	11/20/2018
enavanttoutes	7/16/2018
fedelutteprecaritemenstruelle	10/17/2020
femmesenlutte93	4/8/2020
femmesetdignite	1/11/2021
femmesfps	non renseigné
flashinfofouffes	1/5/2022
fondationdesfemmes	3/15/2017
fracas.se	2/6/2019
francevulve	5/4/2016
gangreine	5/28/2018

Associations	
nom	première publication
heroines95	non renseigné
ihcra.asso	10/7/2021
lamaisondesfemmes93	11/14/2017
lapartdesfemmesphotographie	non renseigné
ldif_france	5/20/2020
les.mots.de.trop	6/10/2020
les_aliennes	11/12/2015
les_effrontees	11/22/2014
les_explo	5/18/2018
les_jaseuses	5/1/2019
lesdevalideuses	12/30/2019
lesorageuses	8/19/2019
lez_bx	4/12/2020
luttessedesgrasses	2/25/2020
marchefeministeantiraciste	6/4/2022
mensis_collectes	9/26/2019
meuf_asso	3/8/2021
meufsmeufsmeufs	2/27/2019
milleetunenuitsdumatrimoine	5/21/2020
mwasicollectif	non renseigné
noires.et.metisses	non renseigné
nos_levres_revoltees	3/10/2020
noustoutesorg	7/31/2018
observatoire_vss	9/24/2019
onarretetoutes	6/20/2019
osez_le_feminisme	10/19/2015
pamplermoussecollectif	non renseigné
precarite.menstru.elle	9/30/2019
rev_elles	3/23/2015
sangculottesinsa	9/1/2019
sfo_association	3/25/2018
soeurcieres_caen	10/3/2019
sororite_des_atalantes	6/24/2020
weroulethefrance	2/18/2018
womensafeandchildren	11/24/2017
womenwhodostuff	11/11/2018

Collages	
nom	première publication
axionfem	2/21/2018
collages.afrofeministe	5/27/2020
collages_feminicides_internet	4/6/2020
collages_feminicides_paris	9/3/2019
decolonisonslefeminisme	5/29/2020
douceurxtreme	2/8/2020
la_vulve	1/17/2019
labrigadedurespect	3/8/2019
lafronde_collectif	9/10/2019
lagrenadecollectif	3/5/2021
merci.simone	10/12/2017
riposte.anti.patriarcale	3/7/2020
sofia_sept7	6/5/2012

designneur·euse, photographe, artiste	
nom	première publication
sophistiquee	non renseigné
apauliner	non renseigné
berenice_farges_photographie	non renseigné
bingoggo	6/8/2021
feminisme.en.forme.s	7/15/2020
femmesabarb	9/23/2019
ilsabusentgrave	9/16/2020
itsbeenlovely	9/7/2019
jesuislouisemorel	5/20/2020
lacotepetrie	12/2/2019
laforcenee	12/6/2018
lesgougeres	4/28/2018
lesparleuses	10/17/2018
lorainefurter	8/16/2018
mikankey	7/8/2018
mka.ontheroad	non renseigné
musogynie	11/29/2019
olivia_grandperrin	1/11/2022
olympede.g	5/4/2019
printmakequeens	11/28/2017
sororamour	4/11/2021
tay_calenda	non renseigné
venuslepodcast	6/24/2019

Maisons d'édition, fanzines, revues	
nom	première publication
causette	12/30/2014
alatabledesfilles	3/19/2020
alt_fem	7/28/2021
assiege_e_s	12/20/2019
casesrebelles	5/20/2018
censoredmagazine	non renseigné
chilcocas	4/25/2020
deuxieme_page	5/15/2016
editions_ixe	3/20/2018
elles.s.ecri.v.ent	12/21/2017
fanzine_frangine	non renseigné
femixionfanzine	7/8/2019
femmesicietailleurs	non renseigné
femmeuses_	4/7/2021
gangreines	8/9/2021
ladeferlanterevue	non renseigné
les.dragonnes	11/19/2021
les_ciseaux_fanzine	9/11/2019
lesfoliespassageres	8/1/2016
lestring_zine	6/19/2019
lzine.redaction	3/29/2022
magazine_yegg	4/11/2019
mammarassise	2/28/2019
nada_editions	non renseigné
onnectempaspourdubeurre	1/4/2021
parlonspoils	1/6/2020
paulette (+ paulette talks etc)	non renseigné
petroleuzes	12/2/2021
polysememag	non renseigné
witch_slxt_gang	3/31/2020
womancave_collective	7/28/2019

