



HAL
open science

**Les comptes sexe sur Instagram face aux imaginaires
d'un web libre et participatif: étude de la performance
de la parole libérée comme procédé discursif pour
l'institution d'une sexologie numérique**

Juliette Cahen

► **To cite this version:**

Juliette Cahen. Les comptes sexe sur Instagram face aux imaginaires d'un web libre et participatif: étude de la performance de la parole libérée comme procédé discursif pour l'institution d'une sexologie numérique. Sciences de l'information et de la communication. 2021. dumas-03723750

HAL Id: dumas-03723750

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03723750>

Submitted on 15 Jul 2022

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

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

Copyright

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias et numérique

Les comptes sexe sur Instagram face aux imaginaires d'un web libre et participatif Étude de la performance de la parole libérée comme procédé discursif pour l'institution d'une sexologie numérique

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

Tuteurs universitaires : Camille Rondot et Thierry Devars

Nom, prénom : CAHEN Juliette

Promotion : 2020-2021

Soutenu le : 23/09/2021

Mention du mémoire : Très bien

RÉSUMÉ

Sur Instagram, réseau social de l'image par excellence, des comptes renouvellent les imaginaires autour du sexe et de la sexualité. La redéfinition des barrières de l'intime et du public sert l'ambition de «détabouiser» une parole sur le sexe. Le travail de mise en discours est porté par des créateurs de contenus qui s'avèrent être en majorité des créatrices. En plus d'écrire et de produire sur le sexe, elles s'écrivent aussi elles-mêmes, au sein d'un cadre énonciatif particulier.

L'ambition de ce travail est d'interroger l'entreprise de médiatisation de soi et de la sexualité en ligne à l'aune des imaginaires libertariens que charrient Internet. Il s'agit de déceler la manière dont se transforment les identités au contact de la plateforme en prenant en compte les logiques de pouvoir et de rapports de force techniques, économiques mais aussi politiques. L'étude des valeurs, des dispositifs, et des processus de communication que les comptes sexe irriguent prend en compte les modalités de co-production d'un discours sur le sexe entre la plateforme et les énonciatrices.

Les créatrices des comptes sexe établissent des stratégies conscientes ou inconscientes qui participent à figer une certaine représentation du sexe et de la sexualité. Sur Instagram, dispositif d'exposition numérique où il faut jouer avec les normes pour exister, les propriétaires des comptes sexe façonnent des discours performés. En représentation, elles doivent démontrer des indices de fiabilité économique auprès de la plateforme, et faire preuve d'authenticité auprès de leurs communautés. En conséquence, l'entreprise d'appropriation du dispositif sert dès lors un discours d'auto-légitimation, quoique contraint.

Mots clés

Instagram, appropriation, performance, influence, communauté, standardisation, authenticité, libération, marketing, imaginaires, légitimation

REMERCIEMENTS

Mes remerciements vont d'abord à Camille Rondot, ma tutrice universitaire et responsable de formation pour être restée à l'écoute et largement disponible durant la phase stratégique et périlleuse de recherche et de cadrage du sujet. Ils vont également à Thierry Devars qui a adapté son emploi du temps pour pouvoir prendre la suite de cet encadrement et m'épauler dans la phase de rédaction. J'aimerais également remercier Virginie Béjot qui a accepté de m'accompagner en qualité de rapporteure professionnelle malgré ses impératifs.

Je tiens également à remercier chaleureusement Sylvie Gesson pour sa bienveillance et ses encouragements durant cette année si particulière.

Mes remerciements vont ensuite à ma famille pour son soutien moral et à mes amis pour leurs encouragements, leur écoute mais aussi leur grande capacité d'adaptation.

Enfin, je salue la compréhension dont ont fait preuve mes collègues chez *Spintank*, en particulier Erika Frixon, ma supérieure.

SOMMAIRE

INTRODUCTION 7

PROBLÉMATISATION DU SUJET	9
MÉTHODOLOGIE	11
ANNONCE DE PLAN	12

PARTIE 1 : INVESTIR INSTAGRAM EN STRATÈGE : LA PAROLE INTIME MISE À NUE 15

A) L'ABOLITION DE LA DISTANCE SYMBOLIQUE AU CŒUR DU PROCESSUS DE «DÉTABOUISATION» DU SEXE SUR INSTAGRAM.....	15
1) Résister face à la menace.....	15
2) Inspirer confiance	18
a. Authentifier la proximité.....	18
b. Jouer sur le commun : la force du récit de l'expérience.....	21
c. Amateurisme : la forme performative du discours.....	22
B) MODALITÉS DE PRISE EN MAIN DU DISPOSITIF : FAIRE SIEN, FAIRE SOI ?.....	25
1) Des tactiques individuelles différenciées à une stratégie collective	25
a. Invariants structurels et partage de codes, ciments d'une culture numérique	26
C) «JE» «TU» «VOUS» «NOUS» : LA MISE EN SCÈNE D'UN MOI LIBÉRATEUR D'UN NOUS	28
1) L'incarnation au cœur de la promesse.....	28
2) Infraordinariser la parole sur le sexe	31
3) La mise en scène de soi via une interface ou la réincarnation de la médiation	33

PARTIE 2 : DERRIÈRE LES ENJEUX DE PRODUCTION DES COMPTES SEXE INCARNÉS PAR LEURS PROPRIÉTAIRES, DES MODALITÉS PARADOXALES DE LÉGITIMATION 35

A) DES FORMES DE MÉDIATISATION PARTICULIÈRES A PRIORI MANIFESTES D'UNE APPROPRIATION DU WEB.....	35
1) Des lignes éditoriales : entre alignement et distinction	36
a. Produire et diffuser de contenus esthétisés, une entreprise encouragée par Instagram	36
b. Formes systématiques et méta-discours, des outils pour l'identification	39
c. Les imaginaires du web libre contrariés par la récupération de compétences journalistiques pourtant légitimatrices	41

B) AUTORITÉ EXOGÈNE, AUTORITÉ ENDOGÈNE : MODALITÉS DE CONSTRUCTION D'UNE EXPERTISE	45
1) Les propriétaires des comptes sexe légitiment leur statut en empruntant aux discours des professionnels de la thérapie	46
a. Le discours pédagogique au cœur de l'entreprise de légitimation.....	46
b. La figure de l'experte : convoquer les savoirs, expliquer, se légitimer	48
c. ...Pour asseoir un nouveau statut : celui d'une experte en libération de la parole	50
2) Architecture technique, architecture de l'autorité	51
C) EN REPRÉSENTATION, LES CRÉATRICES MÈNENT UN PROJET S'APPARENTANT À DU MARKETING.....	53
1) La légitimation de l'amateur	54
2) Marketing de soi et auto-promotion.....	55
3) La marketisation d'un ethos ou l'institutionnalisation du discours sur le sexe	57

PARTIE 3 : LES CONTRADICTIONS POLITIQUES DE LA REPRÉSENTATION 61

A) INSTAGRAM, UNE PLATEFORME COMME LES AUTRES ?.....	61
1) Investir Instagram en élève	61
a. À rebours des imaginaires du web libre, une grammaire éditoriale et technique standardisée	61
b. Reproduction d'un jeu hiérarchique : les logiques économiques au cœur de la définition des liens de subordination	62
2) Les limites du partage	64
B) UN MÉTA-DISCOURS AUX MODES D'ACTION PARADOXAUX	66
1) L'enjeu de la visibilité	66
2) Un discours politique sur le sexe sur un dispositif traversé par le politique : mille-feuille de pouvoirs et polycentrisme des discours	67
3) Une communauté fermée, mais inclusive, dans un réseau ouvert mais régulé.....	68
4) Des performances identitaires pour trouver des preuves de sa fonction sociale...	72
C) LES PARADOXES D'UNE PAROLE INTIME SUR LE SEXE RATIONALISÉE ET MARCHANDISÉE.....	73
1) La production industrielle d'une parole exaspérée.....	73
2) Les imaginaires de l'intime et du commun face au capitalisme d'Instagram	75
3) Derrière l'espace «safe» libérateur en huis-clos, un algorithme sélectif	76

CONCLUSION 79

BIBLIOGRAPHIE 84

ANNEXES 88

INTRODUCTION

S'intéresse-t-on aux questions liées à la sexualité dès lors qu'on expérimente le sexe ? Faut-il avoir pris suffisamment de recul sur le sujet pour éviter tout biais ? *A fortiori*, qui est légitime d'en faire un objet d'étude ? Les sexologues ? Les sociologues ? Il est en réalité vain de dater le moment où la thématique a commencé à m'interpeller. Peut-être avoir eu certains membres de ma famille qui faisaient de l'étude de ces sujets leurs métiers m'a-t-il donné confiance pour que je m'en empare à mon tour. Pourtant, je n'ai pas la légitimité de pouvoir en faire un objet d'étude. Le sujet s'est simplement imposé à moi dès lors que j'ai pris conscience de la force des imaginaires et des discours autour du sexe et de la sexualité. Tantôt ils alimentent, tantôt ils privent les phénomènes des comportements sexuels de leur dimension insaisissable.

