



**HAL**  
open science

# Les “ instadads ” : une nouvelle forme de paternité sur Instagram

Laura Verquere

## ► To cite this version:

Laura Verquere. Les “ instadads ” : une nouvelle forme de paternité sur Instagram. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-03132704

**HAL Id: dumas-03132704**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03132704>**

Submitted on 5 Feb 2021

**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.

Copyright

## Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Management et culture

Option : Magistère, management et culture

## Les « instadads »

### Une nouvelle forme de paternité sur Instagram

Responsable de la mention information et communication  
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Antoine Bonino

Nom, prénom : VERQUERE Laura

Promotion : 2016-2017

Soutenu le : 19/09/2017

Mention du mémoire : Très bien

# Remerciements

Merci...

À *Antoine Bonino*, tuteur universitaire et doctorant au Celsa, pour sa grande disponibilité, ses conseils constructifs et sincères, et sa confiance accordée depuis le début.

À *Thibaut Thomas*, pour son rôle de tuteur professionnel, son enthousiasme et ses encouragements permanents à l'égard de mon travail ainsi que sa grande présence.

À *Guiseppina Sapio*, maîtresse de conférences à l'Université Jean Jaurès (Toulouse 2) dans le Département Art et Communication, pour sa curiosité, ses conseils bibliographiques ainsi que le suivi des étapes de la rédaction du projet de recherche.

À *Ophélie Morelle*, maître d'apprentissage, qui a apporté son regard critique sur notre travail à travers son expertise sur les « digital-mums ».

À *Louise*, pour sa relecture rigoureuse et bienveillante.

*Aux enseignants du Celsa.* Ce mémoire signe la fin de mon master 2 Magistère, Communication et Culture en apprentissage. La diversité et la richesse des cours dispensés par de nombreux professionnels et universitaires au Celsa ont constitué un tremplin extrêmement solide pour la réalisation de ce projet de recherche mais aussi le choix de mon orientation professionnelle.

## Résumé

En 1970, les sociologues annonçaient la naissance de la figure du « nouveau père » qui venait remplacer le stéréotype du père autoritaire, détaché de la vie familiale et moins apte à s'occuper des enfants que la mère. Il se différencie selon trois critères majeurs : le « care » soit une proximité physique et sensible avec l'enfant, « le faire » à savoir une paternité qui se construit dans la pratique quotidienne et enfin une posture réflexive sur son rôle au sein de la famille et sur son individualité. Encore aujourd'hui, les pères se trouvent confrontés à de nombreux stéréotypes construits par des acteurs externes comme la société, les médias et la publicité qui filtrent les représentations et délégitiment leur statut familial. Or, l'utilisation d'Instagram par diverses figures paternelles leur offre une forme de contre-tribune d'expression pour rejouer leurs représentations et les normes sociales tout en construisant leur identité numérique et familiale où l'enfant joue un rôle de premier ordre. Les pères en profitent pour reprendre le contrôle de l'écriture du récit de la famille et pour penser leur propre identité en se regardant en train de faire la paternité et de construire des liens avec les autres membres familiaux. Pour autant, ces représentations de soi peuvent prendre des formes extrêmes avec l'émergence d'une « marque père » où l'enfant se trouve instrumentalisé au service de la promotion personnelle de ce dernier. Ces représentations offrent deux types de paternité à travers deux sortes de mises en scène visuelles : les pères proches de leurs enfants qui partagent les activités et les moments de divertissement heureux et les pères à plein temps, investis dans l'ensemble du quotidien, qui effectuent les mêmes tâches que la mère dans une indifférenciation progressive des rôles. Ces deux catégories sociales de pères correspondent à deux types de dispositifs esthétiques, entre représentation enchantée et trivialité. Mais au-delà de ces deux catégories, une tendance de fond émerge à savoir la co-parentalité. Elle se construit dans un double mouvement en apparence contradictoire : entre universalité et singularité. En effet, la parentalité semble prendre le pas sur la répartition genrée des pratiques entre le père et la mère qui partagent finalement les mêmes émotions, situations et progressivement les mêmes tâches au quotidien, peu importe les rôles et les configurations familiales. En même temps, la paternité devient une paternité choisie et construite par le père qui n'est pas innée au départ. Il fonde son individualité dans un « bricolage identitaire », soit une façon personnelle de s'investir dans son rôle selon les situations tout en affirmant son individualité, ses goûts et sa personnalité. Ainsi, un père est avant tout un parent et une personne unique.

**Mots-clés** : instadad - paternité - nouveaux pères - figures paternelles – Instagram - stéréotypes

# SOMMAIRE

<b>Résumé</b> .....	3
<b>Introduction</b> .....	7
<b>Partie 1 : Concepts théoriques</b> .....	15
a) La « nouvelle paternité » des années 1970 .....	15
<i>a.1 Le « nouveau père » : un nouvel idéal et ancêtre des « instadads » ?</i> .....	16
<i>a.2 Les « instadads » : une autre forme de la « nouvelle paternité » en 2017</i> .....	18
<i>a.3 Conclusion</i> .....	19
b) Stéréotypes : entre représentation sociale et construction d'une minorité .....	19
<i>b.1 Le stéréotype : une clé de compréhension commune pour appréhender la paternité</i> .....	20
<i>b.2 Le stéréotype : un outil de délégitimation sociale au détriment des pères</i> .....	21
<i>b.3 Le stéréotype : un outil de pouvoir dans les rapports sociaux</i> .....	21
<i>b.4 Les stéréotypes construits par les pères : un outil paradoxal d'émancipation de certains stéréotypes</i> .....	22
<i>b.5 Les stéréotypes en réseaux</i> .....	22
c) Construction des identités sociales sur Instagram .....	23
<i>c.2 Une plateforme fermée et communautaire</i> .....	24
<i>c.3 La mobilité Instagram : usages et modes de représentation singuliers</i> .....	25
<i>c.4 Une pratique de l'image qui sursignifie les représentations des pères et leurs intentions</i> .....	26
<i>c.5 Instagram : une écriture de soi contrainte</i> .....	26
<i>c.6 Négociation des libertés des « instadads » dans un cadre contraint</i> .....	28
<b>Partie 2 : Pratiques de la paternité et construction des identités paternelles sur Instagram</b> .....	29
1) Hypersubjectivation des pères et processus d'intersubjectivation dans leur relation avec l'enfant sur Instagram .....	30
a) Le père : auteur, narrateur et acteur principal de la vie familiale sur Instagram .....	30
<i>a.1 Le père : l'auteur du récit familial</i> .....	30
<i>a.2 Le père : le témoin narrateur du récit</i> .....	32

a.3	<i>Le père : l'acteur principal de la famille</i>	33
a.4	<i>Une posture réflexive des pères par rapport à leur rôle familial sur Instagram</i>	33
b)	Mise en scène de « l'air de famille » et esthétique de la filiation sur Instagram	34
b.1	<i>Reconnaissance de l'enfant et revendication de la paternité : lire le visage de l'enfant à travers les gros plans et les jeux de regards</i>	34
b.2	<i>Construction de la représentation de la filiation à travers un processus mimétique</i>	35
b.3	<i>Conclusion : entre individualisation et construction de stéréotypes de la filiation</i>	37
c)	Instrumentalisation de l'enfant au service de la construction de la marque père.	37
c.2	<i>L'émergence d'une « marque père » sur Instagram</i>	39
2)	La construction de la paternité par rapport à la figure de « l'autre » : Instagram une forme de matérialisation des relations familiales	41
a)	Entre fusion, différenciation et évacuation de la figure de l'autre	41
a.1	<i>De la différenciation à l'évacuation de la figure de « l'autre »</i>	41
a.2	<i>Lorsque les deux ne font qu'un</i>	42
b)	Les profils miroir des mères : les mères sont aussi des femmes	42
b.1	<i>Affirmation de son individualité face à son rôle de mère</i>	43
b.2	<i>Une représentation quasi trait pour trait de la maternité avec la paternité : vers la coparentalité</i>	44
b.3	<i>Conclusion</i>	44
3)	Deux approches de la paternité : être père ou faire la paternité	45
a)	Entre mise en scène de la trivialité et enchantement du quotidien	45
a.1	<i>Faire la paternité au quotidien</i>	45
a.2	<i>Processus d'enchantement de la paternité sur Instagram</i>	48
a.3	<i>Construction du mythe du père parfait : une certaine forme de paternité devient un objet de croyance sur Instagram</i>	49
a.4	<i>Conclusion</i>	50
b)	L'effet d'authenticité : dévoiler la « vérité » contre les stéréotypes dominants	51
b.1	<i>La vérité « mise à nue » par les pères : entre intimité et nudité</i>	51
b.2	<i>Un récit en apparence spontané au présent</i>	52
c)	La proximité paternelle : un « care » fondé sur le partage et la sensibilité à travers l'émergence d'un « nous »	54
c.1	<i>La construction du « nous » entre un père et son enfant sur le mode de la sensibilité</i>	54
d)	Conclusion	55
<b>Partie 3 : Hybridation des pratiques paternelles et premiers pas vers la co-parentalité</b>		56
1)	Entre contestation et production des stéréotypes sur Instagram	57
a)	Formation d'un contre-public de pères sur Instagram qui exprime la pluralité des pratiques paternelles contre les stéréotypes uniformisants	57

a.1	<i>L'émergence d'un contre public sur Instagram dans un espace hétérotopique</i> .....	57
a.2	<i>Les figures paternelles s'émancipent de l'architexte Instagram</i> .....	59
a.3	<i>Dialectiser le réel : rendre visible d'autres formes de paternités</i> .....	60
b)	Déplacement des stéréotypes et résurgence de la virilité .....	61
b.1	<i>La production de stéréotypes inhérente aux modes de socialisation sur Instagram</i> .....	61
b.2	<i>Une nouvelle crise du « vrai homme » et la mise en place de dispositifs de la virilité</i> ...	63
2)	L'hybridité au cœur de la co-parentalité.....	64
a)	L'individualité et le bricolage identitaire .....	65
a.1	<i>Le choix d'être père : l'individualisation comme production de liens familiaux</i> .....	65
b)	Les mêmes paternels : des objets de croyances qui tendent vers une universalité. ....	66
b.1	<i>Les mêmes : une écriture de la paternité qui tend vers l'expression de la coparentalité</i> .....	67
b.2	<i>Quand le texte remplace les images : une autre forme de mêmes</i> .....	68
c)	La paternité et l'expérience du genre de l'autre .....	69
c.1	<i>La fiction et le jeu : une façon de faire l'expérience du genre opposé</i> .....	69
c.3	<i>Conclusion</i> .....	72
3)	Recommandations professionnelles dans la perspective de conseils en planning stratégique ..	72
a)	Les figures actuelles des pères : typologies des instadads.....	73
b)	Instagram : l'analyse des hashtags.....	74
c)	L'hybridité au cœur de la construction des identités des consommateurs.....	76
 <b>CONCLUSION</b> .....		80
 <b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....		85
 <b>ANNEXES</b> .....		88

# Introduction

Le 7 novembre 2017, de nombreuses Françaises ont interrompu leur travail pour dénoncer l'écart des salaires entre les hommes et les femmes, au lendemain de l'investiture du président Donald Trump, les Américains ont protesté lors de « *The Women's March* » et le 8 mars 2017, des centaines de milliers de femmes ont défilé dans les rues de Buenos Aires pour dénoncer les violences sexuelles. Aujourd'hui, les actions féministes ne sont plus l'apanage d'une minorité de militantes et se multiplient partout dans le monde avec des tribunes d'expression de plus en plus nombreuses et visibles faisant des inégalités hommes-femmes un véritable problème public<sup>1</sup>. Dans ce combat, si les différentes causes féministes gagnent en visibilité et concernent principalement les femmes qui sont à la fois considérées comme les victimes des inégalités et les actrices des revendications, les hommes se trouvent généralement placés dans l'ombre et peu médiatisés comme s'il existait une opposition franche entre les deux sexes, voire une incompatibilité entre les intérêts de ces derniers. De fait, les hommes connaissent une double exclusion : d'une part, ils sont peu représentés comme des acteurs légitimes pour participer aux luttes féministes et d'autre part, certains de leurs combats miroirs sont peu mis en avant.

A ce titre, la question de la paternité est un cas particulièrement parlant, notamment celle du congé paternité par exemple. Contrairement au congé maternité qui incarne l'un des bastions des combats féministes, le congé paternité ne fait pas ou peu parti de l'agenda médiatique des principaux médias français comme s'il ne s'agissait pas d'un sujet légitime. Pour autant, l'égalité entre les hommes et les femmes et donc la liberté des mères ne passe-t-elle pas également par la revalorisation à la fois juridique, économique et sociale du père pour lui permettre d'investir son rôle pleinement, au même titre que la mère, et ce dès la naissance de l'enfant avec le congé paternité ? Pourquoi dissocier deux combats intimement liés comme si les progrès sociaux des femmes demeuraient décorrélés de ceux des hommes ? Voici la première motivation de notre recherche : nous inscrire dans un féminisme inclusif qui ne se construirait pas contre mais avec les hommes, en redonnant la parole aux pères qui sont

---

<sup>1</sup> Erik Neveu, « L'approche constructiviste des « problèmes publics ». Un aperçu des travaux anglo-saxons », *Études de communication* [En ligne], 22 | 1999, mis en ligne le 23 mai 2011, consulté le 29 août 2017. URL : <http://edc.revues.org/2342> ; DOI : 10.4000/edc.2342



aujourd'hui moins considérés que les mères dans leurs pratiques familiales car ils seraient avant tout des hommes et donc déjà privilégiés sous d'autres rapports.

En effet, le contexte actuel est peu favorable aux pères en France<sup>2</sup> et plus généralement partout dans le monde, avec des degrés différents selon les pays. Ils sont touchés à la fois par une crise de reconnaissance et de légitimité de la part de la société, des médias, de la publicité et de l'Etat. L'écart se creuse progressivement entre la façon dont ils se pensent eux-mêmes et la manière dont ils sont représentés par des acteurs tiers, notamment des sphères publicitaires et médiatiques. D'après l'étude réalisée en France par l'Observatoire des Familles, intitulées « Être père aujourd'hui », 56% des pères français ont l'impression d'être moins considérés que les mères par la société et 61% des pères pensent que la justice prend des décisions injustes à leur égard. Ce constat est d'autant plus significatif pour les pères seuls : 66% des « pères solo » estiment que la société dévalorise leur rôle voire les stigmatise. Pourtant, 84% se disent capables d'assumer leur rôle pleinement au même titre que les mères. Enfin, cette enquête de terrain a été l'occasion de mesurer à quel point les pères ont besoin de prendre la parole et d'être écoutés afin de révéler leur vision de la paternité et la réalité vécue de leur quotidien, contre les stéréotypes qui filtrent leurs représentations aujourd'hui. De fait, de réels enjeux à la fois sociaux et communicationnels se dessinent sur la place du père au sein de la famille et de la société.

Dans le monde professionnel, les marques et la publicité ont tendance à réduire la cible familiale à celle de la mère ou des enfants. La reconnaissance de ce biais fait l'objet d'une observation de terrain, en tant que planneur stratégique, dans l'entreprise « aufeminin groupe », tant pour les annonceurs que pour la régie elle-même. En effet, ils peinent à s'intéresser et à élargir leur cible à celle des pères, sur « le digital », dans le cadre du marketing familial, niant ainsi les changements sociaux actuels. En effet, les usages et les comportements d'achat des pères sont encore aujourd'hui peu connus et les visions des publicitaires souvent restreintes par des stéréotypes telle que « la ménagère de moins de cinquante ans ». Or, dans le contexte des reconfigurations de structures familiales et d'une égalité croissante entre les hommes et les femmes, les pères deviennent des cibles marketing « intéressantes » pour les marques car elles s'investissent de plus en plus dans les achats de la famille à l'image du changement progressif du rôle de père au sein de celle-ci. En effet, 30%<sup>3</sup> des hommes, en France, sont aujourd'hui responsables des achats. Par ailleurs, contrairement aux femmes qui sont plus frugales et qui rationalisent leurs dépenses lorsqu'elles deviennent mères, les pères adoptent une démarche

---

<sup>2</sup> Etude L'Observatoire des familles UNAF « être père aujourd'hui », 2016

<sup>3</sup> Etude Médiamétrie, « La data a eu la peau de la ménagère, 2015

inverse d'après une étude menée au Canada. En effet, lorsqu'ils sont conquis, ils ne comptent pas : 28%<sup>4</sup> des pères contre 13% des mères n'hésitent pas à mettre le prix dans un produit qu'ils estiment être le meilleur pour les enfants. Ces derniers incarnent donc de vraies opportunités commerciales car ils deviennent de plus en plus décisionnaires, n'hésitent pas à dépenser de l'argent et sont plus fidèles aux marques par rapport aux mères, dans un contexte où les consommateurs demeurent de plus en plus volatiles et exigeants à travers des relations qui s'horizontalisent et se personnalisent avec les marques. L'enjeu est de comprendre cette cible plurielle et ses convictions, afin de la représenter le plus fidèlement possible, pour que les pères se sentent écoutés et estimés, dans une logique de ciblage toujours plus précis, en fonction des individualités de chacun.

Partant de ces constats déterminés à partir d'études sociologiques et d'une expérience personnelle en immersion dans le monde professionnel d'un média « digital », il nous a semblé intéressant de nous focaliser dans notre étude sur les « digital dads » en opposition aux « digital mums ». Mais un premier biais méthodologique s'est d'emblée imposé à nous : le manque de recul critique par rapport au terrain nous a conduit à naturaliser et à essentialiser la catégorie « digital dads » sans questionner la dénomination qui était entrée dans le jargon du monde professionnel, de façon plus ou moins inconsciente. En effet, la communauté principale du média « aufeminin » est appelée par l'entreprise « digital mums », soit un terme marketing accordé à une catégorie indifférenciée de mères pensée dans son rapport au digital et construite par la sphère communicationnelle. Par effet miroir, nous avons donc nommé arbitrairement les pères sur le web, les « digital dads ». Le corps de la réflexion prendra donc le soin de comprendre l'origine de ce terme, sa généalogie, ses usages et ses auteurs.

Cette dénomination très large pouvait ouvrir sur de nombreuses problématiques à savoir comment l'usage de différents supports digitaux, allant des réseaux sociaux aux requêtes Google, accompagnait et modifiait l'exercice de l'éducation des pères ou bien comment les pères se représentent sur les réseaux sociaux et manifestent de nouvelles pratiques potentielles de la paternité selon les plateformes. Etant donné que le sujet n'avait pas du tout été traité ou que très peu, toutes les pistes de recherche s'offraient à nous, il fallait circonscrire notre réflexion. D'un point de vue des enjeux sociaux définis précédemment, à savoir le besoin de reconnaissance et de légitimation du rôle des pères et la lutte contre les stéréotypes, il nous a semblé plus pertinent de nous focaliser sur la deuxième ébauche de problématique à savoir les représentations des nouvelles formes de paternité sur les réseaux sociaux. En effet, la première

---

<sup>4</sup> Etude Y&R Toronto, « Who is your Daddy », Canada, 2017

piste allait circonscrire et limiter la pensée des nouvelles formes de la paternité au prisme de la seule utilisation de la technologie, dans le changement des pratiques parentales, flirtant avec le déterminisme technologique et masquant une grande partie des changements sociaux dont nous pourrions prendre connaissance qui dépassent les simples usages techniques.

Nous avons donc décidé, dans un second temps, d'étudier les différentes formes de figuration des pratiques des paternités sur les réseaux sociaux dans la continuité de certains types de représentations comme les homes movies familiaux ou bien les albums de famille. Nous nous sommes d'abord penchés sur toutes les plateformes sociales comme Instagram, Facebook, Youtube, Twitter et Vine ainsi que les blogs et les sites Internet. Encore une fois le corpus nous a paru très large et la multiplicité des plateformes à étudier peu pertinente dans la mesure où chaque père semblait adopter une communication multicanale, de façon plus ou moins indifférenciée. Le corpus a donc été défini en entonnoir dans une démarche de réflexion plus qualitative que quantitative et notre choix s'est tourné vers la plateforme Instagram. De fait, le terme central à questionner tout au long de notre recherche - à savoir les « digital dads » - est devenu, dans une même critique des processus de catégorisation, les « instadads », bien que les deux notions tendent à s'entremêler.

Instagram regroupe aujourd'hui 600 millions d'utilisateurs<sup>5</sup> mensuels actifs dans le monde avec 300 millions d'utilisateurs actifs quotidiens où les pères utilisateurs sont non seulement présents mais manifestent aussi un réel « engagement ». 42% de l'audience d'Instagram est constituée par des utilisateurs qui ont entre 25 et 44 ans soit l'âge des pères recherchés, selon le présupposé que « les jeunes pères » seraient plus enclins à promouvoir de nouvelles formes de paternité. Par ailleurs, la plateforme incarne le média de l'image et de la représentation par excellence avec 95 millions de photos et de vidéos postées chaque jour. De fait, les mises en scène des pères et les images qui parcourent les comptes Instagram demeurent particulièrement pertinentes, dans le cadre de l'analyse de la construction des représentations des nouvelles formes de paternité. Elles nous permettent de saisir non seulement les éléments déclaratifs mais aussi tout un ensemble de signes connotatifs fournis par les pères dans les images qui permettent à la fois de questionner la production et la réception de celles-ci à travers deux espaces de communication distincts. Nous pourrions ainsi non seulement saisir les tâches effectuées par les pères au quotidien mais aussi leur propre vision de ces dernières, dans un second degré de réflexion, qui se trouve au niveau des représentations, tout en nous focalisant

---

<sup>5</sup> Rozenn Perrichot, « Chiffres Instagram », *Blog du Modérateur*, 2017 [En ligne : <http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-instagram/>], consulté le 10/10/07

sur les interactions sociales sur Instagram qui est un espace fermé et particulièrement communautaire.

Le corpus a fait l'objet d'un premier travail terminologique afin de définir ce que serait « un compte de père » et plus précisément un « instadad » sur Instagram. Mais quelques difficultés se sont présentées à nous lors de la délimitation du corpus dont l'exercice a représenté un processus de problématisation permanent. Nous avons dû définir les premiers critères de l'expression de la paternité sur le réseau social pour qualifier un « compte de père ». En effet, plusieurs profils sont des pères dans la vie réelle mais ne se présentent pas comme tels sur la plateforme d'autant plus que les pères affichent leurs paternités de différentes façons : à travers le pseudo, la biographie, les *hashtags* et le contenu des images ou parfois même les quatre. Cette variété de stratégies de présentation des individualités nous a permis d'ajouter un autre terme clé à notre problématique principale à savoir la notion d'identité numérique et nous a aussi conduit à préférer les termes de figures ou d'avatars paternels plutôt que celui de père dans la mesure où leur profil Instagram n'incarne pas la totalité de leur identité mais plutôt une facette parmi d'autres. Nous avons donc fait le choix de sélectionner des utilisateurs selon ces quatre modes de déclaration de la paternité, plus ou moins implicites, afin de ne pas nous limiter aux éléments déclaratifs, dans la mesure où l'un des enjeux de l'analyse d'Instagram, est de saisir des indices qui ne sont pas explicitement énoncés par les utilisateurs.

Par la suite, nous avons défini d'autres paramètres de sélection en choisissant vingt-quatre comptes de pères selon différents critères soit un nombre suffisant de profils pour dégager des récurrences et pouvoir établir certaines généralités. Tout d'abord, afin de mesurer l'influence de différentes formes de socialisation offertes par la plateforme dans les pratiques de la paternité, nous avons sélectionné à la fois des profils individuels et communautaires. L'enjeu sera, à travers ce prisme, de définir comment s'exprime la subjectivité de chaque père dans des contextes différents et de déterminer l'influence que peuvent avoir ou non les pères entre eux. Le deuxième critère est le choix de configurations familiales variées, dans un souci d'échapper aux représentations stéréotypées, et de mettre en exergue toutes les figures de la paternité possibles selon leur environnement familial. Nous avons donc sélectionné vingt comptes de père en couple avec le sexe opposé qui représente la grande majorité, des pères seuls mais aussi trois couples gays. Le troisième critère repose davantage sur les formes d'expression avec une variété de dispositifs esthétiques, considérés comme une multitude de façons de se raconter, et enfin nous avons également saisi les affinités personnelles des pères comme des critères de différenciation tel des comptes paternels à trait d'union comme des

pères-cuisiniers, des pères amoureux de mode ou bien des pères artistes. Concernant la « popularité » des comptes des pères, mesurée en fonction de leur nombre de « followers », nous avons volontairement choisi différents niveaux d'influence selon cette métrique. Ainsi, notre dynamique de sélection s'est faite dans une démarche inclusive recueillant toutes les formes de paternité, en cohérence avec l'objet de notre recherche, dans une logique de quête de pluralité contre les stéréotypes uniformisant. Nous avons d'une part, volontairement évacué l'influence culturelle dans les pratiques de la paternité car il n'aurait pas été pertinent au vue de la taille limitée de notre corpus et d'autre part, le niveau social car il n'a pu être déterminé catégoriquement au simple visionnage des images des pères. De fait, nous avons bien conscience qu'il s'agit d'un facteur de différenciation incontournable dans les pratiques de la paternité et qu'il manquera donc un degré de précision et de nuance important.