Entreprises	
nom	première publication
antia_nco	4/25/2020
feminist_officiel	3/23/2020
feminista.officiel	7/22/2019
feministsinthecity	3/6/2018
hellovulvae	3/19/2021
lady_rules	5/2/2020
les_glorieuses	9/21/2015
lesboirefaitivre	10/6/2021
lovetonuterus	4/19/2019
medfem.collective	2/13/2020
meufparis	10/26/2017
moicestmadame	6/3/2020
period.studio	9/20/2019
periodes_	3/28/2019
simonediafr	4/19/2018
the_s.i.m.o.n.e.s	12/17/2017
unit.ees	8/7/2021

Festivals	
nom	première publication
altxfestival	8/4/2019
dangereuseslectrices	2/3/2019
empow.her	non renseigné
femmesenresistance	7/16/2017
girlsdontcry_---	10/23/2015
ladyfest_bxl	9/11/2018
trouble_ton_genre	2/12/2020

Comptes généralistes (vulgarisation, information)	
nom	première publication
_.stop_au_harcelement._	5/1/2020
crewduconsentement	11/23/2021
_faispasgenre	5/7/2020
_laprediction	3/21/2019
rebellesexisme	1/14/2020
1001heroines	8/4/2019
138_femicides_2019	11/23/2019
a_bout_les_tabous	11/20/2019
acontregenre	12/19/2016
aggressively_trans	12/26/2018
angry_afrofem	9/11/2021
antipatriarcame	4/8/2019
askiponesthysteriques	4/23/2020
assumetonfeminisme	4/25/2020
avecmaqueuledefeministe	1/8/2020
avecplaiz	3/31/2019
battons.nous.ensemble	8/12/2021
betel_rose	5/27/2018
bordel.de.meres	4/13/2019
briseursderegles	6/10/2019
byebye_pilule	4/24/2020
camillethemermaid	2/19/2021
canoubis	non renseigné
casseuses_dambiance	3/21/2020
cequeveulentlesfemmes	4/28/2019
cest_quoi_le_feminisme	2/28/2018
cesttoncongemater	11/28/2018
cielles_qui_mentourent	5/21/2021
cleo.bougetonmonde	5/5/2020
clitoyennes	5/27/2020
clitrevolution	11/27/2017
collectifjunon	8/2/2015
compas_militant	1/25/2021
connaissance_contre_ignorance	7/11/2021
contreacademiedescesars	2/24/2020

Comptes généralistes (vulgarisation, information)	
nom	première publication
corps_de_femelle	4/8/2019
corpscools	3/4/2019
crapaluttons	10/24/2021
des_femmes_et_des_archives	non renseigné
disbonjour sale pute	non renseigné
dose_of_power	non renseigné
dou.interjection.dexasperation	3/12/2020
doucedibondo	2/26/2015
ecoo_fem	5/2/2020
educationaucorps	4/20/2020
endolorix	3/2/2020
envoituresimon.e	4/21/2020
faitsfeminisme	9/10/2019
fammelette	10/5/2019
femin.asie	9/13/2020
femicicides2019	11/13/2019
femicicidespar	4/13/2020
feminisetaculture	12/1/2018
feminismeengage	3/18/2020
feminismishumanism	1/18/2019
feminismishumanism	non renseigné
feminist	non renseigné
feminist_student_activist	2/9/2020
feministe.exe	7/17/2019
feministe_et_derangeante	5/5/2020
feministe_mais_pourquoi	2/8/2019
feministerie	5/23/2020
feministesrevolutionnaires	12/2/2018
feministsinbrussels	8/4/2019
femmes.daujourdhui	10/23/2019
femmes_sans_defenses	12/26/2019
femmessingulieres	9/23/2018
femmetransgang	3/8/2020
flo_prearite_menstruelle	12/23/2019
fraiches	7/13/2018