Le sexe est un monde, un à part dans l'imaginaire collectif. Personne ne semble véritablement savoir la manière dont en parler, certains refusent même d'en faire un sujet. Pour d'autres, c'est à travers une parole hyperbolique qu'on l'aborde, un registre qui témoigne de fait de l'impossibilité d'en parler avec un discours mesuré ou neutre. Pourtant, les discours politiques, sociologiques sur le sexe et la sexualité abondent et tendent à imprégner les imaginaires autour du sujet. Avec le numérique, ce sujet trouve une nouvelle fenêtre d'expression. Mais de la même manière que hors ligne, la diffusion d'une parole et d'un discours en ligne se heurte à de nombreuses barrières. Certes, la diffusion d'un tel discours peut rencontrer, par le sujet qu'il vise, plus d'obstacles qu'un autre. Au-delà de cela, la dimension numérique qui caractérise les dispositifs en ligne génère de nouvelles manières d'énoncer ce type de discours. Aussi m'a-t-il paru intéressant d'allier ma curiosité pour ce sujet et ses représentations, à mon intérêt pour les médias, les « nouveaux médias » ou tout autre acteur proposant un renouvellement des narrations. L'essor de ce que j'appellerais ici les comptes sexe sur Instagram est à ce titre intéressant puisque la marge d'innovation éditoriale trouve ses limites même dans la fonction de cadre qu'assure le réseau social.

D'ailleurs, ce sont ces questions liées à l'intérêt et la popularité grandissante pour ce type de contenus sur Instagram qui ont constitué le point de départ de mon analyse : comment expliquer le succès de ces comptes ? Est-il lié au sujet qu'ils traitent ? Les modalités d'énonciation d'un discours sur le sexe sont-elles véritablement différentes de celles d'un discours sur un autre sujet ? Faut-il relier les comptes sexe à la tendance contemporaine communément caractérisée par les « tribunaux médiatiques », présentée dans les discours

d'accompagnement des nouveaux médias comme véritables terres d'accueil des voix alternatives ou minoritaires ?

Ces questions ne peuvent pas guider telles qu'énoncées l'étude qui suit, dans la mesure où elles supposent d'analyser l'effectivité du discours produit ; il ne s'agit pas ici de vérifier l'efficacité des comptes sexe mais de saisir les enjeux, les valeurs, les dispositifs et les processus de communication qu'ils irriguent. Pour autant, elles impulsent une réflexion sur les rapports entre un sujet privé et sa diffusion publique, *via* un compte Instagram. Un compte est à la fois un espace regroupant les données personnelles d'un utilisateur et un « droit d'accès attribué à un utilisateur par l'administrateur d'un réseau¹ ». L'étude se concentre sur des comptes Instagram, un réseau social et une application créés en octobre 2010 et racheté par Facebook en 2012 qui permet de publier des photos avec des filtres, des vidéos et des *stories*². Plus précisément, nous nous intéressons aux comptes qui abordent, dans les contenus qu'ils publient, la thématique de la sexualité, thématique qui est au cœur de leur « ligne éditoriale ». Mais alors, qu'entend-t-on par sexualité ? Du point de vue physiologique, la sexualité est, tel que défini par le CNRTL, « l'ensemble des mécanismes physiologiques qui concourent au rapprochement des sexes et à la reproduction de l'espèce³ ». Les mots sexe et sexualité sont dérivés des mots latins *sexualis* et *sexus* qui évoquent la distinction et la séparation. Au-delà de cela, une des composantes de la sexualité concerne des aspects cognitifs et culturels : les mœurs, représentations, croyances, valeurs, symboles... Le sexe et la sexualité ont toujours été l'objet d'une mise en discours d'ordre religieux et scientifique. Au XIX^e siècle, des domaines tels que la médecine et la psychiatrie participent plus que jamais à la mise en discours du sexe. On observe une explosion des nouvelles pathologies propres à l'ensemble de ce qui serait du ressort des « déviances sexuelles ». D'où, sans doute, la volonté de la consacrer sous une discipline, une étude des pratiques qu'elle couvre : la sexologie. Science récente, elle renouvelle également la mise en discours de la sexualité. D'autant plus que les trois derniers siècles ont vu naître une « explosion discursive⁴ » autour du sexe et de la sexualité, caractérisée par une incitation à en parler, à en entendre parler mais aussi à le faire. La sexologie consacre pour de bon les troubles qui sont liés à la

¹ Source : Lerober.com : <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/compte> [Consulté le 30 juillet 2021]

² Les *stories* permettent aux utilisateurs d'Instagram de partager une ou plusieurs photos et/ou de vidéos qui s'agrègent les unes aux autres avant de disparaître après 24 heures

³ Source : cnrtl.fr : <https://www.cnrtl.fr/definition/sexualit%C3%A9> [Consulté le 2 juillet 2021]

⁴ FOUCAULT Michel, *Histoire de la sexualité*, vol. 1, *La volonté de savoir*

sexualité, la nécessité de les corriger et d'en parler. Cette dynamique s'inscrit dans ce que Michel Foucault appelle la « volonté de savoir » qui fait écho au besoin de connaître les secrets et aveux les plus tabous qui gravitent autour du sexe. Selon l'auteur, c'est cette volonté de savoir qui engendre une science de la sexualité. Le principe répressif donnerait au sujet une obligation implicite de produire une vérité sur la sexualité. Michel Foucault parle d'ailleurs du XIX^{ème} siècle comme l'époque qui donne le la à une forme d'«expansion discursive». Les discours sur le sexe commencent à prendre une place dans la morale, la psychiatrie, la médecine ou encore la pédagogie. Dès lors les discours se multiplient et les endroits et cadres où et depuis lesquels ils sont livrés se diversifient. Aujourd'hui, ce phénomène atteint son paroxysme avec le numérique : les sources d'énonciation se multiplient, les logiques d'expression citoyenne également. Les comptes sexe sont un bon exemple de ce mariage entre l'énonciateur — la personne qui parle, qui énonce le discours sur le sexe, quoiqu'il s'agisse le plus souvent d'une énonciatrice — et le dispositif technique —Instagram —.

PROBLÉMATISATION DU SUJET

La rencontre entre des enjeux techniques, de discours et d'identités nécessite de mettre en perspective les caractéristiques particulières qui sont liées aux comptes sexe avec les outils d'analyse des Sciences de l'Information et de la Communication. Des caractéristiques qui font référence à un sujet tabou, des modalités de parole pour l'aborder, des acteurs pour se l'approprier, un cadre d'énonciation etc. Être présent sur Instagram signifie prendre part à un ensemble d'utilisateurs. S'agissant des comptes sexe, qui présentent un grand nombre de *followers*⁵, la notion d'ensemble prend une autre signification. La construction de cet ensemble d'utilisateurs que beaucoup désignent comme une «communauté» doit en effet être une initiative de la propriétaire du compte. Pour conserver ces *followers* — ou abonnés en français—, dont le nombre participe à la construction de la fiabilité des dits comptes, des logiques d'influence interviennent. Des dynamiques de dépendance et d'interdépendance façonnent les modalités de présentation de soi et de discours sur le sexe sur Instagram. Elles interrogent ainsi la notion de liberté qui infuse pourtant les imaginaires liés aux comptes sexe.

⁵Un *follower* s'abonne à un compte, à un profil, afin de suivre l'activité de ce dernier : il a ainsi accès aux contenus publiés par le profil suivi qui intègrent dès lors son fil d'actualité

Dans quelle mesure l'entreprise de médiatisation de soi et de la sexualité à laquelle s'adonnent les créatrices de comptes sexe sur Instagram se construit-elle dans un double processus opposition-concordance avec les imaginaires libertariens que charrient Internet ?

L'idée d'une liberté éditoriale sur Instagram, très ancrée dans les imaginaires d'internet, semble se heurter au processus de transformation des discours au contact d'un dispositif numérique. Sur la plateforme en effet, les structures éditoriales sont proposées par défaut aux internautes. Des stratégies sont alors établies par les créatrices de comptes sexe pour lutter contre ce que Fanny Georges nomme «l'emprise culturelle des logiciels 2.0⁶». Ce constat nous invite à formuler une première hypothèse : **l'appropriation particulière et individuelle de Instagram par les créatrices de comptes sexe détonne avec la logique de standardisation des discours numériques.**

La liberté du web participatif apparaît dès lors comme une illusion, dans la mesure où ce dernier contraint les nouveaux *gatekeepers*⁷, à l'instar des propriétaires des comptes sexe sur Instagram. Pourtant, ce postulat entre en tension avec le refus théorique de ces dernières — ou leur refus auquel leurs publics s'attendent — de se soumettre aux codes d'internet. Les comptes sexe se présentent comme des lieux clos où la libération de la parole entre les membres de la communauté qu'entendent construire les énonciatrices est maîtresse. Nous faisons ainsi l'hypothèse que **sur Instagram, qui construit un cadre énonciatif où il faut jouer avec les normes pour exister, les propriétaires des comptes sexe en représentation portent des discours performés.** Les sujets liés au sexe et à la sexualité étant tabous, et énoncés par des personnes mues par des engagements en grande partie politiques, il semble nécessaire d'étudier les stratégies de performance à l'œuvre dans «la mise-en-libération» d'une parole *a priori* intime.

⁶ GEORGES Fanny « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 » pp. 165-193.

⁷ La pratique de gatekeeping a été théorisée par le psychologue Kurt Lewin en 1947. Le terme gatekeeper désigne les intermédiaires qui occupent un rôle de filtre sur le marché de l'information. Si historiquement, il incombe aux journalistes, producteurs et éditeurs d'en assurer la fonction, avec internet, les cartes ont été rebattues. Les gatekeepers ne sont plus les mêmes : la prise de parole n'est plus filtrée de la même manière et est davantage citoyenne qu'auparavant (blogs, réseaux sociaux).