Dans cette même recherche des facteurs de différenciation et des expressions des individualités, il s'est dégagé au cours de l'exploration du corpus, une mécanique récurrente avec des « comptes miroir » des mères, qui sont au nombre de trois, que nous avons pu identifier grâce au *tag* effectué par les pères sur les publications qui renvoient vers leur profil. Nous avons alors décidé d'adopter une approche comparative afin de dégager une éventuelle particularité des pratiques de la paternité sur Instagram par rapport aux mères et de questionner le processus symbolique de séparation des comptes qui n'est pas systématique dans ce corpus.

Ainsi, au regard de l'ensemble des remarques énoncées et de la délimitation progressive du corpus dans un travail de problématisation constant ainsi que la précision des termes clés de notre étude, nous avons défini la problématique suivante : **Dans quelle mesure les usages d'Instagram par les figures de la paternité témoignent-ils de la reconfiguration des pratiques paternelles tout en participant au processus de construction des identités individuelles des pères ?**

A partir de cette problématique, nous avons pu développer quatre hypothèses qui orienteront le déroulement de notre étude :

Tout d'abord, Instagram serait une scène privilégiée pour les pères pour témoigner de nouvelles formes de paternités tout en réfléchissant à leurs propres pratiques. En effet, les pères prolongeraient la réflexion sur leur rôle familial à travers les interactions avec les autres modèles paternels et grâce à la possibilité « de se regarder soi-même ».

De fait, Instagram utilisé par les figures paternelles serait un outil à la fois de contestation et de production de stéréotypes. Plus précisément, l'outil Instagram serait le lieu de la multiplication et de l'homogénéisation des formes de représentations, conduisant à la

remise en cause des stéréotypes paternels et à l'émergence d'autres stéréotypes comme celui de la virilité.

Partant du présupposé que l'exposition de soi demeure l'une des premières motivations des pères, Instagram serait un moyen de construire leur identité sociale et familiale « réelle », à travers la fabrication de leur identité numérique.

Finalement, il existerait l'avènement du mythe du père parfait sur Instagram, à travers le transfert de l'exigence sociale de la mère parfaite vers le père.

Afin de mettre nos hypothèses à l'épreuve, nous avons étudié notre corpus à travers une approche interdisciplinaire en nous nourrissant de contributions provenant essentiellement des sciences de l'information et de la communication et de la sociologie dans une méthode d'analyse principalement sémiologique. Nous adoptons une approche sémio-pragmatique en sollicitant l'établissement d'un cadre théorique de type communicationnel tenant compte du contexte et expliquant les modalités d'interactions entre les actants familiaux et les utilisateurs.

Plus précisément, nous analyserons tous les signes construits sur Instagram par les pères à savoir le contenu des images, les légendes qui les accompagnent, les hashtags et certains commentaires d'autres pères dans une approche à la fois micro et macro afin de saisir les singularités exprimées dans les détails au sein de l'écosystème global. Par ailleurs, nous avons décidé de ne pas mener d'entretiens sociologiques pour deux raisons. Tout d'abord, au regard de l'échantillon réduit de comptes et face à l'ampleur de la question théorique, quelques entretiens ne permettraient pas monter en généralité. Par ailleurs, la sélection de profils représente des pères habitants aux quatre coins du monde parlant plusieurs langues qui demeurent difficiles à contacter. Nos sources sociologiques résident donc dans les articles universitaires et les dernières études concernant les conditions des pères dans différents pays.

L'analyse sémiologique s'est effectuée selon différentes étapes. Tout d'abord, nous avons formé différents groupes d'analyse selon les critères de sélection du corpus énumérés précédemment tout en les croisant. Nous avons commencé par nous focaliser sur les éléments quantitatifs comme le nombre d'abonnés pour saisir la popularité du compte, le nombre de publications pour qualifier la posture éditoriale des figures paternelles et enfin le nombre de comptes suivis afin de comprendre, en partie, leurs comportements sociaux dans un rapport d'équilibre ou non entre le nombre d'abonnements et d'abonnés. Ensuite, nous nous sommes penchés sur toutes les variations des pères réalisées à partir de l'architexte imposé pour écrire leur identité sur Instagram en analysant la photo de profil et la biographie. Puis nous avons procédé à l'analyse des images et de leur légende en relevant dans un premier temps les

éléments factuels du contenu des images et des dispositifs esthétiques puis en les liant dans un second temps pour dégager une analyse critique. Enfin, nous avons analysé les hashtags dans la définition des identités paternelles mais aussi des modes de socialisation et de construction des identités.

Au regard du faible échantillon de profils réunis dans notre corpus ainsi que de sa diversité, nous ne prétendons pas procéder à une généralisation figée. L'absence d'entretien sociologique n'offre pas la possibilité d'affirmer les intentions des pères et d'expliquer certaines pratiques, en fonction d'un contexte individuel et familial précis. Par ailleurs, les facteurs culturels sont volontairement évacués bien que nous ayons conscience qu'ils influent sur les pratiques des pères avec des normes sociales singulières selon les pays. De fait, notre position de chercheur pourrait être celle de n'importe quel utilisateurs d'Instagram : les informations recueillies recouvrent uniquement celle que les pères ont décidé de rendre publiques en fonction de stratégies énonciatives individuelles.

Mais si notre travail de recherche comprend des biais, il permet de mettre en avant des tendances de pratiques et de représentations de la paternité afin d'offrir une approche alternative aux tribunes médiatiques et publicitaires et d'ouvrir sur une recherche plus approfondie. Il permet également de mettre en exergue la pluralité des représentations contre l'uniformisation dominante tout en montant en généralité et fournissant des conclusions dans le cadre de recommandations professionnelles.

Après l'exposition de notre méthodologie et l'affirmation de ses limites et de ses promesses, nous en sommes venus à élaborer le plan suivant : dans un premier temps, nous aborderons les concepts théoriques qui offriront une clé de lecture pour l'ensemble de l'analyse en partant d'un repère historique et sociologique, la figure du « nouveau père » des années 1970 pour interroger la notion de stéréotype paternel qui se joue dans la société et qui se trouve rejouée par les pères sur Instagram, plateforme dont nous étudierons les spécificités d'usage des pères dans leurs représentations. Dans un second temps, nous nous pencherons sur les différentes formes de représentation des pratiques de la paternité sur Instagram tout en analysant les processus de subjectivation des pères dans l'écriture de leur identité à la fois sociale et réelle. Enfin, nous évoquerons l'émergence de la co-parentalité dans une dynamique hybride de construction des identités paternelles.

## Partie 1 : Concepts théoriques

Cette première partie vise à définir le cadre théorique de la réflexion qui sera menée tout au long de l'analyse du corpus. Le point de départ de cette pensée s'inscrit dans une approche à la fois historique et sociologique afin d'aborder la « modernité » paternelle dans une perspective généalogique avec l'étude de la figure du « nouveau père » des années 1970. La notion de stéréotype apporte une perspective critique de la dénomination du « nouveau père » tout en offrant une clé de lecture plus générale pour aborder les représentations, plus ou moins conscientes, qui sont mobilisées pour penser la paternité aujourd'hui. L'objectif sera de mettre en lumière ou de contester la filiation des stéréotypes à travers l'usage symbolique que les pères font d'Instagram. Enfin, l'étude des spécificités d'Instagram et de ses différents usages par les pères tâchera de saisir cet espace de communication et les dynamiques de stéréotypages qui sont à l'œuvre, à savoir la production ou la contestation de stéréotypes, selon les auteurs et leurs intentions.

Les trois concepts sont intrinsèquement liés : le « nouveau père » incarne une forme de stéréotype de la paternité dont le contenu se trouve aujourd'hui à la fois prolongé et remis en cause par les pères sur Instagram.

### a) La « nouvelle paternité » des années 1970

Dans l'analyse des transformations des pratiques et des figures de la paternité, l'approche généalogique vise à mettre en perspective l'étude des pères aujourd'hui sur Instagram et à analyser l'historicisation du terme « instadads » employé par différents acteurs qui seront explicités par la suite. La notion d'instadads, en parallèle à d'autres dénominations, pourrait s'inscrire dans la lignée d'une nouvelle appellation, née dans les années 1970, pour décrire les pères de ces années- là : « le nouveau père ». Ainsi, on pourrait se demander dans quelle mesure l'émergence de la figure du « nouveau père », plus ou moins idéalisée et imaginée, incarne un point de repère pour l'analyse de la paternité aujourd'hui représentée sur Instagram à travers la mise en relief des logiques de ruptures et de continuité avec les figures précédentes.



*a.1 Le « nouveau père » : un nouvel idéal et ancêtre des « instadads » ?*

Dans les années 1970, certains sociologues comme Julia Brannen, professeur de sociologie de la famille à l'institut de l'éducation à l'Université de Londres, ont annoncé « une crise du père nourricier »<sup>6</sup>, autrement dit « une période de transition pour les pères ». Ce changement s'inscrit dans un contexte socio-économique particulier. Les pères connaissent une période de chômage, l'égalité homme-femme progresse et les conceptions de la masculinité changent. En effet, le marché économique se restructure et évolue vers des métiers non manuels dont les femmes bénéficient principalement, ce qui fragilise la domination économique des pères au sein de la famille. Ce changement entraîne une crise de la virilité<sup>7</sup> avec une première remise en cause de la figure du « breadwinner ». Par ailleurs, les hommes deviennent pères de plus en plus tard et affirment leur volonté de se départir des modèles paternels précédents dans leur propre pratique de la paternité. Ce renouveau de la structure familiale s'accompagne donc d'une recomposition permanente des frontières entre la féminité et la masculinité et d'une différenciation volontaire avec les configurations passées. Enfin, l'éducation traditionnelle basée sur la coercition est progressivement évacuée au profit de l'épanouissement des enfants comme modèle légitime.

Ainsi, les années 1970 marquent une rupture paradigmatique de la paternité à différents niveaux. L'ancien « mythe du bon père » laisse progressivement place au « mythe du nouveau père » avec un autre système de valeurs paternelles. Le mythe du « bon père » représentait la figure du « père gagne-pain » : un père autoritaire, absent et distant qui rapporterait l'argent à la maison. Désormais, la figure du « nouveau père », à savoir le modèle du père aimant et affectueux, s'incarne à travers trois nouvelles valeurs positives : « le care », « le faire » et « l'expression de son individualité propre ».

Tout d'abord, « le care ». Prendre soin de ses enfants revêt une autre signification portée par un ensemble de gestes et de paroles témoignant de l'investissement du père dans les soins et l'éducation de l'enfant. En effet, « prendre soin de » ne signifie plus seulement subvenir aux besoins alimentaires et financiers du foyer mais implique de répartir les tâches domestiques avec la mère et d'accorder du temps et de l'attention aux enfants au quotidien. Cette paternité est redéfinie comme une relation intersubjective, caractérisée par une forme particulière d'échange entre père et enfant, une « intimité » nouvelle faite de proximité physique,

---

<sup>6</sup> Julia Brannen et Ann Nilson, « From fatherhood to fathering », *SAGE Journals*, Vol 40, issue 2, avril 2016

<sup>7</sup> Courtine Jean-Jacques, « La virilité est-elle en crise ? Entretien avec Jean-Jacques Courtine », *Études*, 2012/2 (Tome 416), p. 175-185. URL : <http://www.cairn.info/revue-etudes-2012-2-page-175.htm>

d'attachement affectif et de complicité. Il s'opère alors un partage de l'univers symbolique de la maternité avec la paternité. En effet, l'imaginaire du « care » traditionnellement incarné par la mère se trouve désormais aussi rattaché à la figure du père. La responsabilité paternelle endosse alors un autre sens dans la vie familiale.

De fait, être père n'est pas un fait naturel qui va de soi mais un processus dans lequel le père doit pratiquer sa paternité, la construire au quotidien et en fournir les preuves auprès du reste de la famille et de la société. En ce sens, être père revient à « faire » son rôle car il n'est pas défini à l'avance : le père doit l'investir et en dessiner les contours. La pensée de la paternité passe alors d'une vision essentialiste à une vision constructiviste où le père ne naît pas père mais il le devient.

Cette rupture paradigmatique s'accompagne pour la première fois d'une posture réflexive des pères vis-à-vis de leur propre rôle. Ils mettent à distance ce qu'ils font et donc ce qu'ils sont, au sens brechtien<sup>8</sup> du terme. La paternité devient alors plurielle selon l'expression des individualités de chacun. A ce sujet, Stephen Williams, professeur de sociologie à l'Université *USW* au Pays de Galles, développe « the theory of reflexive modernization »<sup>9</sup> pour mettre en avant les phénomènes d'individualisation et de « détraditionnalisation » qui sont à l'œuvre dans la construction de la paternité à cette époque. Chaque forme de paternité dépend de la façon dont les pères s'approprient leur propre rôle, dans un contexte à la fois personnel et socio-économique particulier. Glenda Wall<sup>10</sup>, sociologue à l'Université Wilfried Laurier de l'Ontario au Canada, parle d'une imbrication entre l'« agency » de la société, la « structure » de la famille et l'« ideology » de l'époque où les pères négocient leur identité au quotidien avec ces entités. Cette réflexion sur la paternité témoigne d'un nouvel âge de la structure familiale à travers un fonctionnement de plus en plus démocratique : le père n'est plus placé en haut de la pyramide familiale, les interactions entre les individus s'horizontalisent et le père concilie en permanence ses intérêts propres avec son rôle dans la famille.

Pour autant, l'évolution des mentalités ne va pas forcément de pair avec celle des pratiques. L'objectif n'est pas de transformer en généralité des faits observés chez certains hommes issus de milieux sociaux particuliers, souvent aisés. Au cours de ces années, la société et les pères eux-mêmes ont construit une représentation idéalisée de la paternité qui pourrait

---

<sup>8</sup> Bertolt Brecht, *Petit Organon pour le Théâtre*, L'Arche, juin 1997, chap.2 Le politique

<sup>9</sup> Stephen Williams « What is fatherhood, searching for the reflexive father », *Sage journals*, Vol 42, Issue3, 2006

<sup>10</sup> Glenda Wall et Stephanie Arnold « How involved is involved fathering : an exploration of the contemporary culture of fatherhood », *Sage Journals*, Vol 21, issue4, 2007

être discutée. Julia Brannen et Ann Nilson<sup>11</sup>, dressent des typologies de pères qui nuancent l'avènement de l'unique « nouveau père ». Ces auteurs déterminent trois catégories différentes qui peuvent s'interpénétrer et représenter différentes étapes de la paternité pour un même père au cours de sa vie : « le travailleur », dans la continuité du « mythe du bon père », nourricier et peu intégré dans la vie quotidienne des enfants, le « family man » qui tient à son rôle de « provider » tout en passant du temps à la maison et enfin le « hand on father » investi dans le bien-être de ses enfants qui reste à la maison et partage équitablement les tâches avec la mère. Par ailleurs, lors des entretiens menés au cours des études citées, aucun père ne s'est défini lui-même comme « nouveau ». Ils ont été décrits comme tels, principalement par une partie de la sphère de la recherche, et ensuite de la publicité. Les pères, eux, se sont plutôt dépeint dans une comparaison entre « l'avant paternité » représentée par leurs modèles paternels passés, notamment leur propre père, et « l'après paternité » incarnée par les interviewés eux-mêmes au tournant des années 1970.

#### *a.2 Les « instadads » : une autre forme de la « nouvelle paternité » en 2017*

Nous pourrions faire l'hypothèse, dans la limite des outils à disposition, que la construction de la dénomination « instadad » s'inscrit dans la lignée du paradigme du nouveau père des années 1970. D'après le logiciel Google Trend<sup>12</sup>, l'expression serait née, au sens d'utilisation et de requêtes massives de ce terme sur Google search par différents acteurs, en avril 2015 à l'échelle mondiale. L'émergence du nom proviendrait donc d'abord de l'émission télévisée philippine intitulée *Instadad*<sup>13</sup>, diffusée sur la chaîne GMA network et incarnée par des « stars » d'Instagram comme l'américaine Ashley Ortega<sup>14</sup> ou la Philippine, Gabbi Garcia. Cette série télévisée dramatique met en scène la figure d'un père « cool », l'acteur Gabby Eigenmann, qui élève seul ses trois enfants. La chaîne fait donc la promotion d'une nouvelle figure paternelle dans une configuration familiale singulière. Le logo utilisé pour incarner la chaîne fait directement référence au réseau social Instagram avec l'usage emblématique de l'appareil photo vintage, signe reconnu par tous les utilisateurs Instagram.

Par ailleurs, Instagram arrive en cinquième position dans les acteurs qui auraient participé à l'émergence de cette dénomination dans cette même période. Le terme Instadad qui existait sous forme de nom de chaîne télévisuelle aurait été repris progressivement par les

---

<sup>11</sup> Julia Brannen et Ann Nilson, « From fatherhood to fathering », *SAGE Journals*, Vol 40, issue 2, avril 2016

<sup>12</sup> Annexe 1

<sup>13</sup> Annexe 2

<sup>14</sup> Annexe 3

utilisateurs d'Instagram pour se définir comme tel, à un moment donné, sous la forme d'un hashtag, d'après les fonctionnalités propres de la plateforme. On pourrait supposer que c'est d'abord l'émission philippine qui aurait construit cette nomination jusqu'à sa réutilisation et sa normalisation progressive par les pères sur le réseau social. Le passage du mot « instadad », de la sphère médiatique traditionnelle vers les réseaux sociaux, marque la perméabilité existante entre ces deux espaces discursifs et invite à penser la dénomination dans sa nature circulatoire et donc démocratique.

Aujourd'hui, le hashtag<sup>15</sup> regroupe 180 000 *posts* sur Instagram et forme une communauté de pères qui sont non seulement pensés par rapport à leur vision et leur pratique de la paternité mais aussi par rapport à leur présence sur la plateforme et leurs usages de celle-ci. Le nombre de *posts* relativement faible laisse penser qu'il s'agit encore d'une forme de paternité restreinte ou que ces pères se définissent aussi selon d'autres hashtags soit différentes représentations possibles de la paternité.

### *a.3 Conclusion*

Dans une approche généalogique, le stéréotype du « nouveau père », en réaction aux modèles passés, incarne un point de départ pour penser les nouvelles représentations des pratiques de la paternité sur Instagram en 2017. Il permet également de mettre en lumière les tensions qui imprègnent les mêmes débats aujourd'hui sur l'écart entre les représentations et la réalité des pratiques et les dynamiques d'hybridation avec les modèles passés.

### **b) Stéréotypes : entre représentation sociale et construction d'une minorité**

Le concept de stéréotype est une clé de compréhension des représentations paternelles et de leur impact sur la vie réelle des pères. Il invite à penser les modes de relation avec les autres membres de la société, la façon dont ils sont perçus mais aussi dont ils se pensent. Les nombreux stéréotypes de la paternité enferment les pères dans un statut qui délégitimise leur « nouveau » rôle au sein de la famille et conduit à les définir, dans le champ de la parentalité, comme une forme de minorité stigmatisée. Ainsi, l'objectif sera de définir en quoi le stéréotype incarne un filtre pour penser la paternité tout influant indirectement sur les pratiques et les constructions sociales réelles.

---

<sup>15</sup> Annexe 4

### *b.1 Le stéréotype : une clé de compréhension commune pour appréhender la paternité*

Selon, Ruth Amossy<sup>16</sup>, « la bivalence est constitutive de la notion de stéréotype dans la pensée contemporaine ». En effet, un stéréotype est négatif pour les personnes qui en font l'objet mais aussi un moyen de compréhension à la fois social et culturel indispensable pour ceux qui y recourent. Il constitue une communauté avec des références communes : le stéréotype filtre et modifie la perception du réel tout en façonnant la vision de l'autre. La bivalence se lit également entre la fixité et la mouvance de la nature du stéréotype. En effet, le stéréotype peine à se renouveler au cours des années mais reste en même temps dépendant d'un contexte socio-économique et culturel particulier. Dans le cas des pères sur Instagram, il existe trois sortes de stéréotypes : les stéréotypes extérieurs aux pères construits par la société et ses différents acteurs, les stéréotypes que les pères ont d'eux-mêmes, souvent directement incorporés de la société et les stéréotypes qu'ils produisent à travers leur mise en scène de soi sur Instagram.

Les stéréotypes sociaux sont construits par différents acteurs qui possèdent un fort pouvoir de visibilité et de promotion d'un problème public qui est selon Erik Neveu<sup>17</sup> « un fait social auquel des acteurs donnent de l'importance et qui reçoit des réponses en termes d'actions publiques ». Les médias d'information, la littérature, les arts et la publicité occupent un rôle central dans la construction des grands stéréotypes collectifs<sup>18</sup> grâce à leur capacité à toucher un large public en martelant certaines représentations. La publicité, selon Éric Macé, plus qu'un message est un « massage qui fait exister les différences hiérarchisées entre le masculin et le féminin en reproduisant et en répétant sans cesse les marques de cette différence de sorte qu'elles apparaissent comme naturelles et presque invisibles aux yeux du public, légitimant ainsi l'idée qu'il est normal qu'ils n'aient pas les mêmes rôles et les mêmes statuts sociaux ». Face à ces acteurs, les pères peinent à faire valoir leur vision de la paternité et à faire la promotion d'un nouveau problème public qui n'est pas considéré comme tel aujourd'hui pour mettre en lumière la position « défavorisée » des pères dans la société et dans la pensée de leur rôle au sein de la famille.

---

<sup>16</sup> Ruth Amossy et Anne Herschberg Pierrot, *Stéréotypes et clichés*, Armand Colin, 2016, Chap. 1, 2, 3 et 4

<sup>17</sup> Erik Neveu, « L'approche constructiviste des « problèmes publics ». Un aperçu des travaux anglo-saxons », *Études de communication* [En ligne], 22 | 1999, mis en ligne le 23 mai 2011, consulté le 29 août 2017. URL : <http://edc.revues.org/2342> ; DOI : 10.4000/edc.2342

<sup>18</sup> Entretien avec Eric Macé dans le cadre de l'Étude ORSE en partenariat avec BETC EURO RSCG juin 2010

### *b.2 Le stéréotype : un outil de délégitimation sociale au détriment des pères*

Le problème pour les pères n'est pas tellement le stéréotype en soi mais les mises en pratique et les comportements qu'il engendre à travers les préjugés. L'entourage et la société ne les pense pas seulement à travers des catégories mais il juge leurs attitudes et leurs comportements avec des repères communs qui peuvent mener à des formes de discriminations. En effet ce filtre du réel, dans son application concrète, devient excluant. Il est d'autant plus excluant qu'il se trouve peu à peu incorporé par les pères eux-mêmes qui finissent pas s'auto-rejeter plus ou moins consciemment. C'est à ce moment-là que le stéréotype devient réalité. Un stéréotype n'est pas vrai en soi mais c'est le processus d'assimilation des représentations par les pères qui conditionnent leur façon de se penser et d'agir. A ce titre, dans l'étude menée par L'Observatoire des familles en 2015, certains pères en France ne se sentent pas capables d'effectuer les mêmes tâches au quotidien que les mères car ils s'auto-dévaluent. Cette croyance découle en partie des représentations extérieures construites.

### *b.3 Le stéréotype : un outil de pouvoir dans les rapports sociaux*

Le stéréotype n'est pas tant à aborder du point de vue de l'opposition entre le vrai et le faux mais plutôt entre l'utile et le nocif. Selon Leyens « les stéréotypes sont le résultat d'un processus qui vise à régler les interactions sociales avec la plus grande efficacité possible ». En effet, la construction et l'utilisation des stéréotypes ne sont pas anodines et répondent à des intentions précises en fonction des intérêts des acteurs dans des logiques de pouvoir. Ainsi, un même stéréotype peut à la fois servir les intérêts d'une personne tout en n'en défavorisant une autre. L'usage des stéréotypes autour de la paternité vise à asseoir une configuration de la famille qui emprisonne la mère dans la figure de « la ménagère de moins de 50 ans »<sup>19</sup> et écarte du même coup, indirectement, le père du rôle qu'il pourrait exercer au sein de la famille. Pour les marques, l'utilisation de contenus stéréotypés comme la mère qui cuisine ou qui choisit de consacrer du temps aux enfants avec un métier aux horaires peu contraignantes contrairement aux pères censés être carriéristes et peu présents, permet de s'assurer une audience sans bousculer les imaginaires dominants au risque d'être incomprises. Il en va de même pour certains médias<sup>20</sup>, dans une logique de rentabilité économique avec la création de « buzz », en usant de représentations typifiées qui délivrent le message le plus simple et le plus consensuel possible. L'usage des stéréotypes diffèrent donc selon ses auteurs.