Comptes généralistes (vulgarisation, information)	
nom	première publication
garcon.link	3/21/2020
hermaphroditum	3/5/2019
intersexuations	12/8/2020
jackxparker	11/15/2010
jemenbatsleclito	10/2/2018
jetappartienspas	3/18/2019
jeveuxtonzizi	4/28/2020
jouissance.club	6/18/2018
la_.feministe	8/11/2019
lafeminologie	2/27/2019
la_b.a.s.e	9/3/2018
la_batarde_collective	2/14/2019
la_feministerie	6/12/2020
la_porte_mouvement	3/8/2021
la_voix_d_olympé	11/6/2019
labergeredelapocalypse	3/23/2020
laisselesfillestranquilles	2/27/2018
lakafrinitude	6/9/2021
lanebuleuseblog	non renseigné
lapetitefeministefatiguee	2/13/2022
lebingosexiste	4/5/2020
lecabinetdecuriositefeminine	5/25/2014
leffetmatilda	8/30/2019
lempecheuse	9/14/2019
lesbadass	7/17/2019
lesfemmesalaune	2/22/2020
lesgiselles	7/15/2019
lesmissives	8/29/2019
lexie.que.damour	10/5/2021
lheresie.stible	2/2/2019
liberpilosite	1/11/2019
liberte_egalite_soeurorite	7/15/2019
lovely_raid	10/15/2020
lutte_precairite_menstruelle	2/27/2021
mariebongars	11/13/2018

Comptes généralistes (vulgarisation, information)	
nom	première publication
mater.ta.mere	5/7/2020
matrimoine	9/4/2017
mercibeaucul_	3/7/2018
mesautrices	4/3/2019
metauxlourds	non renseigné
meufcocotte	2/7/2020
monpaysnemeprotegepas	4/7/2020
mulakoze	non renseigné
paroles.de.femmes	5/21/2020
patriarcastration	5/10/2020
payetashnek	6/15/2013
peca.off	3/19/2021
pepitesexiste	8/24/2018
piapia.asso.media	non renseigné
poidsdelalassitude	8/18/2019
portrait	6/3/2019
pourquoidevenirfeministe	12/21/2018
precarite_menstruelle	1/18/2021
precarite_menstruelle44	12/22/2021
preparez_vous_pour_la_bagarre	3/30/2019
projetapartegale	3/16/2020
rasezlesmurs	9/3/2021
reponse.a.tout	4/7/2019
sainte_chienne	10/9/2019
salinleon	7/21/2018
sang_precarite_menstruelle	2019-16-05
stop.au.sexisme	11/9/2018
sucemonclitoo	4/2/2020
surletard	non renseigné
talkingaboutsociety + secours	non renseigné
tan_polyvalence	non renseigné
theragingbat	4/19/2020
trans.corps	5/4/2019
tubandes	9/6/2018
unx_militanx_parmi_dautres	12/15/2021

Comptes généralistes (vulgarisation, information)	
nom	première publication
violencedefemme	2/22/2017
vivelavulve	10/16/2019
vracfeministe	1/28/2020
vraiesmeufs	12/2/2016
women_solidarity	5/5/2020
wondher	12/11/2018
beurettes_revoltees	5/25/2022
detendstonpuff	2/14/2021
marine.mom.kreol	3/5/2021
femme.libre.oui	5/23/2020
femmes_et_histoire	5/9/2019
gangduclito	8/30/2018
girouette_feministe	non renseigné
homme_feministe	6/28/2019
hysterique_mais_pas_que	7/1/2020
je.suis.une.sorciere	3/16/2020
jemenbatspaslescouilles	5/2/2020
mystereetbouledorgasme	7/18/2019
nos_allies_les_hommes	5/7/2020
olympereve	4/1/2020
ovaires_out	7/31/2019
parlercestaider	2/29/2020
paroles2femmes	3/8/2019
pas.tabeurette	6/8/2020
pasunede_plus	12/22/2019
petitelectureinclusive	1/11/2022
pluscommeavant	4/18/2020
potiches.media	3/3/2021
preveniretproteger	6/10/2019
punchlinettes	4/4/2014
quoidemeuf	8/28/2017
raplapla_et_porte_voix	9/22/2020
rubriquegoodnews	11/6/2020
s_or_a.sor_a	9/20/2021
sansfairedevagues	7/10/2017