Nous postulons enfin que **les démarches particulières des propriétaires des comptes sexe entrent en tension avec une logique d'influence prédominante sur Instagram, plateforme qui sous-tend des dynamiques économiques et politiques adressant des enjeux de légitimation.**

MÉTHODOLOGIE

Le terrain choisi pour l'analyse est celui des comptes sexe sur Instagram, soit des comptes qui placent au cœur de leur ligne éditoriale des sujets liés au sexe et à la sexualité. Sont exemptés de l'étude les comptes qui ne traitent pas *stricto sensu* de sexe ou de sexualité ou qui l'abordent à travers le traitement d'autres enjeux liés à l'appartenance au genre féminin (règles, problèmes spécifiques type gynécologiques, harcèlement, rapport au corps). Nous avons choisi de focaliser notre attention sur @jouissance.club — dont la notoriété a permis la publication du livre *Jouissance club: Une cartographie du plaisir*⁸ — et @orgasme_et_moi, qui présente un projet d'« éducation sexuelle »⁹. Tous deux développent en ligne un discours sur la santé psycho-sexuelle et célèbrent une forme d'érotisme qui tend à infuser les conversations interpersonnelles hors ligne. Pour autant, nous ne comparerons pas le discours sur le sexe en ligne à la sexologie hors ligne. Nous consacrons l'étude à des comptes Instagram qui abordent un sujet tabou et dont les discours, de façon assez inédite, ont un écho dans le débat public. Le livre de @jouissance.club a en effet reçu un bel accueil auprès des Français et à l'international. De la même manière, on retrouve le compte @orgasme_et_moi à travers le *hashtag*¹⁰ #MMM qu'abritent les pages profils sur les applications de rencontre¹¹. Il nous a semblé que quelque chose se passait du côté de @jouissance.club et @orgasme_et_moi, des comptes à forte notoriété : respectivement 730 000 et 326 000 abonnés au moment de la collecte.

L'analyse porte d'une part sur leur page de présentation. Nous entendons par là les portions qui regroupent la photo de profil de l'utilisatrice, son pseudonyme, sa biographie, ses «*stories* à la une», le nombre de publications postées sur le compte ainsi que le nombre

⁸Voir Annexes, fig.1

⁹Voir Annexes, fig.2

¹⁰ Le mot *hashtag*, de l'anglais « hash » qui signifie « dièse » et « tag » qui signifie « balise » désigné un mot-clé cliquable, précédé du signe dièse (#), permettant de faire du référencement sur les sites de microblogage. Source : Larousse.fr
: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/hashtag/10910925> [Consulté le 6 juillet 2021].

¹¹ « #MMM » ou « Mixed Marvellous Minds » désigne l'acronyme voté par les abonnés de @orgasme_et_moi en juin 2019 pour se retrouver sur les applications de rencontre.

d'abonnés et d'abonnements. Nous en avons fait des captures d'écran le 24 décembre 2020. Les pages de présentation donnent le ton sur ce que l'internaute s'apprête, ou non, à découvrir. C'est notamment l'efficacité de l'éditorialisation de cet espace, ainsi que le travail du discours qu'il encapsule qui va conduire l'internaute à s'arrêter sur le compte et le parcourir. C'est aussi sur elle qu'on peut lire les stratégies pour être visible : la scission entre parole dite experte ou d'autorité et la parole citoyenne, populaire y est mise en forme. Si les pages profils donnent le ton, les contenus publiés, soit les « signes sociatifs¹² » pour reprendre les mots de Fanny Georges, incarnent les partis pris éditoriaux. C'est à ces *galeries* ou *collections*, soit les contenus publiés — toute publication partagée dans le fil du compte (image, vidéo, légende...) — que nous nous sommes d'autre part intéressé. Nous avons réalisé la collecte des contenus publiés sur la période novembre 2019 à février 2020. Cette collecte ne vise pas la représentativité. Puisqu'il s'agit de comprendre les enjeux de production et d'institutionnalisation, et non d'étudier le traitement d'une information spécifique, intégrée dans un espace-temps particulier, nous avons laissé notre corpus en quelque sorte parler de lui-même.

Pour cela, nous privilégions l'analyse de discours et l'analyse sémiologique. Il s'agit, avec une ethnographie du web, d'étudier les modalités de production d'un discours sur le sexe, sujet politique et qui emprunte aux savoirs scientifiques. Aussi, il faut prendre en compte la dimension numérique du discours qui ne désigne pas *stricto sensu* le support. L'analyse discursive et sémiologique donne des outils pour comprendre la manière dont se transforment les identités au contact de la plateforme. L'analyse des enjeux qui en découlent doit faire émerger des logiques de pouvoir et de rapports de force techniques, économiques mais aussi politiques.

Dans un premier temps nous avons épluché tous les contenus de la période analysée, un par un, et relevé ce qui nous interpellé. Nous avons noté les variants, les invariants, mais surtout les éléments récurrents. Nous avons ensuite procédé à une thématisation des résultats : art, tentative de sexologie, tentative journalistique, intervention de l'énonciatrice et modalités de construction de la communauté. Cette classification a permis de saisir les registres et rhétoriques mais aussi les manières de bâtir un discours sur le sexe, entre fabrique personnelle, emprunts et appropriation.

ANNONCE DE PLAN

¹² GEORGES Fanny *op cit*, p177.

Sur Instagram, il y a ce « *quelque chose qui passe par le visuel [et qui] permet de s'extraire du verbal* », comme l'affirmait l'auteure et chroniqueuse sur la sexualité Maïa Mazaurette en février dernier sur France Inter¹³. Les singularités d'Instagram sont-elles pour autant toutes favorables à l'expression d'une parole intime sur le sexe et la sexualité ? Il faut d'abord définir les caractéristiques de Instagram en ayant pour ambition de déceler ce qu'il propose mais surtout impose aux créatrices de comptes sexe en termes de comportement numérique. Notre première partie est donc la suivante : Investir Instagram en stratège : la parole intime mise à nue. En se targuant de cristalliser les possibilités offertes par le supposé «web participatif», Instagram se présente comme le porte-parole de voix théoriquement inaudibles dans les médias dits «traditionnels». C'est sur cette identité là que semblent venir s'appuyer les créatrices de @jouissance.club et @orgasme_et_moi — elles créent de la proximité avec les utilisateurs d'Instagram, pointant par là un « déni de la médiation¹⁴ », tendance contemporaine aux représentations actuelles de la médiation. Le réseau social abrite ainsi le mythe de l'immédiateté et s'y déploient des stratégies pour nier la médiation entre l'internaute et la créatrice de compte sexe.

Sur Instagram, qui adresse des enjeux de visibilité, les créatrices de comptes sexe s'écrivent, en plus d'écrire sur le sexe. Il y a des éléments à étudier sur les modalités de prise de parole : discours d'auto-légitimation, marques d'amateurisme, ou, au contraire de professionnalisme. Si le discours artistique, d'assistantat, voire de *coaching*, semble libre, il convient de se demander si cette liberté n'est pas feinte ou mise en scène. Pour étudier les mécanismes à l'œuvre dans cette construction justement, il est nécessaire de faire l'analyse de ces comptes à l'aune des rhétoriques qu'elles développent, empruntent ou s'approprient. Nous nous demanderons dans quelle mesure les ambitions paradoxales de légitimation infusent les logiques de production des comptes sexe, des comptes que leurs propriétaires entendent incarner. Et pour cause, les démarches apparemment pédagogique, libératrice et détabouïsante s'inscrivent dans des rhétoriques parfois contradictoires. Conjointement, les comptes sexe dévoilent une ambition sensiblement féministe, parfois militante. Ce discours emprunte différents moyens afin de s'établir. Ces échelons discursifs ne sont pas sans

¹³ Daam, N. (9 février 2020). *Jouir, Re-jouir, se Réjouir avec Maïa Mazaurette*. [Émission de radio]. France Inter, <https://www.franceinter.fr/emissions/modern-love/modern-love-09-fevrier-2020>

¹⁴ BABOU Igor. *Des discours d'accompagnement aux langages : les nouveaux médias*. European Medi@Culture-Online, 1998, p8.

conséquence sur les modalités de présentation, à la fois de soi et du sexe, en contexte numérique.

Enfin, il convient de souligner que les comptes sexe activent et réactivent les notions d'influence et de communauté. Ils agrègent un grand nombre d'abonnés que les énonciatrices entendent fédérer autour de principes communs. L'idée est de servir leur ambition affichée de produire un nouveau discours sur le sexe, en levant le voile sur les comportements sexuels de tout un chacun. Néanmoins, entre les enjeux de visibilité et économiques, des logiques de promotion de soi pénètrent les discours en ligne sur le sexe. Le travail de fidélisation d'abonnés se lit dans l'éditorialisation, et sur le discours en tant que tel. C'est bien au phénomène de dépublicitarisation¹⁵ servant une logique marchande que nous avons affaire. Les comptes sexe s'inscrivent dans une logique qui met en tension les imaginaires d'un Internet ouvert à tous, libre et participatif avec le contrat de lecture qu'ils établissent, lequel vise la fermeture, garantissant la libération et l'auto-libération. C'est dans une troisième partie consacrée aux contradictions politiques de la représentation que nous analyserons ces dynamiques.

¹⁵PATRIN-LECLERE Valérie, MARTI DE MONTETY Caroline, BERTHELOT-GUIET Karine, *La fin de la publicité ? Tours et contours de la dépublicitarisation*, 2014.