---

<sup>19</sup> Annexe 5

<sup>20</sup> Annexe 6

#### *b.4 Les stéréotypes construits par les pères : un outil paradoxal d'émancipation de certains stéréotypes*

Si les stéréotypes sont des outils de pouvoir, ils peuvent être également placés au service d'une représentation positive de la paternité et être construits par les pères eux-mêmes. Cette forme de stéréotypes est créée en réaction à un contexte existant par rapport à des stéréotypes déjà institués. Sur Instagram, les figures de la paternité lient une forme de solidarité où le stéréotype, à savoir une forme de représentation répétée par plusieurs pères, devient le pilier, voir même un objet de croyance<sup>21</sup> pour se protéger des menaces extérieures décrites précédemment. En effet, en interagissant sur Instagram, les pères se construisent leur propre identité sociale en réponse aux représentations dominantes. Pour autant, la réflexion sur l'écart entre les représentations et les pratiques réelles subsistent et feront l'objet d'une analyse dans les parties suivantes.

#### *b.5 Les stéréotypes en réseaux*

Les stéréotypes autour de la paternité ne sont pas isolés. Ils fonctionnent en réseaux avec d'autres stéréotypes liés au genre à savoir<sup>22</sup> à la fois le sexe biologique, l'identité de genre soit le sexe auquel la personne se sent profondément appartenir et l'expression du genre exprimée dans le comportement ou les vêtements par exemple. Dans la représentation de la pratique de la paternité sur Instagram, nous nous concentrerons sur le troisième niveau du genre à savoir l'expression de genre construite à travers différents signes. Les stéréotypes du genre et de la parentalité sont en interaction constante : la paternité est directement liée à la masculinité et souvent pensée en opposition avec la maternité et la féminité. Le contenu des stéréotypes de la virilité comme la force, le courage, la froideur et la fermeté ont imprégné la figure du père distant et autoritaire. Mais l'image de la virilité a évolué au cours des siècles<sup>23</sup> au rythme de l'évolution de la paternité. D'après Jean Jacques Courtine, professeur d'anthropologie à la Sorbonne Paris III, un motif récurrent existerait au cours de l'histoire : « l'idée que les hommes d'aujourd'hui ne seraient plus des vrais hommes ». La virilité des hommes s'est construite dans des contextes de guerre où l'homme guerrier s'est imposé par sa force et dans sa confrontation avec la mort. Or, plusieurs crises ont mis à mal la traditionnelle conception de la virilité : l'homme a en partie été remplacé par la technologie, la Grande Dépression, venue des Etats-Unis, avec le chômage a mis à mal, pour la première fois, la figure du père « gagne-pain » et la

---

<sup>21</sup> Frédéric Lambert, *Je sais bien mais quand même*, Edition non standard, 2013, passim

<sup>22</sup> Dossier « Fille ou garçon, c'est quoi la différence », *National Geographic*, N°208, Janvier 2017

<sup>23</sup> Courtine Jean-Jacques, « La virilité est-elle en crise ? Entretien avec Jean-Jacques Courtine », *Études*, 2012/2 (Tome 416), p. 175-185. URL : <http://www.cairn.info/revue-etudes-2012-2-page-175.htm>

dénaturalisation de la virilité a permis aux femmes de s'emparer à leur tour du concept. « L'affrontement », « le courage », « la puissance sexuelle », « le travail » et « l'argent » sont autant de notions qui ont été évacuées progressivement de la masculinité ou du moins, l'a privée de son monopole. L'usage et la construction sociale de la virilité aurait pour but, en partie, de légitimer la domination des hommes sur les femmes. Afin de perpétuer la « hiérarchie des genres », Jean Jacques Courtin parle de « dispositif de fabrique de la virilité » à savoir une transmission historique des codes de la virilité de père en fils dans des lieux de l'entre soi comme les anciens fumeurs et aujourd'hui, par exemple, le sport. Ce motif de la filiation de pères en fils sera abordé dans l'analyse du corpus pour étudier les nouvelles fabriques des stéréotypes de la virilité sur Instagram dans le cadre d'une résurgence récente de la conception originelle de celle-ci selon l'auteur.

Mais les différents stéréotypes de ce réseau peuvent entrer en conflit. Paradoxalement, les stéréotypes de la virilité ont décrédibilisé les pères dans la conception actuelle de l'exercice légitime de la paternité. L'image du père présent au quotidien, sensible et qui prend soin de ses enfants entre en contradiction avec une virilité froide reposant sur la « force » et la « puissance masculine » qui s'inscrit dans la continuité de la figure du « breadwinner ». Par ailleurs, l'exercice de « stéréotypage » est profondément humain et inévitable pour créer une vie en société. L'enjeu sera de comprendre pourquoi, selon un contexte précis, les hommes se confortent parfois dans une pensée simplifiée et stéréotypée ou au contraire, adoptent une démarche de contestation de ces stéréotypes. Instagram offre alors une tribune d'expression et de contestation des stéréotypes singuliers selon les codes du réseau social.

### **c) Construction des identités sociales sur Instagram**

Face aux nombreux stéréotypes peu favorables à l'exercice de nouvelles formes de paternités plus individualisées, Instagram offre la possibilité aux pères de mettre en récit et en représentation leur vision et leur pratique de la paternité au quotidien. La plateforme est un outil qui prolonge le processus d'auto-réflexion des pères sur leur propre rôle amorcé dans les années 1970. L'enjeu sera de saisir les spécificités de la plateforme qui conduisent, dans une négociation avec les utilisateurs, à des modes d'écriture de soi singuliers. Dans l'analyse, nous évacuons volontairement la potentialité des « stories » puisqu'elles ne figurent pas dans le corpus.



### *c.1 Instagram : un dispositif hybride configuré selon une idéologie propre*

L'application Instagram est née sur le mobile en 2010 avec l'Américain [Kevin Systrom](#)<sup>2</sup> et le Brésilien [Michel Mike Krieger](#) et se caractérise par une économie de l'écrit. La plateforme représente un réseau social hybride qui recouvre plusieurs dimensions qui sont autant de ressorts pour écrire sa vie : une dimension médiatique car elle implique un processus d'écriture et de lecture, une dimension technique, une dimension sémiologique avec les données à lire et écrire sur un écran et une dimension sociologique afin de considérer les usages et interactions sur la plateforme. D'après Mike Thelwall<sup>24</sup> : c'est un outil de socialisation, de navigation et de datavisualisation qui repose sur un univers visuel singulier.

Dans l'apple store<sup>25</sup>, Instagram est décrit par ses auteurs/éditeurs de la façon suivante : « Instagram is a simple way to **capture and share the world's moments. Follow your friends and family to see** what they're up to, and **discover accounts** from all over the world that are **sharing things you love**. Join the **community** of over 500 million people and **express yourself by sharing all the moments of your day—the highlights and everything in between, too.**»<sup>26</sup>. Autrement dit, dans la continuité des utopies fondatrices du web, Instagram serait un « incroyable » moyen de rester en connexion avec son entourage plus ou moins proche mais aussi avec n'importe qui dans le monde, à tout moment, grâce aux images. S'inscrire sur Instagram, c'est entrer dans une large communauté qui partage des valeurs communes. L'atmosphère « affective » de la plateforme encourage l'expression de soi et suggère l'émergence d'obligations symboliques entre amis : le partage de moments personnels plus ou moins triviaux. L'objectif demeure donc clairement annoncé : tout montrer et tout voir. Ainsi, ce que les « instadads » décident de montrer d'eux-mêmes se fait toujours dans la perspective d'être vu et reconnu par la communauté tout en s'inscrivant et en adhérant, plus ou moins consciemment, à un projet plus large : celui de l'industrie du web Instagram.

### *c.2 Une plateforme fermée et communautaire*

Contrairement à ce que l'idéologie de la Silicone Valley prétend, qui dessine un espace totalement décloisonné, ouvert et transparent, « le monde des réseaux n'a pas supprimé les frontières mais inventé la nano-frontière »<sup>27</sup>. L'espace Instagram représente une plateforme particulièrement fermée par rapport aux autres réseaux sociaux et au reste de la toile. En effet,

---

<sup>24</sup> Mike Thelwall, *social network sites : users and uses*, p19/73

<sup>25</sup> Définition Instagram dans l'Apple store : <https://itunes.apple.com/app/instagram/id389801252?mt=8>

<sup>26</sup> Annexe 7

<sup>27</sup> Régis Debré, *Eloge des frontières*, Folio, 2013

Instagram n'exprime pas d'injonction aux partages des contenus diffusés sur les autres plateformes : l'option « partage » ne fait pas partie des possibilités offertes aux utilisateurs contrairement à Facebook par exemple. De fait, la plateforme offre un mode de socialisation particulièrement communautaire où les utilisateurs peuvent échanger en groupes plus ou moins importants en fonction des goûts, des intérêts et des valeurs partagées. Les pères profitent de ce réseau social pour échanger « entre pères » avec une vision commune de la paternité tout en postant des contenus dans le but d'être reconnus et valorisés par leurs « paires ». Les communautés se forment selon deux modalités : des comptes uniques qui regroupent des images de chaque membre avec son enfant et des hashtags marqueurs identitaires provisoires qui lient les comptes individuels où les pères affichent leur appartenance et manifestent leur reconnaissance mutuelle.

### *c.3 La mobilité Instagram : usages et modes de représentation singuliers*

L'utilisation mobile du réseau social implique deux particularités significatives dans les représentations des pratiques de la paternité. Tout d'abord, une certaine pratique de l'image et donc un mode d'écriture des identités singulier. La capture d'images est censée se faire sur le vif, de manière instantanée et spontanée : n'importe où et n'importe quand. Pour autant, le contenu des images postées est parfois en contradiction avec l'usage supposé de la mobilité. En témoigne la qualité esthétique et les lignes éditoriales qui se dégagent de certains comptes paternels<sup>28</sup>. Les dispositifs esthétiques et l'architecture visuelle qui se dessinent entre les images laissent penser à un vrai travail de réflexion en amont pour créer une harmonie dans les contenus postés sur la page en construisant une identité positive et du même coup une distanciation des pères par rapport à leur production. Il s'agira d'analyser ensuite « l'effet d'authenticité » construit par certains utilisateurs. Par ailleurs, l'utilisation individuelle joue sur le processus de construction des identités des pères. Contrairement à d'autres écrans comme la télévision ou même l'ordinateur, la visualisation et la production de contenus sur Instagram se fait seul devant un petit écran qui conditionne une réception singulière et renforce l'individualisme de la démarche des pères. Celle-ci s'oppose à d'anciens modes de mise en scène familiale comme les *homes movies* dont la visualisation incarnait un véritable rituel familial à pratiquer

---

<sup>28</sup> Annexe 8

« ensemble » soit un moment de mise en relation fédérateur pour la construction de l'identité des pères par rapport aux autres individus de la famille.<sup>29</sup>

#### *c.4 Une pratique de l'image qui sursignifie les représentations des pères et leurs intentions*

Les images sur Instagram sont des épaisseurs de signes. L'auteur et les récepteurs des images, leur contexte et leur mode de circulation, autrement dit le « comment » sont clairement identifiés et reconnus par tous les utilisateurs. La légende de l'image, composée de texte et/ou d'émoticônes et de hashtags, ne laisse que peu de place au mystère du sens de celle-ci. Elle intègre une fonction « d'exposition » où la photo existe pour être exposée et pour communiquer, et la dimension communicationnelle prend le pas sur la dimension figurative de l'image. En effet, l'auteur la fait parler et la sur-sémantise : elle est polysémique et polyfonctionnelle. A ce titre, le choix symbolique d'Instagram par les pères pour se représenter au quotidien n'est pas anodin et s'inscrit dans l'intention de représenter d'autres formes de paternités contre les stéréotypes dominants.

Par ailleurs, une photo Instagram ne vit pas seule. Elle est produite et interprétée dans son rapport avec les autres photos du profil mais aussi avec celles des autres comptes utilisateurs qui se font écho et créent une forme de généalogie des images paternelles sur Instagram. Ce mimétisme des images est renforcé par les filtres et les formats qui sont identiques et sera étudié grâce au corpus dans les parties suivantes. Ces images constituent une sorte d'identité générique visuelle et s'inscrit dans une esthétique globale de la répétition. Le jeu entre la photographie et l'espace est un moyen de multiplier les signes en renouvelant le couple signifiant/signifié, soit autant de façons de montrer la paternité sous différents angles afin de décentrer le regard, déconstruire les représentations et complexifier les figures paternelles.

#### *c.5 Instagram : une écriture de soi contrainte*

Pour autant, l'écriture des individualités paternelles reste contrainte par le cadre défini par les éditeurs de la plateforme dont l'identité n'est pas clairement affichée. Le concept « d'architexte »<sup>30</sup>, développé par Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, permet d'identifier les outils d'écriture, dans leur forme et dans leurs structures, programmées par Instagram. Or, ces conditions d'écriture et de mise en récit performatives à l'écran se réalisent souvent à l'insu des utilisateurs qui intègrent, de façon inconsciente, les modalités d'expression déterminée. C'est à

---

<sup>29</sup> Giusepinna Sapio, article, « La pratique des *home movies* en France de 1960 à aujourd'hui », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°17/1, 2016, p.51 à 61, consulté le lundi 10 juillet 2017, [en ligne] URL : <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2016/04-Sapio/>

<sup>30</sup> Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, *L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran*, 2005, vol 145, p3/15

travers le profil que l'utilisateur s'incarne et s'engage avec le « je ». Initialement un profil signifie « le contour, l'aspect d'un visage vu de côté » et au sens figuré en psychologie : « l'ensemble de traits marquants qui définissent un type de personne. Il peut répondre à une réalité graphique figurant des aptitudes d'un sujet de manière à représenter une physionomie mentale ». Sur Instagram, les fonctions de présentation de soi sont restreintes et orientées. Les utilisateurs se racontent sur « leur profil » selon six paramètres : une photo en forme circulaire et d'une taille précise sur la gauche de la page, un pseudonyme avec une police plus grande que les autres, le nombre de publications de l'utilisateur, le nombre d'abonnés à son profil – autrement dit « sa communauté » – le nombre de comptes qu'il suit et enfin une courte description, la « bio », dans laquelle l'éditeur invite les utilisateurs à donner des informations personnelles comme le numéro de téléphone ou l'adresse e-mail, toujours dans l'imaginaire du contact et de la connexion.

Selon Gustavo Gomez-Meija<sup>31</sup>, les dénominations de ces paramètres pour construire l'identité sociale – celles des pères sur Instagram – demeurent ambivalentes et euphémisées afin de faire disparaître tous les signes de contraintes d'écriture. Le mot profil serait le produit vedette des formatages des industries numériques et cacherait une simple logique de formulaire où l'utilisateur doit répondre aux questions pour pouvoir entrer dans la vaste communauté Instagram, à savoir le « monde des amis ». Malgré l'existence d'informations personnelles des pères utilisateurs, affichées sur le profil, la subjectivation montrée des pères s'inscrit donc dans un cadre identitaire formalisé avec une série de traits définis à la manière d'un portrait. Face à ce contrat de lecture reconnu par les figures paternelles qui sont à la fois des récepteurs et des émetteurs de contenus, l'enjeu sera de déterminer si l'expression de la subjectivité des pères et la représentation des pratiques de la paternité se réaliseront dans la contestation ou dans l'adhésion complète de ce cadre d'écriture en lien avec les enjeux symboliques liés à la paternité dans la « réalité ».

La contrainte se lit également dans la temporalité de la fabrication de l'identité des pères sur Instagram. En effet, elle répond à une logique de news dans la publication et la visualisation chronologique des photos. Elle incarne une certaine vision narrative du monde : un récit de soi sur lequel pèse une forme d'actualité. Les récits procèdent par petites bribes à travers le chronométrage des *posts* où l'éditeur Instagram invite à produire une importante quantité de

---

<sup>31</sup> Gustavo Gomez-Meija, *Les fabriques de soi, identités et Industries sur le Web*, podcast France Culture « les nouvelles vagues » 20/10/2016  
<https://www.franceculture.fr/emissions/les-nouvelles-vagues/lidentite-34-les-fabriques-de-soi-sur-le-net>

contenus dans le présent en mettant sans cesse « à jour le profil ». De la même façon, les gestes manuels du *scroll* et du *swipe* dans la visualisation invitent les usagers à liquider les images. L'enjeu sera de mesurer la performativité d'une telle identité fluidifiée face à la construction de stéréotypes sociétaux fixes et pérennes. Pour cela, l'objectif sera de questionner le dispositif au-delà des contenus eux-mêmes tout en relevant les formes récurrentes et structures éditoriales proposées comme différentes manières de mettre en vie le dispositif.

#### *c.6 Négociation des libertés des « instadads » dans un cadre contraint*

Pour autant, dans ce cadre contraint, l'utilisateur négocie une forme de liberté qu'il s'octroie naturellement en développant ses propres usages, ce que Bruno Latour appelle les « contre-programmes d'action ». Par exemple, tous les pères n'ont pas décidé de se définir comme tel dans la biographie de leur profil. De fait, les « instadads » gardent la main sur le cœur même de leur identité sociale : se présenter comme un père ou comme un individu déconnecté de son contexte familial.

Par ailleurs, au sein de la standardisation du dispositif Instagram, chaque déclinaison personnelle demeure signifiante : opter pour un profil privé ou public témoigne des intentions de l'utilisateur d'être visible ou non par un plus grand nombre, dans un objectif de popularité ou de préservation de la vie privée. A ce titre, tous les profils des pères sélectionnés du corpus sont des profils dits « ouverts ». Au-delà de la simple promotion personnelle, ce choix symbolique exprime le besoin d'être représenté d'une autre façon, « leur propre façon ».

Avant d'engager l'analyse du corpus, il était donc nécessaire de revenir sur les spécificités propres à la plateforme Instagram qui sont autant de critères qui influencent les fabriques de la paternité.

Ainsi la figure du nouveau père née dans les années 1970 marque un tournant dans la pratique de la paternité mais surtout, pour la première fois, une volonté de penser la paternité en passant d'une approche essentialiste à une approche constructiviste. Pour autant, en prenant le modèle du « nouveau père » comme repère, les figures paternelles antérieures demeurent. En effet, le nouveau père est une figure à la fois hybride et complexe qui conserve les traces des formes de paternités passées tout en contenant des signes de nouveautés. Afin de prolonger cette dynamique réflexive, le stéréotype offre une clé de lecture pour comprendre la représentation des pères dans la société mais aussi la façon dont ils se pensent, entrent en interaction avec les autres membres de la société et influent sur le réel. Enfin, Instagram est un outil qui se co-construit au rythme des usages spécifiques des pères qui se soumettent en même

temps à un cadre prédéfini par l'éditeur. Dans une perspective communicationnelle, le réseau social incarne un espace à la fois de construction et de déconstruction des stéréotypes selon les intentions et les usages de chaque père.

La partie suivante se focalisera sur « comment les pères racontent et se racontent la vie » sur Instagram, dans une perspective de mise en lumière d'éventuelles nouvelles pratiques de la paternité, en distinguant la part du narratif et du projectif en chaque père à travers une tension entre une forme de mise en récit à la fois singulière et automatisée.

## **Partie 2 : Pratiques de la paternité et construction des identités paternelles sur Instagram**

L'étude de la mise en images de la paternité de vingt-quatre comptes de pères et de 3 profils de mères sur Instagram permettra d'étudier comment le père se montre dans sa relation avec les autres membres de la famille mais aussi se donne à voir lui-même et au reste de sa communauté. L'enjeu de l'analyse sera de saisir la nécessité symbolique qui le pousse à se représenter et les différentes formes de pratiques de la paternité qui se créent afin de valider ou de réfuter les hypothèses suivantes : l'usage d'Instagram par les pères permettrait à la fois l'émergence de nouvelles pratiques de la paternité tout en offrant aux pères la possibilité de penser leur rôle au sein de la famille et leur individualité. Par ailleurs, la fonctionnalité sociale d'Instagram qui rend plus ou moins publique ces formes paternelles, mettrait en lumière une image idéalisée où le père viserait à paraître le plus irréprochable possible auprès du reste de la communauté. Les logiques de compétitions sociales « dans la réalité » seraient alors renforcées sur le réseau social de l'image conduisant à une recherche effrénée de construction de la perfection.

## 1) Hypersubjectivation<sup>32</sup> des pères et processus d'intersubjectivation dans leur relation avec l'enfant sur Instagram

La construction de la paternité se réalise à travers l'expression de sa subjectivité qui se trouve renforcée sur Instagram où le père possède les rênes de son propre rôle et en contrôle les représentations. La mise en image de la famille et du père lui-même permet selon Barthes « une dissociation retorse de la conscience de l'identité à travers laquelle l'individu se reconnaît comme « autre »<sup>33</sup>. Le père se met en scène et peut ensuite regarder le récit imagé et « se situer en accord ou en désaccord par rapport à la place qu'on lui attribue au sein du groupe »<sup>34</sup>. L'enfant occupe alors un rôle central dans la réalisation des figures paternelles dont « l'usage » varie selon les enjeux symboliques de chacun.

### **a) Le père : auteur, narrateur et acteur principal de la vie familiale sur Instagram**

Les pères sur Instagram construisent leur subjectivité en prenant le contrôle du récit familial : ils sont à la fois auteurs des images, narrateurs, metteurs en scène et acteurs principaux de chaque petite mise en scène constituée dans chaque image, qui forme un grand récit global. Nous tisserons des métaphores romanesques et théâtrales afin de caractériser le rôle des pères dans la construction du récit familial.

#### *a.1 Le père : l'auteur du récit familial*

Les pères ne sont pas des auteurs anonymes et imposent leur subjectivité dès le choix de la photo de profil selon la forme et la taille imposées par « l'architexte »<sup>35</sup> d'Instagram. Chaque photo de profil des comptes sélectionnés est différente et témoigne des intentions particulières des pères avec des enjeux symboliques singuliers<sup>36</sup> que nous détaillerons par la suite. Certains pères détournent les codes visuels de la plateforme et mettent une photo d'un texte en contestant les normes traditionnelles de la paternité, d'autres choisissent de se mettre

---

<sup>32</sup> Nous entendons par « hypersubjectivation » toutes les manifestations des pères en faveur de l'expression de leur singularité, sous toutes leurs formes, et la tendance à se mettre en avant au détriment des autres. A ce titre, Instagram incarne une plateforme sociale particulièrement pertinente pour se valoriser soi-même et occuper le devant de la scène familiale pour les pères.

<sup>33</sup> Roland Barthes, *La chambre claire : note sur la photographie*, Edition de l'Etoile, Gallimard, Edition du seuil 1980, p.128

<sup>34</sup> Giuseppina Sapio, « Le film de famille : représentations collectives, mise en récit et subjectivation », 2017, dossier Psychanalyse, socioanalyse n°8 de Politiques de communication.

<sup>35</sup> Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *Persée*, Communication et langages, 2005, vol 145, n°1, p3/15

<sup>36</sup> Annexe 9

en avant avec le reste de la famille afin de renvoyer l’image d’une famille unie alors que certains affichent leur individualité en se présentant seuls. Les dispositifs esthétiques sont aussi variables : certaines images semblent être prises dans le vif de l’action, d’autres s’inscrivent dans la continuité de la traditionnelle photo de famille figée et « posée », certains pratiquent le selfie ou s’inscrivent dans l’esthétique du portrait à la frontière de l’art. Le terme « profil », soit « l’ensemble de traits marquants qui définissent un type de personne »<sup>37</sup>, porte ici bien son nom. Les pères se mettent en scène sous toutes les coutures, de face, de côté, en plongée, en contre plongée et affichent ainsi leur pluralité et leur complexité.



Par ailleurs, les pères sont les auteurs de chaque image et se présentent aux autres utilisateurs en laissant apparaître le « comment » du dispositif esthétique des photos<sup>38</sup>. La pratique générale du « selfie » dévoile le bras qui tient le téléphone mobile. Ce bras, qui a le pouvoir de déterminer l’angle de la photo, le cadrage et l’objet de l’image est celui du père. Simon, sous le pseudo de @Father\_of\_Daughters montre volontairement « les coulisses » de la production et souligne le fait qu’il en est l’auteur et par extension affirme son rôle au sein de la famille : c’est le père qui tient la caméra et qui décide des éléments et de leur agencement pour écrire le récit familial. Le père « tient » l’appareil, ce qui symboliquement signifie qu’il peut s’occuper de ses enfants et tenir le navire familial.