Comptes généralistes (vulgarisation, information)	
nom	première publication
sapphosutra	7/30/2019
sissislafamille	2/9/2020
solidaritefemmes	11/29/2017
sorcieretamere	9/26/2019
sorocine	10/3/2018
sorocite	4/29/2020
sos_sexisme_officiel	7/1/2019
sous.ta.ceinture	9/14/2020
soyeuses	1/13/2020
spicydavis	8/2/2020
spmtamere	1/18/2019
stop.violences.conjugales	4/15/2020
stop.violencesfemmes	12/15/2020
tapotepute	10/30/2019
taschoisi	4/18/2020
tasjoui	8/15/2018
tetonsmarrons	7/31/2018
toutesdessalopes	4/23/2019
toutestpolitique	2/27/2018
unelecturesoi	5/5/2019
wildwisewitches	5/18/2020
withoutpatriarchy	12/5/2018
words.and.women	3/18/2020
xymediafr	2/24/2021

[↑ Retour à la conclusion](#)

Portraits de pionnières et grandes figures	
nom	première publication
artistes.manifestes	6/10/2019
elles_font_trop_d_histoire	2/1/2020
elles_qui_sont_elles	3/22/2019
elleslontfait	9/4/2019
femmes_oubliees	10/2/2020
femmes_oubliees_de_lhistoire	12/15/2018
femmesbadass	3/17/2020
fxmmages	non renseigné
herstory_of_art	3/4/2019
histoire_au_feminin	10/26/2018
histoireparlesfemmes	10/17/2018
hollywoodwomen	1/2/2020
les_memeres_farcies	11/9/2021
les_nouvelles_heroines	11/6/2019
lesgeorgettessand	10/6/2016
lespuissantes	2/1/2019
lespuissantes	2/1/2019
limportante	12/19/2017
merelachaise	8/16/2019
meufsethistoire	4/21/2019
meufsethistoire	4/21/2019
parler_delles	4/21/2020
paye.ton.sexe.faible	10/4/2020
unesacreepairedovaires	12/8/2018
feministe_stellou	12/28/2020

Lieux féministes	
nom	première publication
biblianarchafeministe	10/26/2019
bicoli_collective	3/28/2019
bonjourmadame_paris	4/4/2019
cite_audacieuse	3/17/2020
laqueerium	9/20/2019
lepoissonsansbicyclette	2/10/2018
librairieasoi.e	2/3/2021
mdfmontreuil	11/14/2018
memoiresminoritaires	3/31/2021
poingferme	2/17/2020

Mèmes	
nom	première publication
circe_et_ses_soeurs	5/31/2020
cookiefeministe	12/8/2019
drama_gouines	11/25/2019
endolorix fait des memes	2/15/2020
kero.memes	2/14/2020
meme_are_trash	5/24/2020
meme_pas.peur	5/7/2020
memerastu	3/18/2020
memes.feministes	5/12/2020
memes_de_marssie	4/2/2020
memespourcoolkidsfeministes	3/25/2019
meufgenante (+backup)	8/20/2020
nouvelleterreurfeministe	10/6/2020
pipou.memes.feministes	4/26/2020
tumemes	4/8/2019

Podcasts	
nom	première publication
extimitelepodcast	9/19/2018
floraisonsblog	7/15/2019
lamenstruelle	9/10/2018
lavagabonde.podcast	5/5/2019
lessortsdelacite	1/13/2022
mecreantes	3/14/2020

[↑ Retour au chapitre 3](#)

[↑ Retour au chapitre 4](#)