PARTIE 1 : INVESTIR INSTAGRAM EN STRATÈGE : LA PAROLE INTIME MISE À NU

Les sujets liés au sexe et à la sexualité sont jugés tabous ; il est convenu qu'ils appartiennent essentiellement au domaine du privé, de l'intime. Pourtant, une première lecture de l'activité des comptes @jouissance.club et @orgasme_et_moi suggère que le dispositif qu'ils investissent, Instagram, s'érige comme le lieu où circulent de façon illimitée les discours et les énoncés sur le sexe. Or, les créatrices des comptes sexe rencontrent des difficultés que l'on tentera ici de caractériser. Pour servir l'ambition de publiciser un discours sur le sexe, lequel encapsule les imaginaires de l'intimité, il convient pour les énonciatrices de mobiliser des stratégies, soit un « ensemble d'actions coordonnées, d'opérations habiles, de manœuvres en vue d'atteindre un but précis¹⁶ ». Il s'agira ici de comprendre quels sont les ressorts de ces stratégies établies par les propriétaires des comptes sexe étudiés, et dans quelle mesure elles viennent symboliquement abolir la distance avec l'internaute.

A) L'ABOLITION DE LA DISTANCE SYMBOLIQUE AU CŒUR DU PROCESSUS DE « DÉTABOUISATION » DU SEXE SUR INSTAGRAM

1) RESISTER FACE A LA MENACE

Les contenus qui abordent de près ou de loin le sexe ont davantage tendance à être soumis à la censure que ceux qui abordent d'autres thématiques plus susceptibles de pouvoir investir le « cadre » qui met en œuvre des dynamiques communicationnelles. Ce cadre, c'est en effet ce qui pointe le primaire de la relation de communication¹⁷. Instagram impose à ce titre une réglementation qui appelle de fait à un type d'énonciation particulier : c'est le cadre qui définit le type de relations qui peuvent s'inscrire en son sein. En cas de non-respect des règles fixées par Instagram, les utilisateurs sont menacés par une sanction (censure, fermeture de comptes...). Les créatrices de comptes sexe prennent ainsi potentiellement de ne plus bénéficier d'un levier de visibilité pourtant constitutif de leur démarche. Pour prévenir cette menace, les créatrices de @jouissance.club et @orgasme_et_moi font des choix

¹⁶ Source : cnrtl.fr : <https://www.cnrtl.fr/definition/strat%C3%A9gie> [Consulté le 8 juillet 2021].

¹⁷ BOUGNOUX Daniel. *Introduction aux sciences de la communication*, II / « Vivre reliés ». Paris : La Découverte, 2001, p. 19-26.

éditoriaux variés. Ainsi s'approprient-elles le registre de la monstration, propre à Instagram en ce qu'il est le réseau social de l'image. Pour rappel, l'application Instagram donne en effet la possibilité aux individus de partager des images et des photographies sur le réseau.

Néanmoins, les propriétaires des comptes sexe adaptent leur récit sur le sexe aux règles précédemment évoquées et détournent, dès lors, certains aspects de ce régime de monstration. @jouissance.club ne publie pas des photographies de sexes et de seins mais les dessine. @orgasme_et_moi ne publie pas de documents explicites sur le désir procuré lors d'un rapport sexuel mais le figurent par des *gifs*¹⁸, des dessins, ou des *emojis*¹⁹ par exemple. D'ailleurs, le rapport qu'entretient Instagram avec les emojis pointe déjà assez clairement la posture de la plateforme vis-à-vis des discours à caractère sexuel. Les emojis donnent lieu à un foisonnement constant de doubles-sens, particulièrement lié aux messages à caractère sexuel : les détournements des emojis étaient un temps tellement nombreux qu'en 2015, Instagram a même essayé de censurer l'aubergine, avant de se rétracter²⁰. Le contexte est donc plus que posé : Instagram n'autorise pas ses utilisateurs à montrer de la nudité, que l'intention soit artistique ou non. Si un individu publie un contenu laissant une partie de son corps, associée par convention au sexe (fesse, téton...), il se risque à la censure. Les règles sur la nudité d'Instagram interdisent les « *gros plans sur des fesses complètement exposées* » et les « *mamelons de femmes découverts* ». Depuis fin 2020, la plateforme a légèrement modifié sa politique sur le « *breast squeezing* », soit le fait d'exercer une pression sur sa poitrine dans le but de la grossir. Dorénavant, Instagram se base sur le degré de pression exercée par les mains et interdit le « *pliage de doigts en un mouvement de pression* » qui entraînerait selon la plateforme « *un changement de forme des seins*²¹ ». Aujourd'hui, la censure ne vient pas uniquement de l'algorithme : Si des internautes jugent des contenus déviant, choquants ou qu'ils ne sont simplement pas en phase avec, ils peuvent signaler les contenus au réseau. Ce nouveau régime de signalement dote dans un même temps des utilisateurs d'Instagram

¹⁸Format d'images numériques permettant de créer des images animées ou à fond transparent. Source : lerobert.com [Consulté le 8 juillet 2021] <https://www.lerobert.com/google-dictionnaire-fr?param=gif>

¹⁹Petite image utilisée dans un message électronique pour exprimer une émotion, représenter un personnage, une action. Source : lerobert.com <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/emoji> [Consulté le 8 juillet 2021].

²⁰GUYOMARD Fanny. 2020. « Emojis : une orgie de sous-entendus », Libération, 14 décembre 2020, https://www.liberation.fr/vous/2020/12/14/emojis-une-orgie-de-sous-entendus_1808637/ (Consulté le 10 juillet 2021).

²¹WOITIER Chloé. 2020. « Instagram met à jour sa politique sur les photos montrant des seins », Le Figaro, 28 octobre 2020. <https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/instagram-met-a-jour-sa-politique-sur-la-nudite-apres-la-campagne-d-une-mannequin-grande-taille-20201028> (Consulté le 10 juillet 2021).

d'un pouvoir non négligeable, et amoindrit celui de créateurs de contenus. À tel point qu'il peut être considéré comme une nouvelle forme de censure sur le web. Le média *Charlie Hebdo* pointe tout de même une tendance au « *détournement des procédures de signalement pour faire effacer des contenus ou des propos avec lesquels [on n'est] pas d'accord*²² ». En plus de remettre en question le principe-même de réaction algorithmique, cette dynamique pointe en creux le caractère faussement démocratique du signalement.

Les discours autour du sexe subissent ainsi une double menace en contexte numérique : celle exercée par la plateforme, et celle exercée par les utilisateurs. Ainsi faut-il établir des stratégies discursives pour aborder le sexe et la sexualité sur Instagram : il s'agit d'anticiper, de pallier la menace, ou d'y résister. Si, comme l'évoque Michel Foucault dans *L'Histoire de la sexualité*, le XVII^e siècle met en place son projet de « mise en discours²³ » du sexe comme règle pour tous, l'arrivée du numérique avec les nouveaux usages et pratiques discursives *ad hoc* rebattent les cartes de ses modalités. Pour parler de sexualité en contexte numérique, il faut d'abord parler de sexe, ce qui présuppose donc déjà plusieurs dynamiques, notamment un procédé de ce qu'on appellera « détabouisation ». Le changement de statut du discours en ligne, qui pointe, dans le cadre de notre étude, la « trivialité » de l'énoncé sur le sexe, participe à sa « détabouisation ». Le fait que l'énoncé soit médié par Instagram diversifie en soi les endroits depuis lesquels la sexualité est abordée ; cela tient d'une version actualisée du phénomène d'« expansion discursive » pointé par Michel Foucault dans son étude sur le sujet²⁴. Dans le même temps, ce sont également les zones de réception qui se multiplient au contact de l'instance d'exposition numérique qu'est Instagram. En cela, le dispositif de médiation reconfigure le discours sur le sexe, une dynamique que nous aborderons un peu plus loin dans l'étude.

Ainsi les énoncés sur le sexe peuvent-ils circuler, passant de l'intime au sens de Serge Tisseron, au public. Ce dernier parle d'ailleurs d'internet comme d'un « lieu privilégié de cette authenticité » où la vérité est comprise dans ce qu'on exhibe²⁵. Les créatrices de @jouissance.club et @orgasme_et_moi doivent ainsi être mettre des stratégies en œuvre pour aller dans le sens de leur ambition d'aborder des sujets liés au sexe et à la sexualité : il

²² DAUSSY Laure. 2020. « Le signalement, une nouvelle forme de censure sur le web ? », *Charlie Hebdo*, 18 décembre 2020, <https://charliehebdo.fr/2020/12/societe/le-signalement-une-nouvelle-forme-de-censure-sur-le-web/> (Consulté le 15 juillet 2021).

²³ FOUCAULT Michel, *Histoire de la sexualité I. La volonté de savoir*, coll. « Tel », Paris, Gallimard, 1976.p. 21.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ TISSERON Serge. « Intimité et extimité », *Communications*, 2011.p 83.

faut inspirer confiance. D'une part en effet, les sujets que ces discours cristallisent sont initialement tabous ou rendus tabous, et d'autre part sur Instagram, la liberté d'expression est surveillée.

2) INSPIRER CONFIANCE

a. Authentifier la proximité

Les comptes sexe doivent investir le champ des « technologies de la confiance²⁶ » pour s'établir dans le cadre énonciatif qu'est Instagram. Pour ce faire, les créatrices des comptes @jouissance.club et @orgasme_et_moi font usage d'une rhétorique de l'authenticité et créent les conditions pour que puissent naître des liens de proximité avec leurs abonnés. C'est d'ailleurs cette construction de l'authenticité et de la proximité qui « fait » le compte, en ce qu'il consacre son identité : un cadre où peut circuler la parole de l'intime.