<sup>37</sup> Gustavo Gomez-Meija, *Les fabriques de soi, identités et Industries sur le Web*, podcast France Culture, *Les nouvelles vagues*, [En ligne], 20/10/2016

URL : <https://www.franceculture.fr/emissions/les-nouvelles-vagues/lidentite-34-les-fabriques-de-soi-sur-le-net>

<sup>38</sup> Annexe 10





Dans cette même veine, le père imagine le contexte, écrit les situations, les actions, les réactions, les répliques des autres personnages familiaux et les dialogues au sein de la famille sur le mode de la retranscription subjective<sup>39</sup>. Chaque image fait l'objet d'une mise en récit singulière comme autant de micro moments vécus par le père. Sur cette image, il crée la situation « I was drying Marnie's hair », fait des apartés au public sur ce qui s'est passé avant la scène montrée aux utilisateurs « (after giving her strict instruction not to get it wet) », écrit la réplique de sa fille « Daddy what's it like to have a willy? It is always in the way ? » et sa réponse « No, I have always had to it is so I am used to it »<sup>40</sup> formant ainsi un dialogue. Ainsi, le père est à la fois l'auteur et le metteur en scène de la famille en ajoutant une pointe de dramaturgie dans le récit de la vie de tous les jours.

### *a.2 Le père : le témoin narrateur du récit*

Le père n'est pas seulement l'auteur des images, il est aussi le narrateur : celui qui donne le sens qu'il souhaite à chaque représentation selon son propre point de vue et sa subjectivité. La biographie, premier lieu où les pères écrivent leur individualité, dans le cadre imposé par l'éditeur de la plateforme, est l'occasion de se présenter et d'évoquer son rôle dans la famille comme dans une pièce de théâtre. Simon se présente de la façon suivante : « I am all the caption »<sup>41</sup>. Autrement dit, le père est le narrateur qui écrit la légende de chaque *post* Instagram. Sa force en tant que père se manifeste dans le pouvoir de donner les significations qu'il souhaite aux images, par rapport à ce qu'il veut que les récepteurs retiennent, d'après sa perception singulière des événements. L'énonciation personnelle est alors assumée et même revendiquée.

<sup>39</sup> Annexe 11

<sup>40</sup> Annexe 12

<sup>41</sup> Annexe 13

### *a.3 Le père : l'acteur principal de la famille*

L'affirmation de la subjectivité du père ne se limite pas à l'écriture et à la narration de la vie familiale mais aussi au rôle qu'il se donne dans sa troupe, à savoir sa famille. Le père est l'acteur principal qui porte les autres acteurs et soutient les actions. Sur les quatre cents onze photos du compte Instagram de @Father\_of\_Daughters, seulement quinze ont été prises sans le père. Il occupe le rôle central d'un point de vue à la fois quantitatif et qualitatif. En effet, le père ne se contente pas d'être toujours présent à l'image avec ses enfants mais il se met également sur le devant de la scène<sup>42</sup>, au premier plan et en gros plan. Il vise aussi à faire ressentir son existence aux autres utilisateurs en « crevant l'écran »<sup>43</sup> et se montrant « sous tous les angles ». Le père se met en avant de multiples façons avec différents points de vue en déconstruisant sa propre figure paternelle afin de prendre connaissance de soi<sup>44</sup>. Enfin, la mise en scène et la reconnaissance de soi par les pères s'effectue dans un va et vient constant entre gros plans et prise de distance, entre identification et distanciation, selon l'expression brechtienne<sup>45</sup>.

### *a.4 Une posture réflexive des pères par rapport à leur rôle familial sur Instagram*

Le père, selon les termes de Ricoeur<sup>46</sup>, est à la fois « le dit » à savoir le contenu des images et « le dire » soit le « comment » du contenu. En tant que narrateur et auteur, le père est le témoin extérieur qui prend de la distance sur la vie familiale à travers une approche réflexive dans la continuité de la figure du nouveau père des années 1970. C'est un moyen de prendre du recul sur chaque moment de vie avec un processus d'introspection où le père décentre le regard, se pose des questions sur sa vie et sa place de père dans la famille, pour continuellement déconstruire son rôle et le reconstruire autrement. Le père fabrique son individualité au-delà de son statut de père dans l'expérience et l'analyse familiale. Le compte de Kordale et Kaleb soit @KordaleNkaleb, un profil de deux pères homosexuels qui élèvent quatre enfants<sup>47</sup>, incarne non seulement le récit d'une famille « en construction » en fonction du changement progressif des normes familiales et amoureuses imposées par la société mais aussi l'affirmation des identités individuelles. Dans une vidéo rétrospective du chemin parcouru par Kaleb, le père retrace le passage successif d'étapes clés de sa vie : de l'affirmation de sa sexualité à la

---

<sup>42</sup> Annexe 14

<sup>43</sup> Annexe 15

<sup>44</sup> Annexe 16

<sup>45</sup> Bertolt Brecht, *Petit Organon pour le Théâtre*, L'Arche, juin 1997, chap.2 Le politique. passim

<sup>46</sup> Jean-Marc Gaté, Entretien avec Paul Ricoeur « Le philosophe laboratoire de philosophie », *Cairn*, 2001, N°15

<sup>47</sup> Annexe17

naissance d'une famille homoparentale incarnée par des hashtags qui font respectivement référence à sa vie « d'avant » et « d'après » la venue des enfants : #MyAcneWasTerrible et #LiveFreeBeHappy. En ce sens, les identités paternelles et individuelles des pères sont objectivées et interrogées.

Ainsi, l'usage d'Instagram par les pères est l'occasion de mettre en scène et de construire leur subjectivité de différentes façons selon leurs intentions propres dans le cadre familial. Devenir maître de sa représentation, tout du moins en apparence, n'est pas tant un moyen de renforcer son rôle dominant traditionnel au sein de la famille que d'affirmer son importance, au sens d'accompagnateur au quotidien des enfants, pour conquérir leur légitimité qui est remise en cause par les normes sociales.

### **b) Mise en scène de « l'air de famille » et esthétique de la filiation sur Instagram**

La construction de la subjectivité paternelle se fait dans la mise en scène d'un air de famille entre le père et le(s) enfants. S'affirmer en tant que père revient à reconnaître une filiation : un lien indéniable qui est mis en avant sur Instagram par des dispositifs esthétiques particuliers. Sur le réseau social, il ne vise pas à rester secret ou de l'ordre du simple ressenti des pères mais il doit être rendu visible pour qu'il soit reconnu par tous et en retour incorporé par les pères eux-mêmes. A ce titre, des stéréotypes visuels naissent sur Instagram à travers l'émergence d'une esthétique singulière de la « lignée ».

*b.1 Reconnaissance de l'enfant et revendication de la paternité : lire le visage de l'enfant à travers les gros plans et les jeux de regards*



Le père, contrairement à la mère, ne porte pas l'enfant neuf mois dans son ventre et ne crée donc pas le même lien organique pendant la grossesse. Afin de se reconnaître comme le père de l'enfant, dès la naissance, il cherche à saisir les traits de ressemblance et à les amplifier sur Instagram pour qu'ils deviennent une évidence – non seulement pour le père mais aussi pour l'ensemble de la communauté. C'est parce que les autres utilisateurs saisissent les similitudes qu'en retour le père s'identifie en partie à l'enfant. Sur le compte communautaire @superdads, les photos représentent des gros plans du père et de l'enfant décontextualisés du décor et déconnectés de toutes actions pour se focaliser sur leur visage et leurs expressions mais aussi sur leur corps et leurs attitudes<sup>48</sup>. L'absence de regard caméra où les deux personnages font « comme si », permet au père « de faire face » à l'enfant et de lire les traits de son visage. Ainsi, il se connecte avec son regard comme dans un effet de miroir afin de saisir la filiation. En se représentant ainsi, les pères prennent de la distance à travers une mise en abîme du regard où ils se regardent en train de regarder l'enfant pour construire leur identité paternelle dans la reconnaissance de cet air de famille.

### *b.2 Construction de la représentation de la filiation à travers un processus mimétique*



L'esthétique de la filiation entre un père et son enfant se construit dans un rapport mimétique selon deux sens : de l'enfant vers le père et du père vers l'enfant. De façon presque artificielle, certains pères cherchent à faire ressembler leur enfant à leur propre modèle avant même qu'ils soient en mesure de réaliser leur individualité et de faire preuve d'indépendance

---

<sup>48</sup> Annexe 18

face à la filiation paternelle. Cette concordance forcée fabrique des stéréotypes de mise en scène visuelle notamment entre un père et son fils dans une logique de transmission des codes de la virilité<sup>49</sup>. Sur le compte communautaire @superdads, un fils fait semblant de se raser en même temps que son père, un autre porte le même caleçon en imitant un combat et enfin un père et son fils rentrent du sport avec la même tenue. Ainsi, les normes traditionnelles de la virilité sont mises en exergue : le combat, la barbe, le sport et la force.

En revanche, il s'opère également une inversion des rôles et du proverbe genré « tel père, tels fils » par opposition à « telle mère, telle fille », où le père cherche cette fois-ci à imiter l'enfant : reproduire ses expressions du visage, ses gestes et même ses bruits dans les formats vidéos. Reconnaître l'autre comme soi revient à déceler des similitudes qui n'existent pas naturellement mais qui se fabriquent dans les relations quotidiennes. Paradoxalement, c'est le père qui cherche à ressembler à son enfant : il apprend sa paternité et construit son individualité dans le mimétisme tout comme l'enfant qui imite les parents dans l'apprentissage de la vie, selon un mécanisme de modèle inversé. Kordale, le conjoint de Kaleb<sup>50</sup>, imite dans une vidéo les « mimiques » que fait son fils avec la bouche. La légende de cette photo « like a father, like a son » avec deux émoticônes identiques portent toute la valeur symbolique de cette vidéo qui vise à souligner des concordances. Ce contenu est d'autant plus signifiant qu'il s'agit d'un couple de deux pères homosexuels dont l'un d'eux ne l'est pas biologiquement Instagram utilisé par Kaleb serait le moyen de construire une ressemblance physique ressentie entre les deux par des attitudes communes.



Ce processus mimétique au service de l'apprentissage de l'autre se fait à tout âge avec des configurations différentes, ici entre un père et sa jeune fille adolescente : Burr Martin dont le pseudo est @therealburrmartin va plus loin en créant des « mèmes »<sup>51</sup> de sa propre fille en lien avec les objets « mèmes » qui circulent sur Internet. Ce père déclare moquer les poses que

<sup>49</sup> Annexe 19

<sup>50</sup> Annexe 20

<sup>51</sup> Annexe 21

sa fille emprunte sur les réseaux sociaux en imitant ses pratiques et ses modes de représentation. Plus ou moins consciemment, le père continue de construire la filiation en « pratiquant la ressemblance ». Il emprunte la même attitude, porte des vêtements identiques et des accessoires analogues jusqu'à inscrire un tatouage identique au même endroit que sa fille, marqueur identitaire par excellence. Imiter sa fille revient finalement à chercher à comprendre ses motivations en tant « qu'adolescente », en la saisissant dans une période symbolique, souvent caractérisée par une incompréhension mutuelle. Ainsi Instagram est utilisé par les pères pour renforcer, voire construire, l'air de famille.

### *b. 3 Conclusion : entre individualisation et construction de stéréotypes de la filiation*

Instagram, plateforme qui se caractérise par une économie de l'écrit, offre la possibilité aux pères de se représenter avec son enfant pour mettre en évidence un air de famille et l'exposer à l'ensemble de sa communauté. Cette construction se réalise dans les jeux de regard et la mise en scène de processus mimétiques du père vis-à-vis de l'enfant. Cependant, sur cette plateforme de socialisation et notamment les comptes communautaires, les pères s'influencent dans leur représentation de la paternité et de la filiation ce qui conduit à l'émergence de stéréotypes visuels et à la perpétuation, pour certains pères, de codes normés de la virilité<sup>52</sup>.

### **c) Instrumentalisation de l'enfant au service de la construction de la marque père.**

La représentation des figures de la paternité, dans une dynamique de subjectivation afin que les pères affirment leur individualité, est dépendante de la mise en scène de l'enfant sans lequel il est presque inexistant. Pour autant, les intentions des pères varient selon leurs intérêts et la paternité peut également incarner seulement un prétexte pour la promotion personnelle, dans le cadre d'une plateforme sociale réglée, en partie par la recherche de popularité.

---

<sup>52</sup> Annexe 22

### *c.1 Utilisation de l'enfant pour la valorisation de la figure paternelle*



L'utilisation de l'enfant dans la mise en scène de la paternité sur Instagram est, pour certains, mise au service de la valorisation du père en tant qu'individu dont les enjeux symboliques ne sont pas entièrement tournés vers l'enfant mais aussi la promotion personnelle. L'enfant serait utilisé comme « un instrument de communication »<sup>53</sup> au service de la glorification du père dans l'espace Instagram. Les enfants représentés ont majoritairement entre 0 et 3 ans, âge limite pour être encore « assez mignon » et « Instagrammable » afin de générer l'engagement de la communauté au service de la popularité du père dans les arènes numériques. L'espace Instagram devient moins le lieu de la représentation de la famille au complet avec des enfants de tous âges que la photographie d'un seul enfant, « le bébé ». Les avatars paternels de la communauté @superdads, mettent en scène des nouveaux nés dont la fragilité met en exergue une certaine « force » du père : non pas sa capacité protectrice mais plutôt une plastique esthétique qui correspond aux canons de beauté de la virilité aujourd'hui. L'enfant est d'ailleurs souvent représenté en train de dormir ou de dos, conduisant à une forme de dépersonnalisation de son individualité.

Sur le compte de @Dad\_beets<sup>54</sup>, plus les enfants grandissent au fil des images, plus leur représentation diminue et plus la place accordée à la figuration de la nourriture est grande. Nous pourrions supposer que la popularité croissante du père a conduit à développer une nouvelle stratégie de mise en scène de l'enfant car il devient moins « instagrammable » avec l'âge. A ce titre, les images sont devenues de plus en plus travaillées et formelles manifestant un certain professionnalisme : maîtrise du cadrage, de la luminosité et de la mise au point. Ainsi, la présence de l'enfant devient un outil de valorisation du père en fonction de son âge selon les intérêts du moment des figures paternelles.

<sup>53</sup> Erving Goffman, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Les éditions de Minuit, 1973, Tome 1, p.37

<sup>54</sup> Annexe 23

## c.2 L'émergence d'une « marque père » sur Instagram



Si l'enfant sert la valorisation de la figure paternelle en tant qu'individu, il participe également à l'essor professionnel du père avec l'émergence d'une forme de « marque père ». Nous entendons par « marque père » l'entrée de la paternité dans le champ de la marchandisation où l'image du père se trouve instrumentalisée par les marques pour vendre un produit dans un objectif marketing. Sur le compte @Olivier\_Moulin<sup>55</sup> qui se présente à la fois sous l'angle de la paternité et de son métier dans le cadre de la professionnalisation de l'influence et de l'engouement pour « l'univers *food* » sur Instagram, les enfants sont davantage mis en relation avec la nourriture qu'avec leur père. Ils sont même utilisés pour effectuer des placements de produits « en posant » avec l'objet marchand<sup>56</sup>. L'enfant fait partie du décor et plante le contexte familial « vendeur » dans une forme de dépublicitarisation<sup>57</sup>. En effet, ce dernier supposé innocent et départi de tout intérêt mercantile vient soutenir des formes discrètes de stratégies marketing et en même temps, contribue à l'hyperpublicitarisation de la famille sur Instagram. Par ailleurs, ces deux enfants ont été de plus en plus présents au fil de la popularité croissante d'Olivier Moulin, comme si son compte était devenu « un compte de père » au fil de sa popularité, bien qu'il ait été père dans « la vie réelle », avant la création de son profil. La paternité est ici un prétexte pour mettre en scène la « *food* » et non l'inverse.

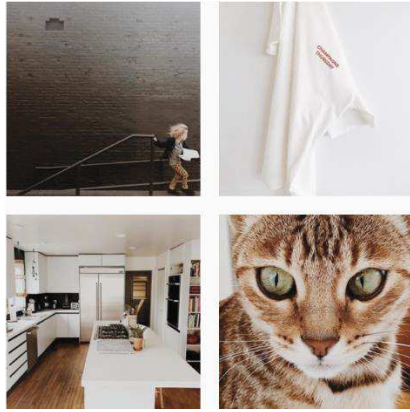
---

<sup>55</sup> Annexe 24

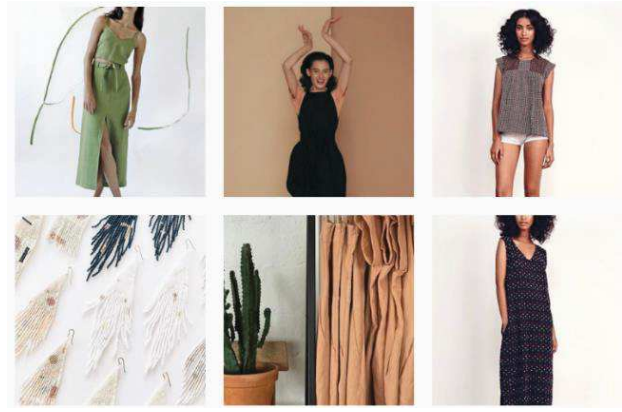
<sup>56</sup> Annexe 25

<sup>57</sup> Karine Berthelot-Guiet, Caroline Marti de Montety et Valérie Patrin-Leclère, « Entre dépublicitarisation et hyperpublicitarisation, une théorie des métamorphoses du publicitaire », *Semen* [En ligne], 36 | 2013, mis en ligne le 22 avril 2015, consulté le 29 août 2017. URL : <http://semen.revues.org/9645>





compte personnel



compte de marque

De la même manière, la figure @aubreymccoy<sup>58</sup> procède à une autre forme d'instrumentalisation de l'enfant où il est plus l'objet que le sujet de la photographie. Le caractère opportuniste de sa démarche se matérialise dans le lien mis en biographie qui renvoie vers son site de marque appelé *two sons* en référence directe à ses deux garçons. Le compte Instagram de marque s'inscrit dans la continuité esthétique de son compte personnel avec une ambiance *lifestyle* et des couleurs similaires qui soulignent la perméabilité entre les deux espaces de communications et l'imbrication entre la publicité et la vie personnelle du père et de ses enfants sur Instagram.

Ainsi la relation père enfant est ambiguë sur Instagram et atteste d'une tension entre être père et la valorisation de son individualité. Les contradictions humaines parcourent les comptes de pères et attestent de la multiplicité possible de construction de la paternité sur Instagram.

Finalement, le père affirme sa subjectivité en se surreprésentant et la renforce dans le jeu-photographique sur Instagram qui lui permettrait d'apprendre quelque chose sur lui-même, sa place dans la famille et les liens tissés avec son enfant tout en remettant en cause le réel à travers sa propre mise en scène. Cette pratique à l'apparence anodine, « devient alors l'espace symbolique de puissants enjeux identitaires et mémoriels »<sup>59</sup> où le père construit l'air de famille. Pour autant, les enjeux symboliques sont différents selon les pères et sont influencés par les usages principaux de la plateforme Instagram qui incarne une véritable scène sociale. La paternité peut alors devenir le prétexte pour se valoriser soi-même tout en utilisant l'enfant comme support indispensable de sa promotion.

<sup>58</sup> Annexe 26

<sup>59</sup> Giuseppina Sapon, « Famille et caméras d'amateurs : pourquoi a-t-on besoin de se filmer ? », *Les cahiers de la SFSIC*, 2017, n°13, p.183

## 2) La construction de la paternité par rapport à la figure de « l'autre » : Instagram une forme de matérialisation des relations familiales

Le geste symbolique du renvoi par les pères vers le compte de la mère sur Instagram grâce au *tag*, nous a conduit à penser son rôle dans la construction de la figure paternelle. En effet, elle ne peut se penser indépendamment de la figure de « l'autre » : la mère, le second père ou une figure tierces selon les différentes configurations familiales. Nous nous pencherons sur l'influence et la représentation symbolique - ou non - de la figure de l'autre dans l'affirmation du rôle paternel et de leur individualité. L'enjeu sera également d'analyser, à travers une méthode comparative, les représentations de la maternité et de la paternité selon un même contexte familial et un même espace d'expression afin de saisir ou non une singularité dans les représentations pratiques paternels vis-à-vis de la mère.

### **a) Entre fusion, différenciation et évacuation de la figure de l'autre**

Sur Instagram, les représentations des pratiques des pères se réalisent dans deux types de mouvements en apparence contradictoires vis-à-vis de la supposée figure « homologue » : entre assimilation et confrontation. Il se dégage deux sortes de stratégies paternelles, en fonction de la configuration familiale et de la mise en scène de la relation avec la conjointe, le conjoint, l'autre ou même l'absent.

#### *a.1 De la différenciation à l'évacuation de la figure de « l'autre »*

Sur les comptes Instagram des pères, la figure de « l'autre » qui l'accompagne dans l'éducation des enfants est plus ou moins présente et mise en scène de plusieurs manières. La potentialité offerte par Instagram du « tag » a permis de trouver les comptes miroirs de mères et de les analyser en les confrontant avec ceux des pères. Une première typologie de comptes sur Instagram consiste en une volonté de se distinguer. La figure paternelle de @Dad\_beets impose son individualité à travers un parti pris distinctif : la nourriture<sup>60</sup>. Elle ne valorise pas seulement sa « face »<sup>61</sup> de père mais aussi une des multiples facettes qui le construisent en tant qu'individu propre : sa passion pour la cuisine.

Une autre façon d'affirmer son individualité, plus radicale, est de procéder à la

---

<sup>60</sup> Annexe 27

<sup>61</sup> Erving Goffman, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Les éditions de Minuit, 1973, vol.1, chap « Les représentations ».

disparition de la figure maternelle, selon des degrés variables, tant sur les groupes communautaires que les comptes individuels. Dans la communauté @superdads les figures maternelles et même féminines sont totalement évacuées des images et des textes comme si pour exister, les pères devaient éviter la comparaison avec « l'autre » dans une logique de concurrence et prouver leur indépendance dans l'éducation des enfants. Il en va de même avec @fatherofdaughter où la mère est présente sur seulement 67 des 411 photos du profil. Par ailleurs, lorsqu'elle apparaît sur les images, elle ne prend jamais l'appareil et est souvent représentée passivement. Pour exister, le père développe une esthétique du contraste qui met en valeur le père au détriment de la mère à la fois qualitativement et quantitativement.

Ainsi, les pères construisent leur nouvelle paternité dans leur indépendance face à la figure de « l'autre » afin d'exister et de prouver qu'ils sont capables de s'occuper seuls des enfants.

#### *a.2 Lorsque les deux ne font qu'un*

Les couples gays adoptent une stratégie de mise en scène opposée en se présentant en duo et affirmant ainsi leur volonté et leur légitimité d'avoir des enfants, à travers la promotion d'une configuration familiale qui ne correspond pas aux normes sociales dominantes. Le compte @KordalNKaleb insiste sur le lien entre les deux parents : leur pseudo regroupe leurs deux prénoms, la photo de profil met en avant l'existence d'un « we » et les émoticônes incarnent deux hommes identiques qui se prennent la main (émoticône ajouté en 2010 pour figurer les couples gays). Ils se définissent avant tout comme des pères et l'expriment clairement : « We are fathers before anything ».

Finalement, chaque stratégie de mise en scène de soi par rapport à la figure de « l'autre », censé occuper un statut équivalent, correspond à des enjeux sociaux distincts selon les configurations familiales, entre existence individuelle et valorisation du couple.

#### **b) Les profils miroir des mères : les mères sont aussi des femmes**

Si les pères utilisent Instagram pour représenter leur paternité, les mères font de même sur leur propre compte, à travers des profils séparés dans une logique de distinction tout en manifestant des ressemblances avec les pères. En effet, les profils des mères attestent de pratiques singulières et d'une position par rapport à la famille et aux enfants plus détachée dans l'expression de leur féminité et de leur individualité. Pour autant, les similitudes entre les

dispositifs esthétiques et les contenus des images postées attestent d'une vision partagée de la parentalité comme s'il n'existait pas de différence notable dans les pratiques de la paternité et de la maternité.