Comptes de republication	
nom	première publication
femmes	4/23/2020
_miss_feministe_	5/26/2020
_weare_strong	11/26/2019
apprentie_feministe	8/3/2019
blog.feministe	5/18/2020
bodylove49	1/9/2020
combatdesfemmes2020	4/13/2019
droits_feministes	1/2/2020
fem_inisme	2/14/2020
femimere	4/28/2020
feminisme_2019	8/1/2019
feminist_society	5/19/2020
feministe.woman	2/29/2020
feministe_antiraciste	4/12/2020
feministe_en_force	3/8/2020
feministe_francaise	4/16/2019
feministe_un_peu	3/11/2020
feministeblogger	4/24/2019
femme forever123	1/11/2019
femme forte2020	2/5/2020
femmes.forte	2/1/2020
femmesliberees	4/14/2020
femmesquonaime	1/31/2021
femquotidien	3/16/2019
fierement_feministe	12/7/2019
force.feminine	4/30/2020

Comptes de republication	
nom	première publication
force_aux_femmes	3/25/2020
girlsareconfident	5/14/2020
humanites_feministe	7/25/2019
imagine_mi	4/2/2020
inegalitefemmehomme	11/21/2019
jesuisunefeministe	11/28/2019
jeunesse_feministe	5/21/2019
just_a_girlwoman	8/30/2019
la.feministe_2.0	8/24/2019
la.feministerie	11/10/2018
la_touche_de_sororite	11/9/2019
laluttedesclit	3/20/2018
le_corps_d_une_femme	1/11/2020
les_heroiques	7/12/2019
les_jeunes_feministes	5/9/2020
liberation_du_monde	5/1/2020
maeva_grm_cesf	3/25/2020
news.feministes	1/5/2020
noussommesmagnifiques.fr	11/24/2019
ohmygender	8/21/2019
parlons_femmes	10/12/2019
pepe_igueldo	8/29/2019
ras_la_chatte	3/17/2019
revendiquons.nous	4/10/2020
revolte_feministe	3/21/2020
revolution_feministe	3/15/2019
sexism.e	9/14/2019
sexisme.stop	2/10/2020
simone.warrior	3/10/2020
soutienpourtous	1/27/2020
stop_femicides	11/23/2019
vive_le_feminisme	11/12/2019
we_are_feminist__	5/23/2019
wecandoit_____	5/20/2020
women_men_metoo	11/9/2019
wowmen__	1/28/2020

Recueils de témoignages	
nom	première publication
douleursfeminines	11/16/2019
balancetonagresseur	4/22/2020
cetaitjuste	3/9/2020
chan.geonsleschoses	1/25/2020
coming_out_lgbtqia	8/25/2019
coupdesang	11/24/2018
dans_la_bouche_dune_fille	9/28/2018
educationsexiste	4/28/2019
feminist_dad_	12/26/2018
feministe.revolution	11/9/2019
feministe_	1/6/2019
feministe_on_se reveille	12/7/2019
feministe_power	3/21/2019
femmesgrossesvs_datingapps	1/7/2020
femmesnoiresvs_datingapps	12/11/2018
girlswarpower	4/23/2019
jai.choisi	5/11/2020
jedisnonchef	7/13/2019
jeneveuxpasmemarier	10/7/2019
jeporteplainte_	2/2/2020
jesuisvoileeet	10/24/2019
la_tangente_temoignages	non renseigné
leoparde__	12/21/2021
les_femmes_s_expriment	12/30/2019
lescallisto	8/28/2020
lesensdupoil	5/20/2019
lesgarconsparlent	8/30/2018
matergouinite	11/10/2020
mes.regles.et.moi	12/10/2018
moiaussi_metoo	1/6/2020
monsieur_feministe	2/19/2019
no.dick.pick	12/23/2019
non_violence_femme	11/30/2018
on_peut_tou.te.s.etre.victimes	2/25/2020
paietacontraception	2/20/2019
pas_golri	3/2/2020