Abolir la distance supposée entre la personne à l'initiative d'un compte à forte notoriété et les membres de sa « communauté » est ce à quoi semblent s'adonner, volontairement ou non, les propriétaires en question. Le « Club » qu'entend organiser le compte @jouissance.club participe d'un récit de proximité. Selon le Centre national de ressources textuelles et lexicales (CNRTL), un club est une « association dont les membres ont des goûts, des intérêts ou un but communs ». L'idée d'une sorte de mini-société où l'on discute d'affaires communes aux membres impose une « loi de sincérité²⁷ » qui régit les règles d'un code langage partagé, soit « les règles, culturellement variables, que chacun des partenaires présume que l'autre respecte quand ils "jouent le jeu" de l'échange [...]»²⁸ ». Ainsi les collections des comptes visent notamment à témoigner des besoins de @jouissance.club et @orgasme_et_moi d'inspirer la confiance. Cette dynamique est déjà lisible à la « photo de profil », ce signe iconique qui occupe une large place dans l'espace de présentation. Cette terminologie est consacrée par Instagram. La réalité derrière est un peu différente quand on s'intéresse de plus près aux photos de profil de @jouissance.club et @orgasme_et_moi. En reprenant les codes du logo, elles semblent incarner la représentation graphique « officielle » des comptes, l'élément stabilisateur de son identité. La photo de profil d'@orgasme_et_moi

²⁶ BOUGNOUX Daniel, *op cit.* p.72.

²⁷ VANDELDE-ROUGALE Agnès, Code rhétorique. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 17 décembre 2019. Accès : <http://publictionnaire.humanum.fr/notice/code-rhetorique/>

²⁸ *Ibid.*

met en effet en scène deux personnages, *a priori* non genrés, se regardant les yeux dans les yeux avec attention.



Fig. 2 : Capture d'écran de la page de présentation du compte @orgasme_et_moi. (Source : Instagram)

Cette dualité suggère une forme d'osmose, garantie en théorie par une relation de communication et d'écoute entre les deux — cette écoute est donc suggérée, et s'impose comme principe structurant de la ligne éditoriale du compte : une sorte de code de bienséance érigée en règle par la propriétaire du compte. Et pour cause ; les créatrices des comptes sexe étudiés se construisent «un éthos médiatisé basé sur l'authentique et le naturel²⁹ ». D'où l'utilisation d'un vocabulaire familier, à l'instar de la mention de «bite» dans la légende de la publication du 20 décembre 2019 de @jouissance.club «*Truc-Muche te stresse ? Sers toi de sa bite comme anti-stress*³⁰ » ou de «cul» dans celle du 24 décembre 2019 de @orgasme_et_moi «*Et beaucoup de cul, faut pas déconner !*³¹ ». Le processus de construction du naturel et de la spontanéité disparaît au profit de l'effet qu'il produit. Il s'agit tantôt de nourrir le lien de proximité, tantôt de faire adhérer à la promesse suggérée. Il y a en effet une promesse sous-jacente, celle de vivre un avant et un après la visite de la collection des dits comptes — le discours viendrait bousculer certains schémas sociaux et psychologiques incorporés. Cette rhétorique associant proximité et promesse se lit dans la légende de la publication du 22 janvier 2020 du compte @orgasme_et_moi «*cela peut être très très HOT!*³² ». Le récit de proximité est écrit par la créatrice du compte sexe, à destination

²⁹ BROUARD Pauline, ROLLANDIN Marion « L'amateur-professionnalisé : compétences et enjeux communicationnels. Captation des publics dans les dispositifs médiatisés » p 67, 2018.

³⁰ Voir annexes, fig. 3.

³¹ Voir annexes, fig. 4.

³² Voir annexes, fig.5.

des internautes : elle abolit la distance jusqu'à tutoyer et *taguer*³³ certains profils dans leurs publications. En légende d'une publication du 5 novembre 2019, l'énonciatrice écrit « *J'ai eu des frissons en te lisant*³⁴ » après avoir mentionné par un « signe passeur » l'internaute en question. L'emploi de l'humour participe également à témoigner du besoin de dédramatiser quand il s'agit de sexe et de sexualité, comme dans cette publication du 18 novembre 2019 de @jouissance.club : « *Un peu comme à la loterie, sous l'effet de cette hormone qui peut aussi abaisser la voix, faire pousser la barbe et/ou tomber tes cheveux, le dicklit peut grandir en taille variable : de presque rien à 5-6 cm !*³⁵ ». En réalité la proximité se construit à deux niveaux : sur le fond et sur la forme. En d'autres termes, l'entreprise qui vise l'abolition de la distance symbolique se lit également dans le travail d'édition qui vient figurer un espace ouvert où peut circuler la parole intime. Prenons à cet égard la mention « FOUS RIRES » parmi les « stories à la une » — soit les *stories* épinglées — du compte @orgasme_et_moi. La majuscule est l'indice d'un choix de hiérarchisation du discours, érigeant, si l'on tient compte du sens propre de « FOUS RIRES » la spontanéité en reine. L'énonciatrice évoque ici le rire, une état émotionnel positif, mais surtout appartenant un cadre de discours hors ligne. On tente ici de recréer l'espace hors ligne réconfortant pour inspirer confiance.

La construction d'une ligne éditoriale fondée sur la proximité avec le public peut être comprise à l'aune de plusieurs éléments : un registre de langage familier, humoristique, un mode d'échange direct avec les internautes, des choix graphiques et de mise en forme. Ces dynamiques qui réduisent symboliquement la distance entre la propriétaire du compte et les utilisateurs d'Instagram constituent un cadre sécurisant pour accueillir une parole sur le sexe et la sexualité. Pourtant, le contexte numérique remet en question l'authenticité réelle du discours. Le discours est numérique avant de porter sur le sexe et la sexualité ; l'authenticité est construite. Dans la continuité des travaux de Erving Goffman, nous suggérons que les comptes sexe sur Instagram mettent surtout en scène une face sociale transformée par le dispositif numérique. Autrement dit sur Instagram l'activité des créatrices de @jouissance.club et @orgasme_et_moi révèle certes des compétences sociales, mais qui sont propres à la société Internet.

³³Caractère spécial servant à identifier un élément dans un fichier ou un flux de données, tout en lui attribuant certaines caractéristiques. Source : Larousse.fr
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/tag/76404> [Consulté le 8 juillet 2021]

³⁴ Voir annexes, fig.6.

³⁵ Voir annexes, fig.7.

b. *Jouer sur le commun : la force du récit de l'expérience*

Le témoignage et récit de l'intime, outils de libération de la parole et principes de représentativité, constituent un matériel éditorial phare pour les créatrices de @jouissance.club et @orgasme_et_moi. Les propriétaires des comptes Instagram étudiés semblent bâtir des liens de proximité avec leurs « communautés » en « mett[ant] au centre de [leurs] propos les sentiments ressentis, l'expérience³⁶ ». Dans le cadre de notre étude, le témoignage répond à la définition telle que suit : il s'agit du propos sous forme écrite d'une personne qui vient attester une expérience personnelle en rapport avec sa sexualité et/ou celle d'autrui. Il est employé comme outil de libération d'une parole, celle de l'intimité : un potentiel sans doute bien identifié par les créatrices des comptes sexe qui créent dès lors les conditions pour qu'il circule. En effet, le témoignage est ce par quoi l'on croit, ce par quoi la vérité est authentifiée. En ce qu'il fait preuve, il participe à faire adhérer l'internaute au projet mené par la créatrice du compte sexe. Sur le compte de @orgasme_et_moi, le témoignage est souvent celui des abonnés. @orgasme_et_moi place le témoignage au cœur de ce que nous pourrions dorénavant caractériser comme une « stratégie éditoriale » : une grande majorité des appels à témoignages se font via les *stories*. Cette appropriation d'une des fonctionnalités proposées par Instagram constitue presque un point de format du compte. La créatrice intervient dès lors discrètement par un GIF animé, un emoji ou une courte phrase. Instagram participe en cela à la stratégie éditoriale ; la plateforme propose des options qui s'alignent avec l'intention de la propriétaire du compte d'abolir la distance avec l'abonné. Le cadre proposé par Instagram incite par exemple deux entités à interagir avec des formats tels que les sondages ou le « Ask me anything ». La créatrice de @orgasme_et_moi ne s'arrête pas là : des témoignages écrits sont aussi repris et déclinés dans les publications de la collection du compte. La trajectoire de la parole populaire est alors déviée, presque « dé-médiée » au sens où elle ne va pas s'épanouir dans les médias dits « traditionnels ». Chez @jouissance.club, c'est plutôt un rapport d'expérience qui est supposé et qui rend théoriquement possible la formulation de conseils.