### *b.1 Affirmation de son individualité face à son rôle de mère*

Contrairement aux comptes de pères, les mères ne se présentent pas seulement comme des mères et valorisent « leur face »<sup>62</sup> de femmes. @taza, la compagne de @tiesandfries, affiche une série de moments hors du cadre familial en convoquant l'univers extérieur au foyer. Contrairement aux pères, les mères se représentent plus souvent seules et détachées du reste de la famille. Cette différence peut s'expliquer par un contexte social distinct : tandis que les pères luttent pour revendiquer leur légitimité et un certain statut au sein la famille, les mères cherchent avant tout à affirmer leur indépendance en existant séparément du rôle de mère qui leur est naturellement attribué. A chacun sa façon de s'accomplir selon ses enjeux symboliques. @taza, @mother\_of\_daughters et @mysequinlife<sup>63</sup> insistent sur leurs métiers de bloggeuse ou d'écrivaine, se mettent régulièrement en scène avec leurs amies, valorisent les activités liées à leurs personnalités et à leurs goûts comme le yoga et posent de nombreuses fois seules, sans enfants ni mari. Elles aspirent tout comme les pères à affirmer leur individualité par rapport au reste des membres de la famille. Dans sa biographie, @mother\_of\_daughters utilise un autre émoticône<sup>64</sup> que celui utilisé par le père pour la représenter sur son profil, moins infantilisant afin de se différencier des enfants et d'exister en tant que femme. Ainsi, une mère sur Instagram se réalise dans l'affirmation de sa personnalité qui n'est pas dépendante de son rôle au sein de la famille.



<sup>62</sup> Erving Goffman, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Les éditions de Minuit, 1973, Tome.1, chap. Les rôles contradictoires

<sup>63</sup> Annexe 28

<sup>64</sup> Annexe 29

## *b.2 Une représentation quasi trait pour trait de la maternité avec la paternité : vers la coparentalité*



Compte du père

Compte de la mère

S'il existe des différences symboliques dans les modes de représentations entre les pères et les mères sur Instagram ainsi que la volonté des pères d'évacuer la figure maternelle pour occuper le devant de la scène, de nombreux traits communs doivent être relevés. @taza et @mother\_of\_daughters s'affirment en tant que femmes mais lorsqu'elles représentent leur propre maternité, celles-ci adoptent la même pratique de la paternité de leur conjoint et inversement jusqu'à parvenir à des comptes miroir<sup>65</sup>. Les contenus postés, la tonalité, les dispositifs esthétiques des images respectives se font écho. @taza tout comme son compagnon @tiesandfries publie uniquement des photos heureuses, des activités partagées avec les enfants à l'extérieur du foyer à travers des images colorées et une luminosité forte afin de renvoyer une image enchantée de la famille. Leur façon de se mettre en scène par rapport aux enfants et la sélection des moments à montrer et à se remémorer en effaçant les signes de production des photos sont similaires. Cette ressemblance esthétique témoigne d'une même vision de la parentalité qu'il s'agisse d'une construction enchantée ou triviale du quotidien des parents, tout en correspondant à une distribution des rôles parentaux singulière.

## *b.3 Conclusion*

Ainsi les pères en couple avec le sexe opposé occupent une position ambiguë entre dépendance et distinction vis-à-vis de l'autre, notamment pour ceux qui prônent une vision heureuse de la paternité sur Instagram. Ils ont besoin à la fois de la figure féminine pour apporter les preuves de l'harmonie de la famille et d'une vision commune de l'éducation, tout en construisant leur propre identité et légitimité au sein de la famille. Ainsi, on pourrait parler

---

<sup>65</sup> Annexe 30

d'une pratique interdépendante de la parentalité entre les deux membres des couples à travers une interdépendance symbolique et esthétique entre les comptes Instagram.

### 3) Deux approches de la paternité : être père ou faire la paternité

Les représentations des pratiques paternelles sur Instagram sont multiples mais certaines récurrences permettent d'établir des grands modes de mise en scène des formes de paternités incarnant des visions du rôle de père singulières. Si Instagram est une plateforme sociale où chacun aspire à montrer le meilleur de soi toutes les figures paternelles ne visent pas à dévoiler uniquement le bonheur familial afin de révéler le quotidien d'un père et de montrer, contre les stéréotypes sociétaux, des pères dans leur intimité et toute la trivialité des tâches qu'ils effectuent au quotidien. L'enjeu sera de comprendre, à travers le contenu des images mais également la charge symbolique des dispositifs esthétiques comme des indices des pratiques de la paternité des pères, les nouvelles formes de paternité et de tenter de dégager des traits communs à tous afin de révéler une éventuelle « figure du nouveau père » tout en prenant en compte la multiplicité des représentations.

#### **a) Entre mise en scène de la trivialité et enchantement du quotidien**

Parmi les comptes Instagram, deux types se dessinent : entre enchantement de la vie paternelle et révélation d'un quotidien trivial avec deux conceptions du rôle paternel.

##### *a.1 Faire la paternité au quotidien*



La fabrique des figures paternelles sur Instagram se réalise dans l'action à travers une vision pragmatique de la paternité qui se pratique au fil des expériences successives d'un père

avec son enfant. Le père et « photographe de pères », Johan Bavman<sup>66</sup> expose sur son profil des photos de pères suédois dans leur quotidien avec leur(s) enfant(s) : des « pères à la maison », figures moins courantes que le stéréotype de « la mère au foyer » ou de « la ménagère de moins de cinquante ans », selon le jargon marketing. Les enjeux symboliques de sa démarche sont clairement revendiqués : « The purpose of this allocation is **to promote gender equality**. In order to encourage men and women to **share their parental leave more equally**, a so-called ‘equality bonus’ has also been introduced. The more days divided equally between parents, the higher the bonus. »<sup>67</sup>. Son travail représente un concentré de « faire » qui s’exprime à deux niveaux : les tâches indirectement liées aux enfants mais directement liées au foyer à savoir des « faire » comme le ménage, la cuisine, les courses et les tâches tournées vers les enfants, comme les faire manger ou leur faire prendre leur bain – soit le « faire-faire ». Johan Bavman souligne la double contrainte des pères qui est mise en valeur sur Instagram : entretenir le foyer pour le bien-être de l’enfant et « s’occuper d’eux ». Sur une image, un père passe l’aspirateur avec un jeune enfant attaché sur son dos. Johan Bavman sublime le stratagème ingénieux élaboré par ce père telle une petite victoire du quotidien remportée face au défi de réaliser « deux choses en même temps ». Le père à la maison est « bi-tâche » tout comme la mère au foyer et présent sur tous les fronts. A travers son travail, le père/artiste exprime ses propres valeurs paternelles et informe sur ses propres pratiques.

Par ailleurs, la mise en récit des actions des pères sur Instagram s’inscrit dans un cadre diégétique particulier. Les références spatiales et temporelles sont le foyer et le quotidien à travers une esthétique de la trivialité. Sur les quatre cents quatre et unes publications du compte @Father\_Of\_Daughter, trois cents quinze ont été prises dans le foyer familial, à l’intérieur de la maison. Cet avatar paternel reproduit, grâce à la mosaïque<sup>68</sup> Instagram, l’ensemble de l’intérieur de sa maison où chaque pièce est rattachée à une tâche paternelle singulière formant ainsi un huit clos. Les lumières artificielles qui éclairent les pièces brouillent les repères temporels comme si le temps était suspendu. Ce dispositif vise à faire ressentir « la routine » d’un père avec ses enfants<sup>69</sup> en témoignant de son investissement permanent au sein de la famille dans les meilleurs moments comme dans les moins séduisants.

---

<sup>66</sup> Annexe 31

<sup>67</sup> Annexe 32

<sup>68</sup> Annexe 33

<sup>69</sup> Annexe 34



Contre la tendance des utilisateurs Instagram à ne sélectionner que les meilleurs moments, certains pères comme @daddyfiles<sup>70</sup> n'hésitent pas à exposer les événements les plus sombres de la famille comme la maladie.. Il montre l'enfant sans filtre, sur son lit d'hôpital, encore lié aux tuyaux de soin avec des pansements sur la tête : images difficilement « regardables » et contre les usages esthétiques et topiques de la plateforme. @lifewithmichah<sup>71</sup> décide même de faire de la maladie et du handicap « hors normes » la ligne éditoriale de son compte.

Pour autant, l'usage d'Instagram par les pères met en valeur la beauté cachée de chaque micro-moment du quotidien où les détails font événement. La figure paternelle @lunchbox<sup>72</sup>enchante le quotidien des enfants grâce à la box qui leur est donnée pour le repas du midi à l'école. Un simple repas fait toute la différence. Le père met en scène la nourriture grâce à des compositions figuratives qui font référence à un univers fictionnel partagé par le père et l'enfant comme Harry Potter ou Les Tortues Ninja. Le père injecte du ludique dans le moment du repas et témoigne d'une intention affective avec des petits gestes simples. Les preuves de la paternité sont nichées dans les creux de la banalité et structurent la mémoire familiale.

Ainsi, les pères mettent en avant la trivialité de la pratique paternelle : tout montrer, le quotidien tel qu'il est réellement dans les moments les plus anecdotiques et les plus dramatiques. Mais chaque micro moment compte et chaque temps faible d'une vie devient un petit temps fort à l'échelle du père et de l'enfant. Instagram permet, à la manière d'un artiste sur sa toile, de révéler les « instants importants » de la famille, vécus par le pères, à travers les dispositifs esthétiques singuliers de chaque image mais aussi de leur agencement.

---

<sup>70</sup> Annexe 35

<sup>71</sup> Annexe 36

<sup>72</sup> Annexe 37



## a.2 Processus d'enchantement de la paternité sur Instagram

Si certains pères promeuvent une vision désenchantée de la paternité afin de raconter « la vérité » tout en soulignant la beauté de la trivialité, d'autres procèdent à un embellissement de la vie familiale en sélectionnant les moments « à montrer » et qui « sont à retenir » par la communauté Instagram, tout en choisissant des traits esthétiques particuliers. Contrairement, aux autres pères, ceux-ci n'affichent que les meilleurs moments fortement « instagrammables » à travers un processus de symbolisation fondé sur les événements vécus.



La figure paternelle @drbobybones<sup>73</sup>, affiche une famille toujours en mouvement et souriante avec des images emplies de couleurs vives pour mettre en lumière le bonheur de la famille. L'exhortation « souriez, vous êtes filmés » prend ici tout son sens et « le mouvement injecte un souffle vital aux images » et « correspond symboliquement à l'action de créer du lien »<sup>74</sup>. Le récit familial se compose d'un enchaînement de temps forts à savoir des instants heureux et ritualisés<sup>75</sup> comme la naissance de l'enfant, ses premiers pas, son anniversaire et son premier jour d'école. Ces représentations s'inscrivent dans la continuité du traditionnel album photo de famille où l'on construit la mémoire familiale en ne sélectionnant que les moments chargés d'émotion. Le compte @tiesandfries incarne le paroxysme de la vision enchantée de la famille. Les actions ou plutôt ici, les activités, se font en dehors du foyer familial, à l'extérieur : des lieux variés et exceptionnels selon les saisons<sup>76</sup>. La mère est omniprésente afin de renvoyer l'idée d'un équilibre familial et chaque activité donne lieu à une mise en scène sur-jouée avec des costumes sur mesure où rien n'est laissé au hasard. Différentes versions de la famille se dessinent : la famille à la ferme, en plongé, au ski ou encore en randonnée. Symboliquement, être père revient à participer exclusivement aux bons moments.

<sup>73</sup> Annexe 38

<sup>74</sup> Giuseppina Sapion, « Famille et caméras d'amateurs : pourquoi a-t-on besoin de se filmer ? », *Les cahiers de la SFSIC*, 2017, N°13, p. 183

<sup>75</sup> Annexe 39

<sup>76</sup> Annexe 40

A travers la production d'images d'amateurs, les individus aspirent à garder le souvenir des événements heureux qui ont ponctué leur vie grâce à l'écriture du récit familial afin de cristalliser et de diffuser au fil du temps une image positive de leur famille et de leur individualité selon « l'exigence de performer son propre bonheur, de le fabriquer avec des images et de se l'approprier en jouant »<sup>77</sup>.

### *a.3 Construction du mythe du père parfait : une certaine forme de paternité devient un objet de croyance sur Instagram*

Sur Instagram, chaque figure paternelle fabrique son propre récit familial tout en participant à une histoire globale de la paternité sur le réseau social. Cette histoire est hybride et parcourue d'objets de croyances et de mythes déjà existants qui se trouvent réactualisés dans le discours des pères et leur visualisation. Ce mythe sur Instagram construit un idéal paternel où les pères remettent en cause leur crise de légitimité. Dans ce contexte, nous pourrions faire l'hypothèse qu'il existe un transfert de la figure de la mère parfaite vers le père parfait dans un contexte de lutte perpétuelle pour la valorisation de son statut au sein de la famille qui le pousse à se représenter comme exemplaire.

Le réseau social Instagram qui est à la fois un espace de communication et de socialisation devient le lieu de la fabrication de mythes de la paternité à savoir des espaces refuges où la figure du père est idéalisée. Ainsi les pères donnent une nouvelle vie, sur Instagram, au « mythe du bon père » qui avait été remplacé par la figure du nouveau père dans les années 1980. Selon Barthes<sup>78</sup>, « le mythe est une parole vivante » qui se renouvelle sans cesse à un moment donné. Il est un « langage » qui prend une forme particulière sur Instagram avec l'expression singulière des pères afin de réinventer le réel et de contester les normes sociales existantes.

---

<sup>77</sup> Giuseppina Sapio, « *Le film de famille : représentations collectives, mise en récit et subjectivation* », dossier Psychanalyse, socioanalyse, 2017, N°8 de Politiques de communication

<sup>78</sup> Roland Barthes, *Mythologies*, Essais, 2014, Part.1 Le mythe est une parole



La construction du mythe s'effectue principalement sur les sites communautaires propices à l'émergence d'un objet de croyance commun et de sa circulation. Le compte @superdads<sup>79</sup>, affiche les enjeux symboliques dès la dénomination du groupe « super » qui aspire à présenter le meilleur de la paternité tout comme la photo de profil qui fait référence à l'univers fictionnel des supers héros. Ce mythe enferme donc l'image d'un père fort, protecteur et proche de ses enfants aux frontières du surnaturel et de l'extraordinaire. Il devient même un marqueur identitaire avec lequel les pères d'auto-définissent. En effet, le compte est parcouru d'images avec des citations imprimées sur des tee-shirts censées représenter les valeurs de la communauté<sup>80</sup>. Porter un tee-shirt dépeint symboliquement la volonté d'afficher son appartenance aux yeux de tous. Ces modes de représentations ne veulent pas dire que les pères ignorent la réalité de leurs pratiques au quotidien mais qu'ils investissent<sup>81</sup>, dans un contexte particulier, ces objets de croyances comme repère de la paternité.

#### *a.4 Conclusion*

La tension entre représentation triviale et enchantée atteste d'enjeux symboliques différents qui émergent néanmoins tous d'eux en réaction aux stéréotypes véhiculés dans la société : montrer une forme de « vérité » sur le quotidien des pères ou travestir le réel pour correspondre à une figure idéalisée au service de la valorisation du rôle paternel mais aussi de chaque individualité. L'existence des comptes de pères prend tout son sens dans la volonté symbolique de représenter le réel tel qu'il est contre des représentations diffusées dans d'autres espaces discursifs que certains acteurs voudraient faire passer pour vraies.

---

<sup>79</sup> Annexe 41

<sup>80</sup> Annexe 42

<sup>81</sup> Frédéric Lambert, *Je sais bien mais quand même*, Edition non standard, 2013. passim

## b) L'effet d'authenticité : dévoiler la « vérité » contre les stéréotypes dominants

La remise en cause des stéréotypes vise à révéler les pratiques réelles des pères au quotidien afin de valoriser leur rôle. Elle s'inscrit dans la construction d'un dispositif esthétique particulier : « l'effet d'authenticité ». Dans leur mise en scène et la réalisation des traits esthétiques des images, les pères cherchent à construire une impression de vérité.

### b.1 La vérité « mise à nue » par les pères : entre intimité et nudité



Sur leur compte, les pères développent une esthétique de la transparence qui vise à « révéler la vérité » sur le quotidien d'un père avec son enfant. Ils lèvent symboliquement un double voile en rejetant les filtres Instagram et le filtre social à travers l'exposition de l'intimité familial et parfois même la nudité. @Fathers\_of\_Daughters immisce le spectateur dans les espaces du foyer les plus personnels comme la salle de bain où il n'hésite pas à se présenter nu<sup>82</sup> ou bien le lit conjugal qui devient familial avec l'arrivée des enfants. Pour représenter le quotidien, les images sont brutes et sans artifices. Cette mise à nu sur Instagram est pensée par Simon et révèle volontairement une certaine vision de la paternité : « The dictionary defines **'Privacy'** as: the state of being apart from other people or concealed from their view; solitude; seclusion. However when you have children **that word ceases to have any real meaning ...** We apparently operate **an open door policy** »<sup>83</sup>. Pour cette figure paternelle, montrer l'intimité sur Instagram revient à faire ressentir à la communauté son quotidien en tant que père et son rapport modifié à la vie privée vis à vis des enfants. Être père revient à ne jamais être seul et partager sans cesse tout son quotidien. Ici, le spectateur incarne métaphoriquement la figure de l'enfant qui pénètre dans la salle de bain et regarde à travers la vitre tel le filtre Instagram qui dévoile ce qui se cache derrière : le père.

<sup>82</sup> Annexe 43

<sup>83</sup> Annexe 44



Sur les groupes communautaires, la nudité devient la norme de représentation comme si elle offrait une vérité pure, presque originelle en montrant le lien « organique » qui lie le père à son enfant. Sur le compte @supadadly<sup>84</sup>, les pères se présentent majoritairement torse nu dans les espaces intimes comme la chambre ou la salle de bain mais aussi les lieux plus ouverts comme la cuisine. Les pères semblent vivre nus. Le corps, départi de tout vêtements et s'exprimant dans l'espace du foyer est supposé offrir des représentations naturelles et « sans mensonge ». Pour autant, la nudité peut être fabriquée : les corps sont régulièrement marqués de tatouage et les muscles travaillés. Ainsi, la nudité est utilisée pour prétendre révéler des formes de vérités sur les pratiques paternelles tout en répondant aux exigences de mise en scène de soi sur Instagram et notamment la mise en avant de formes esthétiques au sens de beau selon les canons dominants sur le réseau social. Cette volonté symbolique de raconter « la vraie vérité » s'exprime à différents niveaux, dans le contenu des images mais aussi dans la forme et notamment dans l'expression du temps partagé avec son enfant.

### *b.2 Un récit en apparence spontané au présent*

Le choix d'Instagram, plateforme avant tout pensée selon un usage mobile, pour raconter le récit familial témoigne d'une recherche d'authenticité en postant les images de l'instant présent. @thommcox, un père homosexuel qui s'occupe seul de son enfant, représente tous les moments du quotidien comme prendre le petit déjeuner, faire une balade dans le quartier ou bien aller chez le coiffeur<sup>85</sup>. Pour autant, si les images semblent spontanées, le moment de la prise de la photo et celui de la publication ne coïncident pas nécessairement d'autant plus que

<sup>84</sup> Annexe 45

<sup>85</sup> Annexe 46

le père aspire à une harmonie photographique de son profil et pense en amont de la publication l'agencement des images<sup>86</sup>. De fait, le père est le chef d'orchestre du temps du récit qui donne le sens à l'histoire familiale en sur-signifiant le quotidien et en exprimant ainsi sa subjectivité.



La construction du temps de la paternité sur Instagram, selon les termes de Claude Dubar<sup>87</sup>, sociologue et spécialiste des identités sociales à l'Université de Lille, serait un mélange hybride entre « temps » et « temporalité ». D'après l'auteur, le temps fait référence à un récit construit qui condense le réel dans l'écriture d'une histoire comme nous l'avons vu ci-dessus. A l'inverse, la temporalité évoque une idée de simultanéité en accord avec l'usage mobile d'Instagram où les pères font la promesse à leur communauté de la véracité du récit en affichant le temps « réel » de la famille. La figure paternelle @thommcox exprime son ressenti du temps à travers sa propre « temporalité » soit « son point de vue sur le temps ». Il semble pleinement engagé dans l'action avec son enfant sur le mode de la réaction : il court derrière l'enfant qui s'échappe dans la forêt, le rattrape en bas du toboggan ou le pousse sur la balançoire<sup>88</sup>. Cette temporalité est contingente et peu prévisible puisque le père ne fait que répondre aux actes inattendus de l'enfant. Claude Dubar parle de « temporalité existentielle » caractérisée par une mobilisation du père dans l'instant et symboliquement investi tangiblement dans son rôle de père.

Mais si les pères construisent une impression de réel dans un contrat de lecture tacite institué sur Instagram avec la communauté, deux espaces de communication se distinguent : le temps de la production et celui de la publication. Les pères offrent des récits médiatiques de l'événement en donnant un sens subjectif au récit tout en faisant « comme si » il s'agissait du récit de l'événement en temps réel sans l'avoir reconfiguré. Finalement, Instagram utilisé par les pères représente le moyen d'offrir un récit crédible à la communauté en faisant comme si

<sup>86</sup> Annexe 47

<sup>87</sup> Claude Dubar, « Régimes de temporalités et mutation des temps sociaux », *Temporalités*, Revue.org, 2004

<sup>88</sup> Annexe 48

tout était naturel sans construction afin de s'opposer aux stéréotypes fabriqués de toutes pièces. L'effet d'authenticité produit se réalise tant dans le fond à savoir le contenu des images affichant l'intimité voire la nudité des pères mais aussi dans la forme globale du profil en agencant le temps et en imitant un récit en direct et sans « préméditation ».

**c) La proximité paternelle : un « care » fondé sur le partage et la sensibilité à travers l'émergence d'un « nous »**

Si la réalité produite par les pères est plus ou moins construite selon des visions à la fois triviales et enchantées de la vie familiale, une chose lie tous les pères : une paternité sensible et fondée sur le partage de moments de proximité. Dans ces instants de contacts physiques entre le père et l'enfant, un « nous » se construit avec la reconnaissance mutuelle du rôle de l'autre et des liens qui existent entre eux.

*c.1 La construction du « nous » entre un père et son enfant sur le mode de la sensibilité*

Dans une démarche réflexive, les pères s'interrogent sur le « nous » qui les lie avec leur(s) enfant(s) et profitent de le mettre en images pour le construire. Judith Butler<sup>89</sup> dans son article « *Nous le peuple* », se penche sur la valeur et les modes de fabrication du « nous » social qui émerge dans une société démocratique au même titre que les relations existantes au sein de la famille qui incarne une petite cellule sociale en elle-même. Selon Judith Butler, qui emploie les termes « nous le peuple » déclinable en « nous père-enfant » est un acte d'auto-désignation que les pères affichent à travers leur identité énonciative. En postant des photos sur Instagram accompagnées de texte, d'émoticônes et de hashtags, le père construit une parole performative soit une forme d'auto-génèse linguistique pour fonder sa légitimité. Cette parole prend particulièrement forme sur le réseau social, plus ou moins consciemment, dans la mise en scène des corps sur les images.

La parole est un mouvement incarné qui apparaît dans la réunion des corps. A ce titre, un point commun peut être relevé sur l'ensemble des vingt-quatre profils du corpus<sup>90</sup> : la proximité physique d'un père avec son enfant qui se forme dans un ensemble de relations où les corps dépendent l'un de l'autre. Cette proximité se caractérise souvent par un câlin ou un rapprochement tendre et doux contraire à l'image froide et distante de l'ancien « mythe du bon

---

<sup>89</sup> Alain Badiou et Pierre Bourdieu, *Qu'est-ce qu'un peuple ?*, La fabrique, 2013, Judith Butler « Nous le peuple », p53/77

<sup>90</sup> Annexe 49

père ». Les deux acteurs prennent alors connaissance mutuellement et se reconnaissent par le contact physique en créant une forme de sentiment et de sensation paternelle à travers l'expérience.

Sur le compte de @Bavman, le père, ses actions et sa posture sont pensés en fonction de sa relation avec l'enfant. L'enfant est accroché sur le dos de son père afin de rester à côté de lui et sous sa surveillance pendant qu'il passe l'aspirateur. Les mouvements de l'un sont conditionnés par l'autre soit une façon singulière de penser et de vivre le quotidien. En effet, l'enfant suit le père lorsqu'il se baisse ou qu'il se déplace tandis que le père adapte la vitesse de ses mouvements et ses positions en fonction de l'enfant. « La mobilité des corps c'est aussi une condition préalable pour l'exercice d'autres droits » dont le droit d'être père au même titre que la mère selon une conception de la paternité singulière.