Recueils de témoignages	
nom	première publication
paye_ton_mansplaining	6/1/2019
payetanonbinarite	1/21/2020
payetaplainte	8/12/2019
payetatransphobie	3/12/2019
payetoncouple	2/21/2017
payetonivg	2/25/2020
payetonpoil	7/25/2019
payetontournage	3/18/2019
payetontransport	5/22/2019
payetontroll	2/19/2017
projetcrocodiles	10/15/2018
rangetateub	7/8/2019
seum_euse	6/21/2017
sexisme_ordinaire_stop	8/1/2020
stopgrossophobie	3/9/2019
surviv_hante	11/19/2019
taspensea	11/20/2018
temoignage.de.viol	8/28/2019
uneviolee_temoigne	5/19/2020
violences_women	1/9/2019
wesh_soeur	7/6/2019

Comptes vides ou supprimés	
nom	première publication
.changeons.les.choses.	3/27/2019
antianeirai	5/24/2020
0petitefeministe0	9/29/2019
assopolyvalence	2/25/2018
bagarre_erotique	3/26/2020
balancetonuterus	4/19/2019
bon_jai_envie_decrire	5/6/2020
bye.bye.au.sexisme	1/7/2020
combat_des_femmes	non renseigné
combatdesfemmes	7/13/2017

Comptes vides ou supprimés	
nom	première publication
coup.de.gueule	4/28/2020
de_non_ciations	4/28/2020
discutons_du_probleme	4/20/2020
djamila.ahmed.djm	non renseigné
droit.des.femmes	3/8/2019
elleestfeministe	1/3/2020
en.vie_by_elise	5/12/2020
enrichissez_vous	4/26/2020
ensemble_es	3/23/2020
etapresjaichoisisdemaimer	5/2/2020
etonsebarre	4/21/2020
etre_une_femme_cest_quoi	1/29/2020
femiinisteee	4/27/2019
feminisme_france	1/31/2020
feminisme_tabous	2/11/2020
feminisme_uncombat	5/9/2020
feministangst	11/29/2017
feministe_fiere_0	5/11/2020
feministe0624	1/3/2020
feministes.power	11/28/2019
feministeworld	6/12/2019
feministsthink	5/24/2020
femmes_insoumises	1/14/2020
fiere_detre_une_femme	9/5/2019
fille_problemes	5/3/2020
fxmmes.cliniquedigitale	2/5/2020
girl_feministe	9/6/2018
gouinesdesatan	1/28/2020
heroines_modernes	11/25/2019
histoiresetmemoiresdefemmes	non renseigné
infofemmes	non renseigné
jenaimarredetesconneries	5/22/2020
jeneveuxplusdecookies	3/26/2019
la_ptite_feministe_4	5/11/2020

Comptes vides ou supprimés	
nom	première publication
lalumetteduvice	non renseigné
lavoixsibylline	6/15/2019
le.poil.feministe	7/22/2019
les_femmes_sont_libres_	8/23/2019
les_filles_vont_gueuler	5/2/2020
lesdebattantes	5/1/2020
liberonsnous	3/16/2019
littlewomen75	4/15/2020
lutterfeministe	1/20/2020
matriarcat_agressif_et_racise	6/8/2019
melle.l_	4/8/2020
misandre_meme	3/31/2020
mmmeufer	5/6/2020
montigreetmoi	5/16/2020
out_ragee	5/16/2015
pamela_kant	4/19/2016
pasdeparadoxe	5/6/2020
paye.ton.egalite	non renseigné
paye_ton_bodyshaming	2/23/2020
paye_ton_proche	3/28/2020
policedufeminisme	4/10/2019
pour.les_femmes	3/8/2020
precaritemenstruelle59	non renseigné
putaindeguerrieres	5/27/2019
rever.lobscur	2/15/2020
sacrees__femmes	non renseigné
sang.sations	7/5/2019
sexisme_ordinaire	non renseigné
stop_violence_info	4/15/2020
stop_violencee	4/10/2020
temoignage.sexiste	3/24/2020
tobeafeminist	1/2/2020
tous_feministes2020	3/4/2020
une_guerriere_parmi_les_autres	7/1/2019
v.sexuelle	8/22/2019
womandman5	5/10/2020
wtfeminisme	10/9/2019