En plus d'être un puissant levier de légitimation, quoique construit, le témoignage — ou toute forme de récit ressassant une expérience — crée les conditions de possibilité d'une reconnaissance mutuelle des membres abonnés. Ils constituent ainsi un outil pour feindre une identification commune des membres aux récits de chacun et chacune. Les propriétaires de @jouissance.club et de @orgasme_et_moi viennent ainsi s'immiscer au carrefour de la

³⁶ Pauline BROUARD, Marion ROLLANDIN. *op cit.* p67.

médiation entre l'abonné et la plateforme, entre la parole intime et celle rendue publique. Cette dynamique s'inscrit d'ailleurs dans une conception de la médiation désignée par le professeur de littérature et d'anthropologie Jean-Marie Privat comme le corrélat d'un contexte de demande croissante d'épanouissement personnel³⁷ — ici très largement liée au besoin ambiant d'un abattement des restrictions encadrant les énoncés sur le sexe et la sexualité.

c. Amateurisme : la forme performative du discours

L'abolition de la distance symbolique entre l'internaute et la propriétaire du compte Instagram tient aussi à une forme d'amateurisme, de fait ou revendiqué. Affiché, d'abord, parce que les propriétaires des comptes sexe étudiés mettent ponctuellement en scène les coulisses de leur activité sur Instagram. À la fin d'une vidéo publiée le 30 janvier 2020 consacrée à la thématique du plaisir prostatique, @orgasme_et_moi donne à voir à l'internaute un « Making-Of » (ici le « Making Off») qui révèle le processus de fabrication de ladite vidéo³⁸. Un méta-discours que l'on retrouve sur un contenu publié le 28 novembre 2019 par @jouissance.club : la créatrice n'hésite pas à parler de son erreur en légende³⁹. Instagram participe ainsi à la structuration d'autres imaginaires en lien avec le sexe et la sexualité : les créatrices entreprennent une démarche de « détabouisation » d'une parole sur le sexe en tentant de la décorrélérer de toute consonance restrictive ou fascinateur qui habituellement la caractérise. La mise en scène de l'erreur, du processus de fabrication invisible du contenu visible dans la collection du compte, est ainsi donnée à être perçue comme un instant de vérité.

³⁷PRIVAT Jean-Marie, 2017, « Lignes de fond, lignes de faille, lignes de fuite », *Les Cahiers du CRILJ*, 9, pp. 107-111.

³⁸Voir annexes, fig. 8 a).

³⁹ Voir annexes, fig. 9.

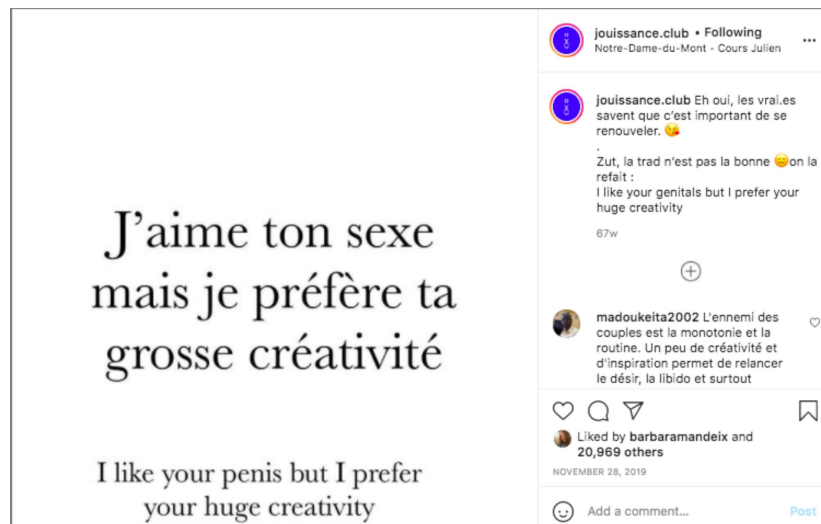


Fig. 9 : Capture d'écran d'un contenu publié le 28 novembre 2019 par @jouissance.club (Source : Instagram)

Les marques d'amateurisme ne sont pas toujours affichées volontairement dans une logique de mise en scène. L'analyse de la photo de profil d'@orgasme_et_moi témoigne d'un effort graphique non négligeable. Il trouve *a fortiori* un écho dans le pseudonyme « @orgasme_et_moi » lequel juxtapose un concept faisant référence à un point culminant de l'excitation sexuelle et un « moi ». Si cette cohérence iconique et linguistique témoigne d'une certaine maîtrise de l'appropriation du support numérique, certains éléments participent en réalité à la fabrique de la proximité entre la propriétaire du compte et les internautes. Le choix du logo témoigne d'un manque de connaissance des codes du marketing de l'image — plus couramment appelé design graphique ou graphisme — auquel ont généralement recours les créateurs de contenus quand ils atteignent la notoriété sur les réseaux sociaux. Ce manque de connaissance des codes graphiques pointe l'amateurisme du discours. De la même manière, la propriétaire du compte @jouissance.club omet une règle typographique dans sa présentation, soit l'espace entre le mot et la virgule « *French,English,Italian, German, Spanish, Dutch, Catalan...& more to come* » et multiplie également les fautes d'orthographe⁴⁰. Il ne s'agit pas de savoir si cette dimension « incomplète » de l'instance théoriquement prescriptrice est volontaire, mais bien plutôt de relever ce qui peut créer de la proximité entre les deux typologies d'utilisateurs et ainsi témoigner d'un « déni de la médiation ⁴¹ ». Comme le suggèrent Pauline Brouard et Marion Rollandin, les marques d'amateurisme se manifestent

⁴⁰ En légende publication du 10 janvier 2020 (voir annexes fig.10), @jouissance.club écrit une « tonne d'exclu »

⁴¹ BABOU Igor. *op cit.* p8.

par un manque de « maîtrise de compétences en termes de communication médiatisée ». Le manque de technicité (la caméra qui bouge, l'image floue...) sur le contenu vidéo posté le 30 janvier 2020 par @orgasme_et_moi en est un exemple⁴². D'autant que la longueur de la vidéo (11 :57) témoigne d'un manque de connaissance des usages sur les réseaux sociaux, les contenus vidéos ne dépassant pas en effet généralement les 5 minutes dans une logique de *snacking content*.

En se targuant de cristalliser les possibilités offertes par le supposé «web participatif», Instagram se présente comme le porte-parole de voix théoriquement inaudibles dans les médias dits traditionnels. C'est sur cette identité là que viennent s'appuyer les créatrices des comptes sexe étudiés — elles créent de la proximité avec les utilisateurs d'Instagram, pointant par là un « déni de la médiation », tendance contemporaine aux représentations actuelles de la médiation. Le réseau social abrite ainsi le mythe de l'immédiateté et s'y déploient des stratégies pour nier la médiation entre l'internaute et la créatrice de compte sexe. Nos analyses nous laissent également penser que le choix de s'établir sur Instagram n'est pas dû au hasard : le régime de l'image participe également à créer les conditions pour rapprocher symboliquement les différentes parties prenantes du contrat de communication. Sur Instagram, il y a ce « *quelque chose qui passe par le visuel [et qui] permet de s'extraire du verbal* », comme l'affirmait Maïa Mazaurette en février dernier sur France Inter⁴³. Un cadre favorable à intercompréhension est établi, tant à l'initiative de la propriétaire du compte — via des choix discursifs particuliers notamment —, tant sous l'effet du dispositif qu'est Instagram lui-même. Pourtant, la question des enjeux de pouvoir derrière ce modèle (trop) parfait qui régit des règles communes interroge, car comme le suggère Catherine Kerbrat-Orecchioni « c'est bien souvent le plus fort qui impose au plus faible son propre idiolecte⁴⁴ ». Reste à savoir si une autre lecture que celle qui fait l'économie de la dimension socio-technique de la plateforme puisse postuler qu'un phénomène de circulation ne rencontre pas d'obstacle et favorise une médiation fluide, dénuée de bruit et de rapports de force.

⁴² Voir annexes, fig 8.

⁴³ Daam, N. (9 février 2020). *Jouir, Re-jouir, se Réjouir avec Maïa Mazaurette*. [Émission de radio]. France Inter, <https://www.franceinter.fr/emissions/modern-love/modern-love-09-fevrier-2020>

⁴⁴VANDEVELDE-ROUGALE Agnès, *op.cit.*

B) MODALITÉS DE PRISE EN MAIN DU DISPOSITIF : FAIRE SIEN, FAIRE SOI ?

1) DES TACTIQUES INDIVIDUELLES DIFFERENCIÉES À UNE STRATÉGIE COLLECTIVE

Les études autour du modèle politique d'Internet ont fait émerger de nombreuses théories. Une tendance demeure néanmoins. Sur Internet aujourd'hui, tout le monde serait au même niveau pour produire et/ou diffuser du contenu : une lecture qui caractérise le Web comme un espace laissant une place significative à l'expression des voix minoritaires. Dominique Cardon parle de « libération des subjectivités » et émet l'hypothèse d'un modèle politique d'internet où chacun est légitime pour faire entendre sa voix⁴⁵. Les appropriations particulières d'Instagram — constitutif de l'espace d'Internet — par les créatrices de @jouissance.club et @orgasme_et_moi, perpétuent justement l'idée d'un outil manipulable par tous et toutes, susceptible de fournir à chacun le pouvoir de créer de « nouveaux formats », un « nouveau concept », un « nouveau média ». L'imaginaire du de la nouveauté côtoie de près celui du « libre », induisant tous deux une prise en main individuelle. Avec @jouissance.club et @orgasme_et_moi, on est bien dans une prise de parole citoyenne sur un dispositif sur lequel les traditionnels *gatekeepers* ne semblent plus s'établir. C'est en singularisant leur mode de discours avec « une ligne éditoriale clairement établie⁴⁶ », que les créatrices de comptes sexe entendent construire l'espace propice à un libération de la parole. @orgasme_et_moi et @jouissance.club s'approprient en effet les codes d'Instagram en proposant chacune d'y ajouter une patte particulière, susceptible de les rendre identifiables : @orgasme_et_moi investit l'espace fourni par la plateforme dans une mécanique de *blogging*⁴⁷ ; la collection de @jouissance.club s'apparente à un carnet de dessins numérique.