Ainsi, si les pères adoptent deux dispositifs esthétiques différents pour mettre en scène leur rôle au sein de la famille en mettant en avant deux types de figures paternelles : un père qui partage les moments heureux avec son enfant, les sorties et les activités et un autre qui vit le quotidien et effectue l'ensemble de tâches traditionnellement accordées aux mères comme faire le ménage, faire à manger ou donner le bain aux enfants. Chaque parti-pris esthétique témoigne d'un engagement singulier. Pour autant, un point rassemble tous les pères : la proximité physique entre le père et l'enfant à travers l'expression de leur sensibilité contre le stéréotype du « père virile insensible ».

#### **d) Conclusion**

Le stéréotype du père absent et déconnecté de la vie quotidienne des enfants est remis en cause par les pères sur Instagram qui prennent en main le récit familial et par extension les rênes de l'éducation des enfants, en étant à la fois les auteurs, narrateurs et acteurs principaux de l'histoire familiale. Leur subjectivation se construit dans des mises en scène de relations avec l'enfant allant de la recherche de l'air de famille à l'utilisation de l'enfant au service de la valorisation personnelle. La construction du rôle paternel se réalise dans une comparaison inévitable avec la figure de l'autre, censée occuper un statut équivalent. Leur comportement vis-à-vis de cette figure sont divers : entre incorporation, différenciation et évacuation. Pour autant, les pères se rejoignent sur un point : ils aspirent avant tout à valoriser leur rôle de père afin de légitimer leur statut familial contrairement aux mères qui cherchent à exister aussi en tant que femmes. Si les pères affirment leur subjectivité paternelle selon des enjeux particuliers,



leur mise en scène permet de saisir les différentes formes de pratiques de la paternité selon des dispositifs esthétiques singuliers. Deux approches s'opposent : être père à travers une esthétique de la pose avec ses enfants et l'enchantement du quotidien et faire la paternité au quotidien, au cœur de l'action, dans les moments de divertissement comme les tâches les plus triviales. Mais une chose rassemble ces deux pratiques de la paternité avec une vision commune du « care » : la proximité physique et l'expression de sentiments envers son enfant.

Ainsi les pères remettent en cause la figure traditionnelle du père distant et autoritaire de multiples façons selon différents degrés d'investissement tout en remettant sans cesse en jeu leur individualité et leur pratique de la paternité. Pour autant, l'objectif n'est pas de cristalliser ces pratiques et de les naturaliser mais de photographier à un moment donné, sur un espace spécifique, de nouvelles formes de la paternité qui mettent à mal les stéréotypes dominants.

### **Partie 3 : Hybridation des pratiques paternelles et premiers pas vers la co-parentalité**

Instagram offre une scène particulière aux pères utilisateurs afin de représenter leurs pratiques paternelles réelles dans une contestation des stéréotypes existants dans l'espace public. Pour autant, les modes de socialisation et d'exposition de soi sur le réseau social conduisent à des formes de représentations répétitives à travers des images stéréotypées. Nous vérifierons ici l'hypothèse d'une tension existante entre la contestation des stéréotypes paternels et la construction de nouveaux stéréotypes dont l'émergence serait inhérente à la nature de la plateforme mais aussi un réflexe humain pour aborder et comprendre le monde. Ces productions hybrides se retrouvent dans le mode même de construction des identités paternelles où les pères configurent librement celle-ci à partir de différents supports et influences. Le bricolage identitaire à l'œuvre conduit à une pratique de la parentalité non-genrée que nous pourrions appeler co-parentalité où l'individualité de chaque père prime sur le rôle qui lui est traditionnellement attribué. Ils remettent ainsi en cause, d'une façon plus ou moins consciente, l'opposition duale entre le père et la mère à travers le dépassement de celle-ci par la prédominance de la singularité de chacun.

## 1) Entre contestation et production des stéréotypes sur Instagram

Le réseau social Instagram est utilisé de multiples façons par les pères pour représenter leurs pratiques paternelles en mettant en avant leur pluralité dans un discours libre et contestataire par rapport aux représentations dominantes nées dans l'espace public. Les forment ainsi un contre-public autant contestataire dans la forme que dans le fond. Pour autant, ils n'échappent pas aux dynamiques de stéréotypages en réaction à leurs propres contestations. En effet, ces derniers viendraient contre balancer une forme de « féminisation » de la pratique paternelle, dans le cadre d'une compréhension duale entre les genres, avec la résurgence de stéréotypes particuliers de la virilité. Nous pourrions faire l'hypothèse d'un transfert des stéréotypes du père autoritaire et froid vers des stéréotypes qui exaltent la figure du « vrai homme » qui serait « menacée ».

### **a) Formation d'un contre-public de pères sur Instagram qui exprime la pluralité des pratiques paternelles contre les stéréotypes uniformisant**

Les pères ne choisissent pas la plateforme Instagram par hasard pour exprimer leur individualité et leurs propres pratiques paternelles. Cet espace devient l'expression des singularités de chacun et vient contre dire les stéréotypes uniformisants et uniques à travers une multiplicité de représentations. Les figures paternelles se jouent des fonctionnalités du réseau afin de se jouer des normes sociales dans une dynamique de contestation des stéréotypes.

#### *a.1 L'émergence d'un contre public sur Instagram dans un espace hétérotopique*

A travers les différents modes de socialisation offerts par Instagram comme les comptes communautaires, les *hashtags*, les *tags*, les commentaires ou les *likes*, les pères forment des contre-publics<sup>91</sup> en créant du lien en réponse au discours dominant et stéréotypé sur la paternité existant dans l'espace public principal. Ils utilisent cet espace pour produire un autre discours sur la paternité selon leurs propres moyens d'expression. A ce titre, la plateforme, utilisée par les pères, incarne un espace « hétérotopique »<sup>92</sup>. D'après Foucault, une « hétérotopie » représente un contre espace qui possède ses propres normes contre celles instituées dans la réalité tout en restant directement connectée à celle-ci contrairement à l'utopie. Ce lieu est

---

<sup>91</sup> Nancy Fraser, « Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement. Extrait de Habermas and the Public Sphere, sous la direction de Craig Calhoun, Cambridge, MIT Press, 1992, p. 109-142 », *Hermès, La Revue* 2001/3 (n° 31), p. 125-156.

<sup>92</sup> Foucault, *Le corps utopique, les hétérotopies*, Nouvelles éditions Lignes, 2009, p.23/27

porteur d'autres valeurs qui peuvent être considérées comme « déviantes » par rapport à celles qui sont mises en place dans l'espace public. Or, sur la plateforme, les pères adoptent cette démarche de contestation du cadre institué pour discuter les normes et les représentations des pères tout en restant audibles et compréhensibles pour la scène publique principale. Par exemple, lorsque @sbsolly danse en tutu rose avec sa fille, ce père parle de paternité au quotidien tout en bousculant l'image virile du père distant tout comme les figures paternelles @KordaleNKaleb qui prennent soin de leurs enfants et participent à toutes les tâches familiales tout en représentant deux pères gays<sup>93</sup>. Ce contre-public prend forme dans un espace hybride en tension qui s'inspire de l'espace public tout en le remettant en jeu.



Par ailleurs, Foucault érige la scène théâtrale comme le lieu hétérotopique par excellence où la fiction dépasse les limites de la réalité et vient l'informer. Comme nous l'avons exposé dans la première partie, Instagram incarne une véritable scène de théâtre pour les pères où le jeu règle les relations entre les personnages familiaux et définit les modes de représentation. @sbsolly<sup>94</sup> endosse plusieurs costumes de scène pour rejouer le rôle paternel : il fait successivement les courses et le jardinage avec son enfant, activités traditionnellement rattachées aux femmes, sur le mode de l'autodérision. Cet avatar paternel fait de chaque tâche triviale un moment de plaisir et de rire en transformant un supermarché en jungle et un jardin en un salon de thé où l'on peut lire son journal. L'imbrication de la fiction dans le réel sur le réseau social permet de le reconfigurer de façon douce et presque inconsciente. En effet, de prime abord, le spectateur a seulement l'impression d'assister à un père qui s'amuse à faire le « pitre » alors qu'en réalité, il se joue des règles. Ainsi, la minorité paternelle choisit de prendre

<sup>93</sup> Annexe 50

<sup>94</sup> Annexe 51

la parole sur Instagram afin de promouvoir d'autres valeurs avec des moyens et des formes d'expression différentes.

### a.2 Les figures paternelles s'émancipent de l'architexte Instagram



Afin de promouvoir un contre-discours sur la paternité, les pères utilisent des moyens et des formes de communication en contre-pied avec ceux employés par la scène publique principale. Instagram, un réseau social particulièrement fermé, incarne un canal parallèle aux médias traditionnels qui peut prétendre à pénétrer l'espace public principal tout en offrant des moyens de communication particuliers. Contrairement à la thèse de Gustavo Gomez Meija<sup>95</sup>, le cadre imposé par Instagram dans l'écriture des identités paternelles ne conduit pas à une totale homogénéisation des profils de pères malgré des traits de ressemblances. Les pères s'approprient les caractéristiques communicationnelles de la plateforme et n'hésitent pas à détourner ses ressorts selon leurs propres intérêts. L'avatar paternel @tusaisquetuespapaquand, détourne l'usage de l'image en photographiant du texte écrit sur des petits « post-it »<sup>96</sup>. Les seuls éléments visuels viennent soutenir le sens du texte et non l'inverse érigeant ainsi l'écrit en forme de représentation supérieure pour exprimer leur vision de la paternité contre les visuels stéréotypés circulants dans les autres espaces de communication énoncés précédemment.

Le texte occupe également une place privilégiée sur les comptes composés exclusivement de « mèmes ». Les profils @howtobedad et @daddyfiles sont parcourus d'images qui figurent des expressions qui ne peuvent vivre sans le texte. En effet, la phrase

<sup>95</sup> Gustavo Gomez-Meija, *Les fabriques de soi, identités et Industries sur le Web*, podcast France Culture, *Les nouvelles vagues*, 20/10/2016

<https://www.franceculture.fr/emissions/les-nouvelles-vagues/lidentite-34-les-fabriques-de-soi-sur-le-net>

<sup>96</sup> Annexe 52

vient singulariser, selon le contexte et l'intention de l'éditeur, une émotion qui pourrait s'appliquer à de multiples intentions. Par exemple, « When you're over the day but your kid won't go to sleep »<sup>97</sup> apporte tout le sens que le père souhaite donner à l'image d'un castor en train de crier. La démarche contestatrice des pères s'incarne dans leur mode d'expression, le choix d'Instagram pour prendre la parole et le détournement de son cadre d'écriture conduisant à une forme de « dénaturalisation » du réseau social et en même temps à la dénaturalisation du rôle paternel.

### *a.3 Dialectiser le réel : rendre visible d'autres formes de paternités*

En s'inscrivant dans un espace hybride en tension, les pères dialectisent<sup>98</sup> le réel et mettent en crise les représentations traditionnelles pour rendre visible la paternité telle qu'elle est réellement vécue selon les pères. Ils fabriquent d'autres images et d'autres montages en introduisant de la division selon un modèle rhétorique. Le compte @superdads<sup>99</sup> oppose sans cesse le grand et le petit soit le père et l'enfant, @Father\_of\_Daughters se distingue de la mère avec des mises en scène en clair-obscur où elle reste principalement dans l'ombre, @daddyfiles juxtapose la joie et la peine et les comptes de mêmes jouent sur le contraste entre les textes et les images. En ce sens, les pères rendent sensibles et donc accessibles les différentes pratiques de la paternité par les sens, dans une disposition affective des images. En effet, le contraste généré par les constructions antithétiques suscite des émotions.



<sup>97</sup> Annexe 53

<sup>98</sup> Alain Badiou et Pierre Bourdieu, *Qu'est-ce qu'un peuple?*, La fabrique, 2013, Didi-Huberman « Rendre Sensible », p. 77/115

<sup>99</sup> Annexe 54

Ces émotions prennent également forme dans des moments de crise où la paternité rencontre plusieurs obstacles. La figure @bavman<sup>100</sup> met en scène les difficultés vécues par les pères au quotidien comme les enfants qui ne veulent pas se doucher, ceux qui s'agrippent à leur père alors qu'il doit étendre le linge ou bien ceux qui ne veulent pas se brosser les dents. Rendre visible la paternité revient à dévoiler les moments de faiblesse des pères et de crise des enfants pour offrir une représentation complète de celle-ci. Ainsi, la parole devient performative lorsqu'elle crée des émotions de différentes façons afin de non seulement faire découvrir la paternité mais également la faire ressentir à travers l'expérience, en sollicitant des formes et des moyens d'expression singuliers et en jouant sur les sentiments plus que la raison.

### **b) Déplacement des stéréotypes et résurgence de la virilité**

Si certains pères utilisent Instagram pour se départir des stéréotypes paternels à travers de nouvelles formes de représentation, d'autres empruntent une voie médiane avec la promotion d'une paternité sensible où le père reste proche de ses enfants et attentif tout en exaltant sa virilité. Devenir « un vrai père » serait en même temps une menace pour la virilité en remettant en cause la figure du « vrai homme ». L'enjeu sera de comprendre les mécanismes à l'œuvre de la production de stéréotypes et les enjeux symboliques qui sous-tendent ces représentations.

#### *b.1 La production de stéréotypes inhérente aux modes de socialisation sur Instagram*



---

<sup>100</sup> Annexe 55



D'après Ruth Amossy<sup>101</sup>, le stéréotype est un moyen de compréhension à la fois social et culturel indispensable pour rassembler une communauté autour de repères communs. Les hommes, dans leurs relations constantes dans l'espace numérique, s'influencent les uns les autres en permanence. Instagram exacerbe l'importance qu'a l'entourage dans la construction de soi et la façon de se penser et de se représenter. En ce sens, cet espace devient le lieu privilégié de la fabrication de stéréotypes où la valeur de la plateforme réside dans sa capacité à créer du lien. Dans la mise en relation des figures paternelles, les pères mettent en place un processus mimétique dans la construction des images les figurant. Sur le compte communautaire @superdads, certaines configurations d'images se répètent formant ainsi un compte unifié comme s'il s'agissait d'un profil d'une seule et même personne. Plusieurs typologies<sup>102</sup> visuelles se dégagent : le père et l'enfant de dos qui regardent vers l'horizon, les deux figures dans le lit côte à côte et les gros plans sur les pieds ou les mains de ces derniers. Ces mêmes façons de se mettre en scène avec l'enfant conduisent à des manières identiques de penser leur identité et leur rapport à l'enfant en prenant les mêmes poses corporelles. Dans un espace de représentation, certains pères s'influencent directement et adoptent les mêmes stratégies de mise en scène de soi conduisant à une forme d'homogénéisation des identités à travers des images stéréotypées du père et de l'enfant qui se reproduisent sans cesse. Ces configurations répétées et usées par les pères sont particulièrement employées pour représenter de nouvelles formes de la virilité par les figures paternelles.

<sup>101</sup> Ruth Amossy et Anne Herschberg Pierrot, *Stéréotypes et clichés*, Armand Colin, 2016, chap. 1, 2, 3 et 4

<sup>102</sup> Annexe 56

## b.2 Une nouvelle crise du « vrai homme » et la mise en place de dispositifs de la virilité

Comme le rappelait Jacques Courtin<sup>103</sup>, un motif récurrent existerait au cours de l'histoire : « l'idée que les hommes d'aujourd'hui ne seraient plus des vrais hommes ». Différentes causes, au fil du temps et parfois même multiples au même moment, expliquent les crises ressenties par les hommes. On pourrait faire l'hypothèse que la naissance de nouveaux modèles paternels fondés sur la sensibilité participerait au sentiment de la mise en péril de la virilité des pères comme si la transformation des représentations paternelles, dans un mouvement contradictoire, serait à la fois une opportunité et une menace pour les hommes. Le compte communautaire @supadadly concentre cette tension dès la biographie du profil Instagram avec la présentation suivante : « MANly but DADly. We are the Super Dads ! Hey Super Dads, send in your pictures to prove that you are truly Manly, but genuinely Dadly »<sup>104</sup> comme si les pères devaient annoncer d'emblée leur virilité. Cette présentation met en exergue la tension entre la volonté de lier la virilité à la paternité « MAN » et « DAD » et en même temps le fait que l'assemblage de ces deux notions ne va pas de soi. L'évocation de la virilité arrive en premier, avant la paternité, soulignant ainsi la hiérarchie de leur préoccupation et l'objectif de ce compte communautaire. Les pères doivent donc se justifier en apportant les preuves de leur masculinité grâce aux images.



La virilité affichée par les figures paternelles sur un autre compte communautaire @superdads se manifeste à plusieurs niveaux dans les images. Tout d'abord, la nudité des hommes incarne le premier support d'expression de cette dernière. En effet, leur corps<sup>105</sup> sont travaillés par tous les signes de la virilité érigés aujourd'hui comme norme : la mise en forme des muscles et notamment des pectoraux ainsi que de nombreux tatouages deviennent des espaces d'expression de leur singularité et de leur masculinité. La pilosité et notamment la barbe

<sup>103</sup> Courtine Jean-Jacques, « La virilité est-elle en crise ? Entretien avec Jean-Jacques Courtine », *Études*, 2012/2 (Tome 416), p. 175-185. URL : <http://www.cairn.info/revue-etudes-2012-2-page-175.htm>

<sup>104</sup> Annexe 57

<sup>105</sup> Annexe 58



qui arbore le visage de la plupart des avatars paternels incarne un autre signe distinctif de leur genre<sup>106</sup>. Par ailleurs, leur virilité s'exprime également dans le choix des moments mis en avant avec une panoplie de rituels constitutifs de la masculinité comme le rasage, le sport, la moto ou l'instant bière. Ces temps forts mis en avant sur Instagram incarnent des moments fondateurs pour le père et constitutifs de la fabrication du dispositif de la virilité dans la mesure où ils représentent des instants de partage privilégiés avec le fils et en même temps des moments d'apprentissage de la virilité que le père transmet.

Ainsi Instagram qui est une plateforme avant tout visuelle implique que les pères rendent esthétiques leurs pratiques. La virilité qui exhibe le corps des hommes selon des critères également sexualisés avec des gros plans sur les muscles et parfois même sur les parties intimes serait l'occasion pour les pères de construire une paternité esthétique et donc instagrammable dans un objectif de performance sociale tout aussi important que la représentation de l'exercice d'une paternité « irréprochable ». L'affirmation de la paternité va de pair avec la revendication des individualités et donc la sollicitation de la « face » de l'homme. Cette face, menacée par une nouvelle pratique paternelle réagit en formant des stéréotypes visuels « protecteurs » de leur virilité.

## 2) L'hybridité au cœur de la co-parentalité

Le conflit entre les différentes « faces sociales » des pères ne se limite pas à une tension entre la paternité et la masculinité mais convoque des faces multiples. Cette pluralité met en lumière la complexité des identités de chaque père qui est évolutive au cours de la carrière paternelle et fluctuante selon les différents moments. Pour autant, ce processus de réalisation des identités ne serait-il pas le même pour les mères ? En ce sens, la promotion des individualités ne serait-elle pas plus signifiante pour qualifier les rôles paternels plutôt que la traditionnelle dichotomie genrée entre la mère et le père ? L'enjeu sera de saisir en quoi Instagram met en lumière ou non la complexité des identités des pères et souligne les ressemblances entre les pratiques des mères et des pères afin de redéfinir le concept même de parentalité.

---

<sup>106</sup> Annexe 59

## a) L'individualité et le bricolage identitaire

L'expression de nouvelles formes de pratiques de la paternité s'inscrit dans un processus d'hypersubjectivation où les pères affirment leur individualité. La singularité de chacun se construit dans une forme de bricolage<sup>107</sup> hétérogène<sup>108</sup> avec différentes références et des supports multiples que chaque père assemble à sa façon de telle manière à ce que chaque combinaison paternelle soit unique.

### *a.1 Le choix d'être père : l'individualisation comme production de liens familiaux*

L'utilisation d'Instagram par les pères leur permet de se mettre en scène et d'écrire leur vie selon leur propre subjectivité. Ce processus d'individualisation pourrait laisser penser à l'atomisation de la famille composée d'individus déconnectés entre eux. Pour autant comme le rappelle François de Singly<sup>109</sup>, « la seconde modernité » dans laquelle s'inscrit les pères aujourd'hui, dans la continuité des années 1970, « leur permettrait au contraire de devenir réellement « individualisés », c'est-à-dire détachés de leur appartenance traditionnelle et donc libre d'en renouer de nouvelles plus largement propice à la révélation de « l'authenticité individuelle » et génératrice finalement, de différenciation personnelle ». Dans le cadre d'une pensée sur la paternité, cette thèse ne signifierait pas que les pères aient la possibilité de choisir biologiquement d'être le père de l'enfant ou non mais que la pratique de la paternité au quotidien se réaliserait selon des relations « désirées » avec l'enfant qui ne vont pas de soi dans une perspective constructiviste. L'individualisation construit une nouvelle forme de sociabilité au sein de la famille à travers une « appartenance choisie » comme l'attestent particulièrement les familles adoptives et les nouvelles configurations familiales de manière générale. Les hashtags sur Instagram incarnent une forme de manifestation et de matérialisation des choix individuels dans la construction des liens paternels avec l'enfant.

### *a.2 Les hashtags : l'expression de paternités choisies et construites*

L'utilisation symbolique des hashtags par quinze profils de pères sur les vingt- quatre du corpus, s'inscrit dans un acte d'auto-dénomination : le choix d'appartenir à une ou plusieurs communautés en fonction de valeurs partagées. Sur l'ensemble des profils, il existe trois sortes

---

<sup>107</sup> Nous entendons par « bricolage » l'idée selon laquelle les pères se construisent à partir de différents objets de communication pour en faire un tout cohérent et y appuyer leurs goûts et leurs croyances. De fait, les sujets, à savoir les pères, ne sont pas séparés de leurs objets comme les memes qui expriment symboliquement ce qu'ils sont à côté de d'autres objets hétéroclites comme des références culturelles.

<sup>108</sup> Jean-Pierre Esquenazi, *Sociologie des publics*, La découverte, 2009, p.88/92

<sup>109</sup> François de Singly, *les uns avec les autres. Quand l'individualisme crée du lien*, Hachette Littérature, coll. « plurielle », 2003. passim

de hashtags : les hashtags d'ordre général communs à tous les pères comme #dad, #instadad, #dadlife, #parent ou #parenting, ceux qui varient selon les multiples facettes paternelles soit un second pas vers l'individualisation comme #weekendad, #crazydad, #fashiondad, #gaydad, #selfiedad, #swedishdad et enfin les hashtags contextuels propres à chaque événement vécu par le père. Les nombreux dièses leurs permettent donc de manifester une caractéristique propre aux « individus individualisés » bien qu'ils demeurent plus ou moins génériques, celle d'être « multidimensionnelle ». En effet, à partir des hashtags existants, les pères procèdent à des compositions de hashtags singulières révélatrices de leurs contextes énonciatifs. Par exemple, sur le groupe @superdads, les avatars paternels se représentent tantôt comme des « crazy dads », des « week-end dads » ou bien des « cowboy dads ».

De fait, si l'identité numérique des pères sur Instagram est multiple avec les hashtags, elle demeure aussi ambivalente : elle est à la fois éphémère et pérenne. Tout d'abord, cette « exacerbation sociale » ou « forme d'identification communautaire » se définit par son caractère furtif. Selon l'étude Hashtagologie<sup>110</sup>, « *sans tout à fait disparaître, le hashtag est un outil sur lequel il faut capitaliser au bon moment* ». Ainsi, se confrontent sur le réseau social une identité fluide, mouvante et opportuniste ponctuée par l'actualité réelle du père et de celle de la communauté faites d'impulsions et de micro-moments sur Instagram et paradoxalement une identité fixe incarnée par les hashtags systématiquement utilisés sur chaque *post*.

Ainsi Instagram, une plateforme sociale qui met en relation les figures paternelles, offre la possibilité de bricoler<sup>111</sup> son identité paternelle selon le contexte afin d'affirmer sa singularité et son pouvoir sur sa propre détermination. Le hashtag matérialise les différentes facettes des pères et les socialisent sur Instagram à travers les communautés dans une tension entre permanence et mouvance. Mais le bricolage identitaire des pères s'exprime également à un autre niveau : le contenu même des images postées avec les mêmes qui s'inscrivent à l'inverse dans une forme d'universalité.