Michel de Certeau s'intéresse aux pratiques des individus : pour lui, il n'y a pas forcément de pratiques de réception standardisées, mais des « appropriations ». Sa définition concerne les créations hétérogènes qui ne sont pas diffusées mais bien observables dans les petits gestes de la vie quotidienne. En évoquant la nécessité d'observer « les relations multiples entre jouir et manipuler⁴⁸ », De Certeau réfute en réalité le postulat selon lequel les

⁴⁵CARDON, Dominique. « La démocratie Internet. Entretien avec Dominique Cardon », *Transversalités*, 2012, pp. 65-73, p 68.

⁴⁶BROUARD Pauline, ROLLANDIN Marion. *op.cit.* p60.

⁴⁷ Le *blogging* fait référence à l'activité d'un blog, un « site Web sur lequel un internaute tient une chronique personnelle ou consacrée à un sujet particulier. » Source : larousse.fr <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/blog/10910049> (Consulté le 1er septembre 2021)

⁴⁸ DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien*, Tome 2-Présentation des Annales du quotidien, UGE, Paris, 1980, p.8.

pratiques de réception des biens culturels seraient uniformes. Suivant cette logique nous faisons l'hypothèse qu'aller s'établir sur un média social serait déjà pour les créatrices des comptes sexe étudiés, un acte de résistance ; une façon de « ruser » pour reprendre le terme de Michel de Certeau, contre la sphère de pouvoir qu'incarneraient les « médias traditionnels ». Pourtant les tactiques articulées sur les détails du quotidien ne sont en aucun cas des stratégies. La tactique vise justement à composer par rapport à la stratégie de l'autre et la stratégie elle-même vise plutôt l'établissement d'une ligne de conduite. La créatrice du compte sexe, initialement public naturel de ce qui est communément appelé « médias traditionnels », opère un mouvement de déviation pour s'établir sur un média, jugé alternatif, sur lequel elle devient créatrice de contenus. Ainsi naissent Jüne Plã et « Charline ». C'est en effet seulement une fois que les deux réceptrices investissent Instagram et deviennent productrices de contenus à leur tour, qu'elles établissent des stratégies pour définir *leurs* modalités de mise en discours sur le sexe. Le premier mouvement de distance vis-à-vis des « médias traditionnels » n'est alors qu'illusion en tant que la nomenclature, bien que consacrée dans l'imaginaire collectif, peut aujourd'hui être remise en cause.

a. Invariants structurels et partage de codes, ciments d'une culture numérique

Le web regroupe une quantité de médias, incluant ce qu'on entend par « médias traditionnels » : si les producteurs de contenus n'ont pas le même statut sur Instagram, sur la déclinaison numérique du Monde, ou sur le *pureplayer*⁴⁹ Brut, lesdits contenus prennent tout de même place sur un même réseau, Internet — et les règles primaires qui lui sont liées sont communes à toutes les parties prenantes. Les « médias traditionnels » empruntent ainsi beaucoup aux codes des « nouveaux médias » ; leurs usages se confondent. C'est ainsi qu'on retrouve chez @orgasme_et_moi ou @jouissance.club des formats qui témoignent d'une prise en compte des logiques d'usages sur le web. La création de ce qui pourrait s'apparenter à des *cards*⁵⁰ en introduction de séquences sur la vidéo publiée sur le compte de @orgasme_et_moi le 30 janvier en est un exemple⁵¹. L'intégration des sous-titres n'est pas laissée au hasard : c'est une stratégie mise en place pour la propriétaire du compte pour permettre aux utilisateurs de la visionner sur portable. Les créatrices de @orgasme_et_moi et @jouissance.club semblent ainsi dotées de « compétences médiatiques », une aptitude

⁴⁹ Organisation dont l'activité se déroule uniquement sur internet. Source : linternaute.fr <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/blog/10910049> (Consulté le 31 août 2021)

⁵⁰ Une *card* est un type de format sur les réseaux sociaux, souvent manipulé à des fins publicitaires.

⁵¹ Voir annexes, fig. 8 b)

définie par Valérie Jeanne Perrier comme le fait de «savoir structurer, hiérarchiser, sélectionner des informations et des données qui pourront éventuellement permettre de regrouper; à l'aide d'une ligne éditoriale clairement établie, des profils et des publics réguliers et actifs⁵²». Faire bon usage des *stories* à la une c'est par exemple sélectionner, regrouper et organiser les contenus *a priori* les plus manifestes de la ligne éditoriale du compte pour donner le ton. C'est ainsi que @jouissance.club et @orgasme_et_moi profitent de ce qui leur permet de synthétiser leur discours de présentation, à l'instar des emojis, ces « signes qui pointent, dans une relation de contiguïté avec leur objet, vers des éléments subjectifs de la situation d'énonciation⁵³ » qu'il faut savoir mobiliser puisqu'ils remplacent certains mots, certaines expressions. Cette particularité les rend parties prenantes d'une culture numérique, qui, comme le suggère Milad Doueïhi « exige des formes nouvelles et toujours changeantes de savoir-lire, de savoir-faire – une compétence numérique⁵⁴ ». Les producteurs de contenus des «médias traditionnels» et des «nouveaux médias» sont bien tous les deux dans une logique d'appropriation des codes d'Internet. Cette logique de passerelle qui induit des pratiques similaires et des emprunts mutuels entre deux environnements médiatiques *a priori* distincts révèle en réalité l'existence d'une culture numérique. Les comptes sexe étudiés sont parties prenantes de cette culture numérique «faite de modes de communication et d'échange d'informations qui déplacent, redéfinissent et remodelent le savoir dans des formes et des formats nouveaux, et de méthodes pour l'acquérir et le transmettre⁵⁵ » selon la définition qu'en fait Milad Doueïhi. Les dynamiques relevées ci-dessus en stabilisent le périmètre : elle fédère des membres variés, allant des créateurs de contenus indépendants comme ceux à l'initiative de @jouissance.club et de @orgasme_et_moi aux journalistes spécialisés réseaux sociaux — en témoigne les services Snapchat ou Tik Tok dans des médias d'information comme *Le Monde*.

⁵² BROUARD Pauline et Rollandin Marion citant JEANNE PERRIER Valérie, *Internet a aussi changé la mode*, 2016. op.cit, p60.

⁵³ HALTÉ Pierre, « Émoticônes et modalisation dans un corpus d'enseignement par t'chat », ELA, *Études de linguistique appliquée*, 2016, n°184, p.442

⁵⁴ DOUEIHI Milad, *La grande conversion numérique*, Seuil, 2008, p.37.

⁵⁵ *Id.*

C) «JE» «TU» «VOUS» «NOUS» : LA MISE EN SCÈNE D'UN MOI LIBÉRATEUR D'UN NOUS

La promesse de libération d'un «vous» semble présupposer la mise en scène d'une libération d'une «je». Pour se rapprocher de l'internaute, la créatrice du compte sexe se rend visible. Elle fait le choix d'incarner ses contenus, d'intervenir dans les publications, comme pour s'intégrer parmi les destinataires du message, et de rompre avec l'idée qu'elle en serait une simple productrice. En creux, une promesse : « la libération sera collective, et je m'inclue dedans ». Il conviendra ici d'analyser les ressorts, en contexte, de cette conception d'un médium miroir et d'en déceler les limites à l'aune du postulat de Magali Nachtergaele qui applique au régime de visibilité sur le Web le modèle de la prison panoptique de Jeremy Bentham « tout le monde peut s'observer, mais également reconnaître l'espace d'une connaissance sur soi partagée volontairement ⁵⁶ »

1) L'INCARNATION AU CŒUR DE LA PROMESSE

D'après Marie Bergström « [Sur Internet] peut-être plus qu'ailleurs, souligne, le soi est nommé, mis à l'écrit et donc en récit. L'identité numérique comporte ainsi un caractère performatif dans la mesure où nous devons supposer que l'interlocuteur est ce qu'il revendique être. ⁵⁷ » Cette réflexion sur les subjectivités et la nécessité de les performer en ligne, éclaire sur les modalités de construction des identités numériques des créatrices de @jouissance.club et de @orgasme_et_moi. Ces dernières ont bien pour ambition de réussir leur démarche en ligne. Or, comme l'affirme Antonio Casili, «Dans les médias sociaux, les utilisateurs qui réussissent le mieux sont ceux qui révèlent le plus d'informations à propos d'eux-mêmes. Le maître mot ici est « dévoilement » : la démarche consistant à s'ouvrir aux autres. ⁵⁸ »

Derrière un discours sur le sexe, les figures derrière @jouissance.club et

⁵⁶ NACHTERGAEL Magali, « Mythologies individuelles, mythologies numériques ? », *Itinéraires*, p.8, 2015 .

⁵⁷ « Sites de rencontres : nouveaux territoires sexuels, nouvelles frontières » de Marie Bergström cité par Antonio Casili dans « Être présent en ligne : culture et structure des réseaux sociaux d'Internet », *Idées économiques et sociales*, 2012, p20.

⁵⁸ CASILI Antonio. « Être présent en ligne : culture et structure des réseaux sociaux d'Internet », *Idées économiques et sociales*, 2012, p 24.