#### **b) Les mêmes paternels : des objets de croyances qui tendent vers une universalité.**

L'utilisation par sept comptes de pères – sur les vingt-quatre du corpus – des objets mêmes ou de formes similaires pour penser et représenter la paternité la connecte avec un univers

---

<sup>110</sup> Benjamin Adler, « Hashtagologie ou quand la pub devient sociologue », *Influencia*, [En ligne], 22/06/2017, URL : <http://www.influencia.net/fr/actualites/tendance,tendances,hashtagologie-quand-pub-devient-sociologue,7554.html>

<sup>111</sup> Jean-Pierre Esquenazi, *Sociologie des publics*, La découverte, 2009, p.88/93

culturel hétéroclite plus ou moins lié à la paternité. Elle s'inscrit dans la continuité de la pensée du bricolage identitaire en mobilisant différents objets de croyance<sup>112</sup>. Cette façon originale de présenter la paternité est à l'image de la conception novatrice du rôle des pères dans la famille évoquée dans les contenus et en concordance avec une pratique d'Instagram particulière et détournée : des images d'écrits.

*b.1 Les mèmes : une écriture de la paternité qui tend vers l'expression de la coparentalité*



Sur le compte communautaire @howtobedadad, les images ne figurent pas trait pour trait des pères avec leur(s) enfant(s) mais convoquent des références interculturelles multiples, partagées par le plus grand nombre, à la fois par les pères et par les enfants qui sont principalement des productions filmiques comme<sup>113</sup> les dessins animés *Pinocchio* et *La belle et la bête* ou bien les films *I.T* ou *Stars Wars*. Un mème, «est une idée ou un phénomène culturel qui, comme le gène est capable de se répliquer, d'évoluer, de se combiner et de se modifier. Sur Internet, c'est un élément ou un phénomène repris et décliné en masse »<sup>114</sup>. Il est par essence un objet social hybride caractérisé par des modes d'appropriation singuliers formant ainsi une culture commune. De fait, la paternité aurait la possibilité, en elle-même, de convoquer des communautés autour d'une culture partagée propre. L'objectif est de saisir les enjeux symboliques qui poussent les pères à s'investir dans ces objets plutôt que de poster des photos figuratives ou dites « réalistes » de leur famille.

Sur le compte, les *posts* mettent en scène des situations universelles auxquelles chaque père mais aussi chaque parent peut s'identifier sur le mode de l'humour et de l'autodérision comme par exemple l'incompréhension des parents face aux comportements de leurs enfants lorsqu'ils sont chez d'autres parents : « They act like an angel ». Ces mèmes ne sont pas fondés sur des personnes mais des situations et des émotions qui peuvent être partagées par tous. Les pères font preuve d'une triple tonalité, le cynisme, la moquerie et l'amusement soit des lectures

<sup>112</sup> Frédéric Lambert, *Je sais bien mais quand même*, Edition non standard 2013

<sup>113</sup> Annexe 60

<sup>114</sup> Agence curiouser et Les phénomènes, « Peut-on assurer la réussite d'un mème », *Effeillage*, [En ligne], janvier 2013  
URL : <http://effeuillage-la-revue.fr/portfolio-item/peut-on-assurer-la-reussite-dun-meme>

distanciées de leur propre paternité. Les émotions convoquées comme la peur<sup>115</sup> dont le sentiment se trouve exagéré pour créer un contenu humoristique, instaurent un mécanisme de socialisation particulier sur les comptes de mêmes paternels. Tout comme les tragédies grecques d'Aristote<sup>116</sup>, mais dans une tonalité inverse, l'universalité se fonde dans la capacité de chaque père à s'identifier à des émotions parentales du quotidien en faisant preuve d'empathie et du même coup à procéder à une forme de catharsis où le père comprend ses sentiments et prend alors de la distance sur son expérience de chaque jour.

Il existerait ainsi dans la pluralité des pratiques paternelles une culture commune et fédératrice de la paternité qui convoque plus largement des expériences parentales indifférenciées. Selon Nicolas Moreau<sup>117</sup>, un même est « le braconnage et la décontextualisation d'une représentation » qui permet contrairement à certaines photos de toucher à des formes à la fois universelles et complexes qui dépassent l'expression des individualités en étant facilement partageables même si chaque père s'y identifie à sa manière. Dans ces mêmes, les pères construisent leur humanité et l'exprime dans leur besoin vital de se socialiser tout en ressentant des émotions.

## *b.2 Quand le texte remplace les images : une autre forme de mêmes*

Le compte individuel @tusaisquetuespapaquand repose sur des ressorts identiques des mêmes avec une phrase écrite exposant une situation singulière sur le modèle répétitif de la syntaxe « quand tu... » qui précède différentes circonstances humoristiques comme « tes enfants ont mis 15s à trouver 23 œufs mais 45 minutes à trouver leur pyjama » ou bien « tu penses que ton fils méritait un César pour son interprétation du champignon »<sup>118</sup>. Si le compte fait référence à la paternité, d'après la biographie du père qui décrit son projet, à savoir « donner des leçons de paternitudes », l'expression des situations vécues au quotidien évoque en réalité une forme de coparentalité dont le pseudo choisi serait facilement transposable avec @tusaisquetuesmamanquand.

Cette coparentalité se construit à travers une paternité incarnée par une démarche d'apprentissage au quotidien en fonction des expériences vécues. Contrairement aux modes de représentation enchantés de la famille, la figure paternelle crée de la connivence avec sa communauté à travers l'auto-dérision et la déculpabilisation. En effet, sur le mode de la

---

<sup>115</sup> Annexe 61

<sup>116</sup> Aristote, *Poétique*, Les classiques de poche, le livre de poche, 1990, passim

<sup>117</sup> Agence curieuse et Les phénomènes, « Peut-on assurer la réussite d'un même », *Effeillage*, [En ligne], janvier 2013  
URL : <http://effeuillage-la-revue.fr/portfolio-item/peut-on-assurer-la-reussite-dun-meme>

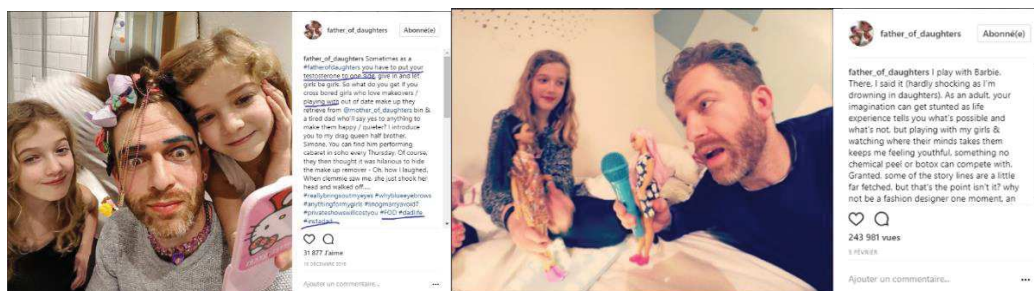
<sup>118</sup> Annexe 62

confession, le père avoue, tout en sachant que d'autres parents se reconnaîtront, les preuves de son imperfection. Par exemple, ne pas surveiller le bon enfant au parc, inventer des stratagèmes pour faire-faire aux enfants ce qu'il veut ou avouer ses envies de « revanche » sur sa propre enfance<sup>119</sup>. Cette forme de mêmes met son caractère universel au service de la déculpabilisation des parents dans le même processus cathartique décrit précédemment pour mieux vivre sa paternité.

### c) La paternité et l'expérience du genre de l'autre

Si certaines figures paternelles construisent une filiation virile entre le père et l'enfant, dix-sept comptes de pères – sur les vingt-quatre du corpus – se mettent en scène avec leur fille détournant ainsi le proverbe « tel père-telle fils » en « tel père, telle fille ». La mise en scène des pères avec leur fille participe non seulement au processus de subjectivation des pères mais aussi à l'apprentissage de l'autre genre. En s'intéressant au genre féminin, les pères réalisent un pas de plus vers la coparentalité dans leur relation avec leurs enfants. Il ne s'agira pas d'enfermer les genres dans des stéréotypes liés à des activités et des comportements cloisonnés mais de fonder l'analyse sur la vision des genres des pères telle qu'elle est mise en scène sur leur compte.

#### c.1 La fiction et le jeu : une façon de faire l'expérience du genre opposé



Dans la continuité de la métaphore théâtrale amorcée avec la subjectivation des pères sur Instagram, l'univers fictionnel et imaginaire représente un espace de rencontre particulier entre un père et sa fille où le père fait l'expérience des codes féminins hors des normes du quotidien et se met réellement à la place de l'enfant dans un jeu de rôle. @Father\_of\_Daughters est père de quatre filles à la maison et partage l'ensemble de leur quotidien comme si aucune

<sup>119</sup> Annexe 63

tâche n'était exclusivement réservée à la mère. Simon se met en scène<sup>120</sup> avec ses filles, maquillé et travesti ou en train de jouer aux barbies brouillant ainsi les frontières entre les genres. Symboliquement, être père c'est incarner le prolongement de l'autre et manifester de la curiosité et de l'intérêt pour sa fille en se mettant au même niveau pour partager son univers. Comme le soutient Simon « playing with mi girls and watching where their mind take them keep me feeling youthful, something no chemical peel or botox can compete with ». La fiction est le moyen pour le père d'écrire une histoire parallèle avec sa fille pourtant bien réelle et un mode d'apprentissage particulier de la paternité au-delà du genre. De fait, la pratique de la paternité se réalise aussi dans les instants fictionnels qui viennent informer le réel. De la même manière, @thereallburmartin se travestit au quotidien pour ressembler à sa fille selon les différents rôles qu'elle investit sur les réseaux sociaux<sup>121</sup>. Le père affiche sur son corps tous les signes traditionnels de la féminité : piercing sur le visage, sourcils travaillés, couronne de fleurs ou de diamants telle une princesse et même reproduction d'une supposée poitrine. Imiter l'autre à travers l'angle du genre revient à construire la paternité dans une compréhension qui ne se limite pas à une réflexion autour de la hiérarchie familiale parents-enfants.

Ainsi, la fiction représente un espace d'expérimentation où les normes sont évacuées pour expérimenter la parentalité des pères sous tous les angles – dont celui du genre. Le jeu est le moment de la permission où le père peut se maquiller et ressembler à une fille en simulant plusieurs scénarios possibles. Encore une fois, la paternité incarne d'avantage une expérience hybride qui se fabrique dans l'action, réelle et fictionnelle, et non une donnée essentielle fixe qui va de soi.

### *c.2 Les références de la paternité non genrée : une co-parentalité co-genrée*

Si certains pères s'affranchissent partiellement des frontières entre les genres dans la pratique de la paternité en s'intéressant à l'univers de l'autre soit le genre féminin, la co-parentalité se construit également à travers la convocation de contenus hétéroclites de tous « les genres » qui empruntent deux acceptions différentes : le genre sexuel évoqué dans des contenus dits « pour les filles ou pour les garçons » et le genre artistique ou culturel des images. Le compte communautaire @howtobedad<sup>122</sup> fait cohabiter sur une même page Instagram, souvent côte à côte, divers contenus particulièrement genrés d'après les normes sociales traditionnelles avec des représentations du personnage de la Belle du dessin animé la - *Belle et la Bête* - faisant

---

<sup>120</sup> Annexe 64

<sup>121</sup> Annexe 65

<sup>122</sup> Annexe 66

davantage références aux filles à côté d'une image d'un terrain de football niché dans les toilettes afin d'apprendre aux jeunes garçons à uriner correctement. L'hétérogénéité des contenus se lit également dans la nature même des images à travers des dessins animés ou bien des photos de la réalité. Cette diversité convoquée par les pères peut être considérée comme la liberté de naviguer entre différentes natures de contenus et donc de multiples univers de référence.



@KordaleNKaleb<sup>123</sup>, regroupe des contenus provenant de différents espaces discursifs comme le cinéma ou bien les médias qui se retrouvent tous mis sur un pied d'égalité au sein d'un même espace médiatique – à savoir un compte Instagram. Ces contenus hétérogènes ont donc circulé grâce aux pères formant ainsi des formes de médiacultures<sup>124</sup> attestant de l'intelligence des pères face aux images dans la manipulation et les reconfigurations des contenus en leur donnant leur propre sens. Lorsque le couple gay affiche des captures d'écran d'images de l'actualité américaine avec la marche pour les droits des femmes aux Etats-Unis contre Donald Trump, ces images prennent une autre valeur symbolique sur leur profil et s'inscrivent dans la revendication d'un combat plus large, à savoir la lutte pour la reconnaissance des minorités et l'égalité pour tous. Ainsi, les pères se saisissent librement de nombreuses références pour afficher la liberté qui fait leurs pratiques paternelles et leur capacité à construire eux-mêmes leur rôle au sein de la famille, selon leurs individualités et leur rôle au sein de la famille, dans une esthétique du patchwork.

<sup>123</sup> Annexe 67

<sup>124</sup> Frédéric Lambert, *Je sais bien mais quand même*, Edition non standard 2013



### *c.3 Conclusion*

Ainsi, il existe une tension permanente entre individualité et universalité dans la construction des identités paternelles : un besoin d'être reconnu comme unique tout en recherchant les traits de ressemblance avec les autres. Ce double mouvement n'est pas seulement caractéristique des pères mais des hommes en général. De fait, une forme de coparentalité émerge. L'utilisation de mêmes participe à la fabrication d'une pratique équivalente de la parentalité entre le père et la figure de « l'autre ». Cette coparentalité se trouve alors renforcée par l'expérience du genre opposé par les pères grâce à leur fille. La place de l'enfant demeure également symbolique puisqu'elle est évoquée et non représentée toujours dans une démarche de généralisation. Tout comme le souligne F.De.Singly, cette tension n'est pas une contradiction mais plutôt un processus complémentaire soit une forme de « personnalisation relationnelle » au détriment d'une imposition autoritaire où chacun exprime son individualité dans une relation perpétuelle avec les autres. D'une façon plus générale, cette conclusion s'inscrit dans le cadre global d'une « psychologisation de la société » où l'émotivité oriente les actions et les décisions des pères. Elle n'est donc plus l'apanage des femmes et des mères dans leur mode d'éducation. De fait, la question du genre demeure de moins en moins pertinente dans la pensée des différentes pratiques paternelles.

### 3) Recommandations professionnelles dans la perspective de conseils en planning stratégique

Les recommandations professionnelles qui découlent de notre recherche visent à nourrir les équipes du planning stratégique en agence comme chez l'annonceur afin d'appréhender aux mieux les cibles paternelles dans leurs usages à la fois sociaux et technologiques mais aussi de saisir quelques grands enjeux communicationnels d'aujourd'hui. Avant d'entrer dans les détails de la recommandation, notre préconisation commence par une évidence au vu de la lecture de l'analyse scientifique précédente mais qui n'en est pas une aujourd'hui pour les marques, à savoir considérer les pères comme des cibles « immanquables » dans le cadre de la communication autour de produits qui touchent à la famille. Au-delà de la question des pères, nous tenterons de proposer des conseils afin d'optimiser les stratégies de marque en général et sur Instagram.

### a) Les figures actuelles des pères : typologies des instadads

Selon les enjeux de la marque, le produit mis en avant ainsi que les attentes des consommateurs, certains types d'instadads seront convoqués plutôt que d'autres. En effet, il n'existe pas un instadad mais des instadads qui se différencient dans leurs représentations, leurs pratiques et leur vision de la paternité même s'ils manifestent des traits communs. Ainsi, dans un souci de catégorisation inévitable dans le champ professionnel, malgré les complexités du terrain, nous nous inspirerons des typologies des pères qui ont été construites par les sociologues Julia Brannen et Ann Nilson en 2016<sup>125</sup> et nous les adapterons en fonction de notre corpus afin de définir des cibles potentielles sur Instagram. Les typologies sont les suivantes : le « travailleur », à savoir le père nourricier peu investi dans le quotidien des enfants, le « family man » soit une figure intermédiaire qui tient à son statut traditionnel tout en étant proche de ses enfants et le « hand on father » dont les pratiques tendent vers celles de la mère dans une indifférenciation progressive des rôles. Sur Instagram, chaque typologie correspond à un mode de représentation singulier qui va de pair avec une vision spécifique de la paternité.

Les figures de la première typologie n'apparaissent pas puisque la simple démarche symbolique de se représenter avec son enfant sur Instagram manifeste d'une proximité et d'un intérêt véritable pour ce dernier. La seconde, « the family man » que l'on pourrait renommer « le papa cool » se rapporterait à la catégorie de pères sur Instagram qui offre une représentation enchantée de la vie familiale en mettant uniquement en scène les moments heureux, les activités extérieures et les temps forts tels que les anniversaires ou le premier jour d'école de l'enfant, sans véritablement partager l'ensemble de son quotidien. Ce type de père est proche de ses enfants, démontre de l'attention et de la proximité, tout en faisant attention à son image pour renvoyer l'idée d'une famille unie et emplie de bonheur. Enfin, la troisième catégorie que nous pourrions appeler « le papa tout-terrain à plein temps » serait celle des pères qui aspirent à dévoiler le quotidien dans toute sa banalité, leurs forces comme leurs faiblesses, en soulignant leur investissement dans les tâches à la maison au même titre que la mère, qu'il s'agisse d'une balade à vélo ou de la préparation du repas. Ce genre de paternité se tourne davantage vers l'action et la pratique et moins vers la représentation.

Pour autant, les enjeux de chaque père pourraient se résumer à trois mots clés qui correspondent à trois besoins différents ressentis par les deux catégories de pères auxquels les marques doivent répondre : la reconnaissance, la valorisation et la personnalisation. Ces termes pourraient se décliner de la façon suivante sur Instagram en fonction des usages de la plateforme

---

<sup>125</sup> Julia Brannen et Ann Nilson « From fatherhood to fathering », revue SAGE journal, avril 2016

: représentation, partage et inspiration. En effet, la recherche de reconnaissance des pères se traduit sur Instagram par la nécessité de se représenter pour être vus tel qu'ils le souhaitent, selon leur propre vision de la paternité. Dans un second temps, après la notoriété paternelle « acquise », vient la recherche de la valorisation de son rôle soit une reconnaissance positive qui se traduit par le partage et les échanges communautaires dans un double objectif de promotion personnelle et de valorisation du statut paternel. Enfin, paradoxalement, les figures paternelles affirment et construisent leur individualité en s'inspirant des autres figures paternelles où leurs modèles deviennent progressivement les pères eux-mêmes contrairement aux anciennes formes de paternité qui s'inspiraient généralement de leur figure maternelle<sup>126</sup>. Ainsi deux catégories de pères émergent avec des moyens d'expression singuliers à prendre en compte dans la mise en forme du message de marque ainsi que trois besoins auxquels elles sont censées répondre à travers trois promesses.

### **b) Instagram : l'analyse des hashtags**

Nous décidons de nous focaliser sur les hashtags qui sont des éléments de communication constitutifs de la plateforme Instagram et qui permettent de matérialiser les dynamiques sociales qui sont à l'œuvre dans la construction de communautés provisoires. En parallèle, il met en lumière certains processus de fabrication des identités qui sont à l'œuvre dans la réalité et représentés sur Instagram, dans la continuité des processus de réflexivité opérés par les pères sur la plateforme. Ainsi, le hashtag fonctionne comme une loupe qui rend visible et donc lisibles ces phénomènes.

A travers l'étude de l'usage des hashtags par les pères, nous avons pu définir certaines motivations et utilisations des hashtags de manière plus générale. En effet, ce dernier correspond à un usage contradictoire : il relève à la fois du commun et du singulier. Cette dynamique est valable tant pour les hashtags généraux, neutre, voire factuels comme #daddy ou bien le dicton #likefatherlikeson, que des hashtags plus précis comme #fashiondad. Un hashtag fonctionne comme une étiquette pour s'auto-définir et affirmer son individualité tout en utilisant des formes de communication collectives et donc reconnaissables par tous. A ce titre, dans ce processus de nomination, la quasi-totalité des hashtags employés par les pères sont composés de noms communs. Pour autant, il semblerait judicieux de ne pas se laisser aller à l'apparente simplicité et clarté de certains hashtags. Un même mot dièse peut recouvrir de

---

<sup>126</sup> Julia Brannen et Ann Nilson « From fatherhood to fathering », *SAGE journal*, avril 2016

multiples significations selon l'utilisateur et son contexte. En effet, le hashtag #dadlife qui est utilisé par environ quinze comptes de pères sur les vingt-quatre du corpus, renvoie, en réalité, à des visions de la paternité très différentes. En effet, il fait référence à des quotidiens et des configurations familiales variées mais aussi des pratiques singulières de la paternité allant du père seulement investi dans les activités du quotidien aux pères au foyer. De fait, chaque utilisateur peut s'emparer d'un même hashtag générique pour y investir un sens et des croyances particuliers. Cette problématique fait écho à l'assertion « Je suis Charlie » qui avait été reprise en masse sur les réseaux sociaux par les citoyens dont les motivations et les significations changeaient également de façon importante derrière une même phrase. Ainsi, un hashtag fonctionne comme une étiquette et vise à afficher une forme de vérité personnelle, d'après le terme du sociologue Howard Becker<sup>127</sup>, que chaque père utilise pour proclamer une partie de son identité et qui pourrait se traduire par « Je suis » telle la figure paternelle @designerfather qui emploie le hashtag #gaydad soit « Je suis un père gay ». Ainsi, il semble important pour une marque de comprendre la complexité qui se cache derrière l'apparente utilisation en masse d'un nom unique pour se définir. De fait, un hashtag ne rassemble pas une unique communauté homogène et unifiée mais plutôt des communautés fragmentées.

S'il participe à la fabrication des identités en profondeur, il incarne également un moyen provisoire et opportuniste de se valoriser au sein de la sphère sociale comme nous l'avons vu à travers l'émergence d'une « marque père » et ce particulièrement avec les hashtags généralistes, plus propices à une plus grande visibilité pour l'utilisateur. Il incarne comme une forme de « pari » sur lequel un internaute tente de capitaliser au bon moment pour « remporter la mise » et obtenir un maximum d'exposition. Le père Olivier Moulin par exemple, profite en permanence des mots balises tels que #kid, #recette, #cuisine, tout en se greffant à des opportunités éphémères comme #tasteofparis qui fait référence à un concours culinaire ou #fathersday, un jour unique pour les pères. Une fois, la popularité relativement acquise, ce dernier construit son propre hashtag, érigé en nom de marque soit #papaencuisine qui porte le nom de son profil. Contrairement à une série de hashtags neutres, comme ceux énoncés précédemment, il existe tout une série de hashtags mélioratifs, promouvant tous les pères comme #bestdad, #bestdadever, #greatestdad, notamment sur les groupes communautaires. Ce processus de valorisation est parfois même indirecte où le père fait parler l'enfant à sa place en multipliant les sources énonciatives comme #mydaddy ou #mydad. De fait, l'utilisation des hashtags cache des enjeux multiples voire opposés, allant d'une recherche relativement

---

<sup>127</sup> Howard Becker, « Outsiders », Anne-Marie Métaillé, Lecons choses, 2012

superficielle de popularité à la construction, en profondeur, de son identité. Dans le premier cas, le hashtag pourrait se traduire par « je suis » et dans le second par « j’aspire être ».

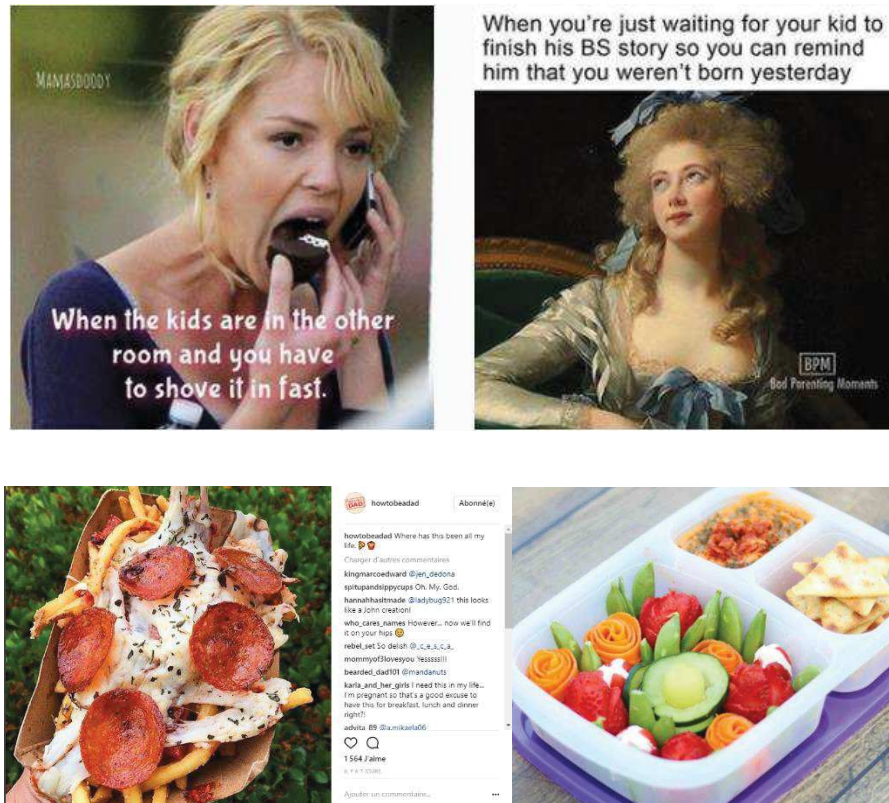
Bien entendu, il demeure quasiment impossible pour une marque de prendre en considération toutes les particularités de chacun. Pour autant, il serait intéressant de comprendre la complexité de ce nouveau langage dans la perspective d’une éventuelle analyse de la cible sur Instagram ou même la réutilisation de hashtags déjà existants dans la sphère sociale. Finalement, l’analyse des hashtags, dans le cadre d’une stratégie de marque, semble nécessiter une méthodologie particulière. En effet, les informations quantitatives sur ces derniers ne rendent pas totalement compte, à travers le nombre de mentions, du sens des utilisations des hashtags et de la réalité qui s’y cache. Il serait judicieux de croiser ces données avec des enquêtes de terrain et des études sémantiques afin de saisir les comportements sociaux, les valeurs et les stratégies de représentation. Finalement, l’analyse des hashtags a permis de saisir les processus d’hybridités qui animent les comportements des utilisateurs que nous allons développer dans la partie suivante.

### **c) L’hybridité au cœur de la construction des identités des consommateurs**

Les hashtags ont permis de mettre en lumière une hybridité qui s’exprime à trois niveaux et qui caractérise les potentielles cibles marketing sur Instagram et bien au-delà de la plateforme. En effet, c’est dans l’hybridité que les consommateurs se construisent et s’individualisent. Ainsi, un consommateur peut être abordé par les marques selon différents angles parfois contradictoires : les statuts sociaux, les centres d’intérêts et les temporalités. Ces trois niveaux d’hybridité s’entremêlent, ce qui multiplie les façons de se connecter aux cibles et en même temps complexifie l’approche.

Tout d’abord, le premier niveau d’hybridité se dessine par différentes « facettes » comme nous l’avons déjà énoncé, soit différents statuts qu’une même personne peut endosser et qui compte dans la construction des individualités. Pour un père par exemple, l’expression et la reconnaissance du rôle familial demeure primordial, presque plus que pour la mère. Pour autant, sa « face » d’homme ne peut être niée, comme nous l’avons souligné précédemment, avec la résurgence de l’exaltation d’une certaine forme de virilité sur les comptes communautaires. Enfin le métier, soit la « face professionnel », occupe parfois un rôle central comme pour le père @designerfather qui évoque sa profession, dès son pseudo. Ainsi, un père est à la fois un

homme mais aussi styliste par exemple, selon le contexte et l'espace social dans lequel il se trouve. Pour ce premier niveau d'hybridité, une marque possède déjà différents points d'accroche qui sont autant de façons de toucher une même personne.



Le deuxième niveau d'hybridité et certainement le plus déterminant, caractérise davantage la personnalité de la cible et son comportement à travers ses goûts et ses centres d'intérêts qui peuvent paraître parfois hétéroclites voire contradictoires. L'étude des nouvelles formes de paternité sur Instagram a permis de mettre en exergue la primauté des centres d'intérêts et des individualités sur les critères sociodémographiques pour comprendre les comportements et les motivations de ces derniers. En effet, nous nous inscrivons ici dans une perspective constructiviste des publics au-delà des critères sociodémographiques qui tendent à naturaliser la cible marketing. A ce titre, le sociologue des publics Esquenazi<sup>128</sup> a développé la théorie du « bricolage identitaire ». D'après l'auteur, une identité n'est pas simple mais complexe et se définit, en elle-même, à partir des médiations à savoir les supports de communication, qui fusionnent avec le sujet. En d'autres termes, l'ensemble des contenus et des formes d'expression déployés par les pères participent directement à la construction de l'identité de l'utilisateur. Or, ces médiations peuvent être très diverses. Le compte

<sup>128</sup> Jean-Pierre Esquenazi, *Sociologie des publics*, La découverte, 2009, p.88/93

communautaire @howtobedad rassemble des références culturelles appartenant à des niveaux de culture socialement distincts, allant de la série américaine blockbuster « *Grey's anatomy* » au portrait classique de Marie Antoinette, et mélangeant ainsi la « pop culture » et la « culture d'élite ». Par ailleurs, sur le plan des goûts gustatifs, ce compte affiche des images de *junk food* avec des pizzas saturées de fromages ou des donuts débordants de chocolat mais aussi des photos de fruits comme des bananes ou un repas à base de légumes faisant référence à la tendance *healthy*. Ainsi, lorsqu'une marque s'adresse à une cible, elle ne touche qu'une infime partie de sa personnalité. Pour autant, il semblerait judicieux de comprendre les dynamiques qui sont à l'œuvre dans la singularisation de chacun et d'éviter toutes typologies simplistes qui enfermerait le consommateur alors même qu'il se définit dans sa diversité et sa capacité à s'emparer de diverses références et être acteur de sa personnalité. Ainsi, cette remarque s'inscrit dans le passage progressif du marketing genré vers le marketing affinitaire qui privilégie la cible telle qu'elle s'affirme plutôt que telle qu'elle est supposée être socialement.

Enfin, le troisième niveau d'hybridité s'exprime dans les différentes temporalités qui sont à l'œuvre dans la construction des identités dans la « vie réelle » dont les dynamiques se trouvent renforcées sur le réseau social Instagram. Il existe une tension constante entre permanence et fugacité. A ce titre, le compte @KordaleNkaleb est parcouru d'images relevant de rapports au temps différents. Par exemple, Kordale poste des captures d'écran d'images télévisuelles du direct de la *women's march* faisant référence à l'actualité et à l'instantané aux côtés d'un film rétrospectif sur sa vie et son chemin parcouru en tant que gay qui s'inscrit dans le temps long et la permanence. L'hybridité temporelle se manifeste dans deux types de comportements : entre la réaction aux événements et l'affirmation de soi-même. Ainsi, l'identité est à la fois fixe et fluctuante. De la même façon, un père reste à la fois un #dady mais selon le contexte et la situation, il devient un #weekenddad ou un #cowboydad. Avec le rythme des réseaux sociaux, l'écart entre ces temporalités s'est accentué et représente à nos yeux un défi majeur dans la prise des paroles des marques. En effet, la complexité de l'exercice réside dans l'exigence de lier le temps court avec le temps long à l'image de l'écriture des identités numériques des utilisateurs pour s'inscrire dans l'instantanéité tout en construisant de la continuité avec des repères forts. Ces deux rapports aux temps reconfigurent non seulement les relations avec les consommateurs mais aussi la façon de construire un storytelling de marque entre continuité et fragmentation, entre prévision et improvisation et entre organisation et souplesse.

Ainsi ces trois niveaux d'hybridité permettent de souligner une caractéristique sociale des publics et des communautés à savoir leur nature imprévisible malgré l'exigence paradoxale

des marques de prévoir et de construire un public imaginaire dans le but de le faire rencontrer avec le public réel.

Finalement, ces recommandations professionnelles visent à appréhender la cible paternelle tout en saisissant et en précisant des enjeux de communication plus généraux qui se posent aux marques aujourd'hui. L'ensemble de ces préconisations digitales pourraient se regrouper sous une considération globale, à savoir une certaine façon de penser la manière dont la technique travaille le social pour aborder les recommandations professionnelles : il ne semble pas exister de décorrélation franche entre les réseaux sociaux et la supposée « vie réelle » mais plutôt une imbrication constante. En ce sens, le digital ne fait que transposé, exagérer ou bien euphémiser des traits de la réalité en les rendant plus ou moins visibles. Un consommateur est un utilisateur dont ses usages techniques sont directement liés avec ses usages et comportements sociaux. De fait, un phénomène sur les réseaux sociaux doit être expliqué et rationalisé par les phénomènes sociétaux et inversement.



## CONCLUSION

L'usage d'Instagram par les figures paternelles des 24 comptes sélectionnés dans le corpus conduit à la construction de nouvelles formes de paternités selon l'expression des individualités de chaque père, leurs intentions, la configuration familiale singulière dans laquelle ils s'inscrivent et le contexte social. Il s'opère une imbrication constante entre la réflexion sur les pratiques de la paternité et l'autoréflexion déployée par les pères sur leur identité personnelle avec des enjeux pluriels.

Les nouvelles figures paternelles sur Instagram appelées « instadads » par la sphère marketing, dont la dénomination est reprise par certains pères sous forme d'un hashtag pour afficher leur appartenance communautaire, incarne une forme de prolongement de la construction de la figure du « nouveau père » qui avait été annoncée dans les années 1970 par les sociologues. En effet, les grands changements paradigmatiques de la pratique paternelle comme le « care », le « faire » et le processus d'autoréflexion se trouvent aujourd'hui renforcés, déclinés et individualisés selon différentes manières et représentations par les pères sur Instagram. Par ailleurs, la paternité tout comme de nombreux rôles sociaux est appréhendée par la société sous le prisme des stéréotypes dans un cadre de références communes qui se trouvent remis en cause par les pères pour s'en détacher afin d'être représentés selon leur propre vision de la réalité de leurs pratiques. En effet, Instagram utilisé par les pères représente le lieu des écritures des récits personnels et familiaux où ces derniers affirment leur subjectivité dans un cadre néanmoins contraint qui offre la possibilité aux figures paternelles de se reconnaître et de se connaître comme pères. Dans l'écriture des individualités et du récit familial, de nombreux traits communs ressortent sur l'ensemble des comptes paternels du corpus : une mise en scène de la famille plus ou moins théâtralisée dans laquelle le père se surreprésente de façon avantageuse sur tous les fronts afin de promouvoir sa légitimité au sein de la famille dans une relation constante avec l'enfant. Pour exister et s'affirmer, les pères se représentent généralement seuls avec les enfants où la figure de « l'autre », qui peut prendre différentes formes selon la configuration familiale, occupe un rôle central dans l'écriture des individualités. Enfin, les mises en scène familiales des comptes s'inscrivent dans deux dispositifs esthétiques distincts et donc deux visions de la pratique de la paternité : un dispositif esthétique qui idéalise la vie familiale où le père pose avec l'enfant plus qu'il ne fait la relation et un dispositif plus « authentique » où le père fait l'action à travers les tâches quotidiennes à la maison. Finalement, la mise en scène des pratiques paternelles met en avant l'émergence d'une forme de pratique

de la coparentalité fondée sur des situations, des actions et des sentiments partagés par tous les parents où l'expression des individualités des pères, face à l'émergence d'une pratique de la parentalité plus générale, s'effectue dans un bricolage identitaire qui ne dépend pas tant du statut des pères que des goûts et des individualités de chacun.

Nous pouvons ainsi valider la première hypothèse qui consiste en l'affirmation que la plateforme Instagram utilisée par les pères, dans un mélange entre l'acceptation de « l'architecte » du réseau social et le détournement de ses fonctionnalités, offre une tribune pour représenter les nouvelles pratiques de chaque père selon leurs objectifs personnels et leur différents moyens d'expression comme des mèmes ou des images brutes du quotidien. Pour autant, ce constat pourrait être nuancé en déterminant différents degrés de « nouveautés » des pratiques paternelles qui demeurent plus ou moins novatrices par rapport aux normes sociales. En effet, certains comptes comme celui de @Father\_of\_Daughters qui offre une vision désenchantée du quotidien d'un père à la maison avec ses filles ou bien le profil de @KordaleNkaleb, un couple gay afro-américain qui élève ensemble quatre enfants, bousculent davantage les visions stéréotypées de la paternité que d'autres pères. En effet, à l'inverse, @tiesandfries met en scène le bonheur de la vie familiale en n'exposant que les moments de partage heureux en dehors de la maison sans réellement entrer au cœur des pratiques quotidiennes du père. Cependant, une chose réunie l'ensemble des profils des pères : une pratique du « care » singulière et émotionnelle à savoir la proximité physique avec l'enfant et l'expression des sensibilités.

Des résultats à une hypothèse qui n'avait pas été soulevée au départ sont apparus au cours de l'analyse du corpus en se focalisant sur les nouvelles formes de pratique de la paternité à savoir la notion de co-parentalité et d'exercice de la paternité non genrée au quotidien. En effet, les nouvelles pratiques de la paternité ne peuvent se penser indépendamment des pratiques de la maternité. Dans cette comparaison, être père en 2017, serait tout simplement être parent de façon de moins en moins différenciée dans un contexte sociologique de remise en cause des genres par des courants de pensée pluridisciplinaires comme les Gender Studies. De fait, être soi au sein de la famille ne serait pas tant être père qu'être un parent qui élève les enfants à sa façon selon sa propre subjectivité.

De fait, Instagram est utilisé plus ou moins consciemment par les pères dans une contestation des stéréotypes qui naviguent aujourd'hui dans différents espaces discursifs de la scène publique comme la télévision ou bien la publicité. Cette contestation prend forme à différents niveaux. Tout d'abord, dans le choix de la mise en avant de certains contenus qui

tranchent avec l'imaginaire commun de la pratique de la paternité, la démarche symbolique de s'identifier à des communautés de pères à travers différents gestes de socialisation offerts par Instagram comme le hashtag créant ainsi des « contre-publics » avec des problèmes publics singuliers à faire valoir mais aussi l'utilisation de certains moyens d'expression en eux-mêmes « déviant » par rapport à l'architexte Instagram comme des images de textes. La contestation des stéréotypes se fait également à une autre échelle, à savoir la variété et la multiplicité des représentations des nouvelles paternités par les 24 comptes Instagram dans le fond comme dans la forme qui s'opposent à la tendance uniformisante et simplificatrice du stéréotype. Néanmoins, Instagram incarne le réseau social de la représentation qui connecte les utilisateurs grâce aux images où ces derniers s'imitent et s'influencent plus ou moins consciemment. Si les pères s'émancipent relativement des normes paternelles instituées en remettant en cause les stéréotypes, ils créent en retour d'autres stéréotypes dans l'espace numérique Instagram. Les différentes causes qui expliquent cette tendance ne demeurent à ce jour que des hypothèses. Une des raisons pourrait être la suivante : en réaction à la disparition de certains stéréotypes avec l'expression de la sensibilité et des émotions contre l'image du père froid et autoritaire, l'émergence de stéréotypes liés à la virilité, en accord avec les canons esthétiques institués dans la société aujourd'hui, viendraient contrebalancer, notamment sur les comptes communautaires, la menace de ne plus être des « vrais hommes » tout en mettant en valeur l'individualité.

En effet, si Instagram utilisé par les pères devient un outil de témoignage de nouvelles paternités, il représente aussi un moyen pour les pères de penser leur identité au sein de la famille tout en construisant leur individualité par rapport aux autres membres de celle-ci. En effet, en affichant leurs pratiques, les pères se mettent en avant sous tous les angles pour légitimer leur statut et exister en tant que père mais aussi en tant que personne. Cependant, contrairement aux mères qui se détachent davantage du cadre familial, l'autoréflexion déployée par les pères sur leur individualité se fait dans une pensée constante par rapport à leurs liens avec la famille et dans une mise en relation permanente avec l'enfant. De fait, le processus de construction des identités paternelles s'inscrit dans un va et vient continu entre individualité et exercice du rôle paternel où les deux s'imbriquent et se supportent. En effet, certains pères se servent de leur rôle familial pour faire la promotion de leurs goûts et de leurs atouts personnels comme la cuisine et en retour les éléments constitutifs de l'individualité des pères comme la créativité viennent légitimer les capacités de ces derniers dans ses tâches du quotidien.

L'utilisation d'Instagram met en avant plusieurs données qui facilitent cette construction de soi : la matérialisation et la construction des relations avec les autres membres de la famille,

la possibilité de se voir en train de faire sa paternité selon son propre point de vue et le pouvoir d'écrire le récit familial selon sa subjectivité et sa vision du quotidien. Mais dans un contexte de promotion constante des personnalités sur Instagram, les processus d'hypersubjectivation et la recherche de popularité peuvent conduire à des formes d'instrumentalisation de l'enfant où l'exposition de la paternité ne devient qu'un prétexte. Ainsi, l'utilisation d'Instagram, au sein du corpus analysé, sert la construction des identités paternelles selon des objectifs contradictoires qui peuvent s'imbriquer : entre la légitimation du rôle du père dans le cadre familial et la promotion des identités personnelles non tournée vers les intérêts de l'enfant.

Face au manque de données sociologiques et l'absence de témoignages des pères eux-mêmes, la dernière hypothèse, à savoir un transfert de l'exigence de la mère parfaite vers le père parfait, malgré quelques éléments de réponse, reste à l'état d'hypothèse. Dans la mesure où la mère, aux yeux de la société, occuperait « naturellement » un rôle qui lui serait dû, la recherche de perfection de l'exercice de son rôle serait moins importante que celle reposant sur les pères dont leur statut même demeure encore remis en cause. La légitimation du rôle paternel au sein de la famille passerait alors par la preuve d'une bonne paternité irréprochable. Les nombreux comptes paternels qui mettent en avant une vision enchantée de la vie familiale constituées de temps fort heureux entre les membres de la famille vont dans ce sens. Pour autant, ces affirmations doivent être nuancées à double titre. Tout d'abord, si nous nous penchons sur les profils des comptes miroirs des mères, l'embellissement de la vie familial est également de mise, ce qui ne va pas dans le sens d'un transfert de la « tyrannie de la perfection » de la mère vers le père mais plutôt de l'exigence sociale de manière générale de montrer le meilleur de soi pour être reconnu et estimé par la communauté sur Instagram. Par ailleurs, d'autres comptes de pères prennent à contre-pied ce type de représentation en promouvant la déculpabilisation de certaines pratiques paternelles et en affichant les bons moments comme les moins heureux mais aussi les instants de faiblesse des pères.

Ainsi les hypothèses présentées en introduction demeurent toutes validées avec plus ou moins de nuances face à la pluralité des pratiques paternelles qui attestent de l'échec de la catégorisation des pères, souvent stéréotypée, même si des généralités se dégagent. Ces premiers résultats, à partir de 24 comptes de pères, offrent les premières pistes de réflexion pour effectuer des analyses sociologiques qui permettraient de saisir les contextes personnels et familiaux de chaque père afin de comprendre certaines causes qui poussent les pères à se représenter selon des façons singulières. Cette démarche offrirait davantage de précisions et justifierait les représentations bien que les éléments déclaratifs énoncés dans les légendes des

images apportent déjà quelques indices tout comme les données non déclaratives, voire inconscientes de leurs représentations qui sont autant d'éléments précieux pour saisir les pratiques paternelles et leurs enjeux identitaires.

Par ailleurs, deux facteurs de précisions mériteraient d'être approfondis à savoir le prisme culturel et le niveau social des pères. En effet, les normes de chaque société influent sur les pratiques de la paternité. Par exemple, la Norvège est le pays qui offre le plus de droits aux pères notamment avec un congé paternité aussi long que celui de la mère à l'inverse d'autres pays moins engagés en faveur de ces derniers. Ce contexte conditionne en partie les formes de paternité comme l'atteste le compte de pères suédois, un autre pays nordique actif pour les causes paternelles, qui représente des pères à la maison. Par ailleurs, le niveau social demeure certainement le critère le plus influent sur les pratiques paternelles au quotidien et il n'a pu être défini dans l'analyse des comptes Instagram bien qu'une certaine catégorie sociale de classe moyenne supérieure semble se dégager. L'analyse de nos figures paternelles ne vise donc pas à généraliser l'ensemble des pères de façon indifférenciée mais permet de dégager des signaux faibles et des tendances de fond émergentes qui se retrouvent dans toutes les sociétés et tous les niveaux sociaux à des degrés variables. Ainsi, notre projet de recherche offre modestement la voie vers des chantiers plus longs avec des approches complémentaires comme les enquêtes de terrain tout en participant au processus de visibilité de ces nouvelles paternités au sein de la sphère universitaire dans une approche qui tente de se départir des stéréotypes.

# BIBLIOGRAPHIE

## Ouvrages

Amossy Ruth et Herschberg Pierrot Anne, *Stéréotypes et clichés*, Armand Colin, 2016, chapitre 1, 2, 3 et 4

Aristote, *Poétique*, Les classiques de poche, le livre de poche, 1990

Badiou Alain et Bourdieu Pierre, *Qu'est-ce qu'un peuple?*, La fabrique, 2013

Barthes Roland, *La chambre claire : note sur la photographie*, Edition de l'Etoile, Gallimard, Edition du seuil 1980.

Barthes Roland, *Mythologies*, Essais, 2014, Partie 1. « Le mythe est une parole »

Brecht Bertolt, *Petit Organon pour le Théâtre*, L'Arche, juin 1997

Charaudeau Patrick, *Les médias et l'information : l'impossible transparence du discours*, De Boeck-INA, Bruxelles, 2005

Debré Régis, *Eloge des frontières*, Folio, 2013

Esquenazi Jean-Pierre, *Sociologie des publics*, La découverte, 2009

FLICHY Patrice, *Le Sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Editions du Seuil, Paris, 2010

Foucault, *Le corps utopique, les hétérotopies*, Nouvelles éditions Lignes, 2009

François de Singly, *les uns avec les autres. Quand l'individualisme crée du lien*, Paris, Hachette Littérature, coll. « plurielle », 2003

Frédéric Lambert, *Je sais bien mais quand même*, Edition non standard, 2013

Goffman Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Les éditions de Minuit, 1973

## Articles universitaires

Agence curiouser et Les phénomènes, « Peut-on assurer la réussite d'un même », *Effeillage*, Janvier 2013

Berthelot-Guiet Karine , Marti de Montety Caroline et Patrin-Leclère Valérie, « Entre dépublicitarisation et hyperpublicitarisation, une théorie des métamorphoses du publicitaire », *Semen*, N°36, 2013

Brannen Julia et Nilson Ann « *From fatherhood to fathering* », *SAGE Journals*, Vol 40, issue 2, avril 2016

Courtine Jean Jacques, « La virilité est-elle en crise ? Entretien avec Jean-Jacques Courtine », *Études*, 2012/2, Tome 416, p. 175-185.

Dubar Claude, « Régimes de temporalités et mutation des temps sociaux », *Temporalités*, Revue.org, 2004

Fraser Nancy, « Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement. Extrait de *Habermas and the Public Sphere*, sous la direction de Craig Calhoun, Cambridge, MIT Press, 1992, p. 109-142 », *Hermès*, La Revue 2001/3 (n° 31), p. 125-156.

Gaté Jean-Marc, Entretien avec Paul Ricoeur « Le philosophe laboratoire de philosophie », *Cairn.info*, 2001, N°15

Glenda Wall et Stephanie Arnold « How involved is involved fathering : an exploration of the contemporary culture of fatherhood », *Sage Journals*, Vol 21, issue4, 2007

Erik Neveu, « L'approche constructiviste des « problèmes publics ». Un aperçu des travaux anglo-saxons », *Études de communication*, N°22, 1999

Sapio Giuseppina, « La pratique des *home movies* en France de 1960 à aujourd'hui », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°17/1, 2016, p.51 à 61

Sapio Giuseppina, « Le film de famille : représentations collectives, mise en récit et subjectivation » 2017, dossier Psychanalyse, socioanalyse n°8 de Politiques de communication.

Sapio Giuseppina, « Famille et caméras d'amateurs : pourquoi a-t-on besoin de se filmer ? », *Les cahiers de la SFSIC*, 2017, n°13, p183

Thekwall Mike, « social network sites : users and uses », *Academia*, 2009

Williams Stephen « What is fatherhood, searching for the reflexive father », revue Sage journals, 2006

Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, *L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran*, 2005, vol 145, p3/15

### **Articles**

Dossier « Fille ou garçon, c'est quoi la différence ? » National Geographic, Janvier 2017

### **Articles Web**

Benjamin Adler, « Hashtagologie ou quand la pub devient sociologue », *Influencia*, 22/06/2017

Entretien avec Erice Macé dans le cadre de l'Etude ORSE en partenariat avec BETC EURO RSCG juin 2010

Rozenn Perrichot, « Chiffres Instagram », *Blog du Modérateur*, 2017

### **Etudes**

Etude l'Observatoire des familles UNAF « être père aujourd'hui », France, 2016

Etude Médiamétrie, « la data a eu la peau de la ménagère », France, 2015

Etude Y&R Toronto, « Who is your Daddy », Canada, 2017

### **Podcast**

Gomez-Meija Gustavo, *Les fabriques de soi, identités et Industries sur le Web*, podcast

France Culture « les nouvelles vagues » 20/10/2016



**Les annexes ont été retirées de la version diffusée en ligne.**