@orgasme_et_moi élaborent un discours sur un « moi » numérique, une identité construite sur la base d'une connaissance du cadre dont elles prennent part. La démarche est incarnée. La créatrice du compte @orgasme_et_moi ne masque pas son prénom : il s'agit de « *Charline* ». Cette construction de la proximité permet la fabrique d'une communauté, ce « collectif fondé sur la proximité géographique et émotionnelle, et impliquant des interactions directes, concrètes, authentiques entre ses membres⁵⁹ ». Les énonciatrices donnent des indices consciemment ou non, sur leur identité réelle. Au-delà de doter les utilisateurs abonnés d'une capacité à mettre un visage derrière le discours, il s'agit de donner une matérialité à une identité numérique *a priori* intangible. Ainsi par l'expression de soi, les créatrices des comptes étudiés donnent aux utilisateurs d'Instagram le pouvoir les identifier en tant qu'émettrices d'un discours sur le sexe. Cette stratégie qui participe à réduire la distance entre l'utilisateur abonné et la propriétaire du compte vise non seulement à rendre intelligible le projet mais aussi à singulariser le « moi » qui le met en œuvre. Dominique Cardon affirme à ce titre que « le travail de subjectivation, entendue comme processus de création continue de soi, imprime sur les interfaces des plateformes du web 2.0 des traces interactives qui font alors corps avec la personne et désignent aux autres sa singularité⁶⁰ ». Mais pourquoi les créatrices des comptes sexe sont-elles tentées par cette logique d'incarnation ? Les travaux de Fanny Georges sur l'identité numérique invitent à postuler que les identités réelles des propriétaires de @jouissance.club et de @orgasme_et_moi respectivement, prennent un autre relief au contact d'Instagram. Elle affirme que « ans le "réel", la présence du corps est un indice absolu d'existence. Dans le monde "virtuel", consulter un site web ne suffit pas à donner à l'utilisateur une existence observable pour un pair "distant". L'utilisateur doit prendre existence pour communiquer : s'il ne crée pas un profil personnel, il n'existe pas pour la communauté car il n'est pas visible par elle⁶¹. ». À l'écran, la personne doit agir pour être présente. Elle ne peut exister que dans la mesure où elle se manifeste et se rend visible. Fanny Georges met ainsi en exergue le phénomène d'« emprise de l'interface sur l'identité » en parlant d'*hexis numérique*, soit « la représentation de soi en tant qu'elle est informée par le dispositif informatisé et qu'elle s'informe en l'écran⁶² ».

⁵⁹ TÖNNIES Ferdinand cité par PROULX, Serge. « Des nomades connectés : vivre ensemble à distance », *Hermès, La Revue*, 2008, p156.

⁶⁰ CARDON Dominique. Le design de la visibilité: Un essai de cartographie du web 2.0. Réseaux, 152, 2008, p 100.

⁶¹ GEORGES Fanny. op.cit, p170.

⁶² GEORGES Fanny. op.cit, p190.

Il convient d'apporter quelques précisions dans le contexte de notre étude. En effet, l'instance «utilisateurs» couvre à la fois les créatrices des comptes sexe, mais également les abonnés à ceux-ci. Pour que l'intention de nier la médiation soit crédible (quoique non réalisable), les deux typologies d'acteurs doivent se manifester, ou exister à l'écran. Ainsi les créatrices des comptes sexe étudiés tentent-elles de rendre les abonnés acteurs du projet de libérer la parole sur le sexe. La mise en scène du «moi» semble ainsi présupposer la potentielle libération d'un «nous». Par exemple, en donnant la parole à une de ses abonnés, c'est à la fois la personne réelle derrière le compte @orgasme_et_moi qui prend existence à l'écran, mais aussi la personne réelle qui tient le compte @magalimoscardo. Le processus est tel que la légende «*Ce soir @magalimoscardo nous parle de sexe et le handicap* » sonne comme une manifestation d'un dessein plus large pour «Charline» : celui de se socialiser en ligne, de témoigner de son identité réelle. L'énonciatrice fait parler en parlant : je parle et fais le choix de faire parler telle personne. Ainsi s'affichent à l'écran, quoique implicitement, les critères de sélection définis par la créatrice du compte sexe : le tag de l'internaute @magalimoscardo émane d'un choix ; le propos de Magali Moscardo s'érige ainsi comme le *meilleur* pour parler de sexe et de handicap à un «nous». Par ailleurs, @orgasme_et_moi embarque sa «communauté» dans un supposé mouvement en faisant usage de la première personne du pluriel dans l'intitulé de son site «orgasmons-nous.com». Ce site internet correspond à un projet mené par la créatrice à l'occasion de la journée de l'orgasme. En cliquant dessus en effet, l'internaute se retrouve sur une page web où il peut télécharger des affiches de sensibilisation sur l'orgasme. Cet appel à sa communauté est à la fois un moyen de se légitimer et un indice de sa posture de prescriptrice.

Mention d'internautes (remerciement ⁶³, sollicitation), d'un «tu ⁶⁴ » chez @jouissance.club, d'un «vous» chez @orgasme_et_moi, mais surtout d'un «nous», sont autant de manières de se rendre visible à l'écran, en plus de faire exister une «communauté». C'est en travaillant le mode d'interaction avec l'abonné que les propriétaires de @jouissance.club et de @orgasme_et_moi incarnent leur discours. Ainsi abolissent-elles la distance avec l'internaute pour inspirer la confiance dans le « moi » qu'elles mettent en scène. Les manières d'incarner le discours, d'intervenir sur les publications diffèrent. L'incarnation

⁶³ Dans une publication du 13 décembre 2019 (voir annexes, fig.11) @orgasme_et_moi écrit «*Merci @instay0h pour ce témoignage sur le sexe & les règles* »

⁶⁴ Dans une publication du 18 novembre 2019 (voir annexes, fig.7), @jouissance.club écrit «*Les premiers temps, le frottement du dicklit sur les sous-vêtements peut même être douloureux : si c'est ton cas, le coton est ton ami !* »

est explicite chez @orgasme_et_moi : Charline apparaît. Nous nous permettons de comparer le modèle d'incarnation *a contrario* implicite de @jouissance.club à celui de Daft Punk, ou quand l'absence fascine et légitime.

2) INFRAORDINARISER LA PAROLE SUR LE SEXE

Pour le sociologue des médias Rémy Rieffel, un média renvoie à l'existence d'une communauté⁶⁵. Le rôle du média serait ainsi d'étendre le sentiment d'appartenance et la communication médiatique aurait de fait une fonction de liaison. Il convient de réhabiliter cette conception dans le contexte de l'étude des enjeux de production à l'œuvre sur les comptes sexe sur Instagram. Le périmètre sécuritaire que demandent les citoyens aux médias y est en effet garanti par une série de procédés visant la réminiscence des gestes et des émotions du quotidien. Il s'agit notamment d'inclure des marques émotionnelles pour créer l'enveloppe qui lie les individus entre eux. Chez @orgasme_et_moi particulièrement, la créatrice se rend visible par l'expression des émotions, en témoigne la légende du 5 novembre 2019 : « *Merci @baise_tiale pour ce témoignage, porteur d'espoir pour toutes les personnes ayant vécu un traumatisme J'ai eu des frissons en te lisant. Ta force de vie m'a laissée sans voix. Love sur vous deux ♥ Charline #bonheur #amour #bienveillant #espoir #traumatisme #viol #respect #forcedevie #vaginisme #selflove #reconstruction* ». Le « je » signe « Charline ». La créatrice du compte révèle le processus-même qui convoque l'identité réelle : elle introduit, par l'expression des émotions et des ressentis, un supposé « nous » compris dans le « vous ». Dans le cadre de cette publication, ce « vous » correspond aux personnes « *ayant vécu un traumatisme* ». La propriétaire du compte @orgasme_et_moi convoque aussi les émotions au moyen des emojis, dont l'usage, tel que démontré par Ranida Boonthanom⁶⁶, constituerait un cadre favorable à l'expression des émotions. L'emoji feu fait ainsi référence au désir, une sensation constitutive du cadre instituant la démarche globale de @orgasme_et_moi. Ce ressenti est également suggéré dans la promesse d'adhésion au compte comme suit : lorsque l'utilisateur aura intégré les conseils de « Charline » pour vivre un rapport sexuel, il pourra, hors écran ressentir ce désir. Cette forme de « débordement » que pourrait constituer une manifestation publique d'un désir semble néanmoins revendiquée par la propriétaire à

⁶⁵ RIEFFEL Rémy, *Que sont les médias ?*, Paris, Gallimard, coll. Folio actuel, 2005.

⁶⁶ BOONTHANOM Ranida, *Computer-mediated communication of emotions: a lens model approach*, 2004.

l'initiative de @orgasme_et_moi qui ne manque pas d'intervenir à plusieurs reprises pour évoquer le sien. Ce phénomène participe également à élaborer un cadre énonciatif où les parties prenantes sont mises sur un pied d'égalité. Cette dynamique illustre ce que les individus projettent sur le rôle des médias : pour Rémy Rieffel ils viseraient à produire un monde miroir qui donne le sentiment d'être chez soi. Chez @jouissance.club ou @orgasme_et_moi, c'est bien de cela dont il s'agit : on réhabilite le vécu, les souvenirs, on les amplifie et les recrée.

Cela nous amène à postuler la représentation d'un espace co-créé par la créatrice du compte et les abonnés. C'est une stratégie que l'on note aux appels à réaction véhiculés par l'intégration d'un «vous» dans les légendes des publications de @orgasme_et_moi, comme cet exemple du 14 janvier 2020 « À vous de jouer : quelle partie de votre corps est la plus sensible aux caresses / au plaisir ?⁶⁷ ».



Fig. 12 : Capture d'écran d'un contenu publié le 14 janvier 2020 par @orgasme_et_moi⁶⁸

Ce choix de registre incite à la fois, naturellement, l'internaute à réagir mais lui rappelle également l'engagement de la propriétaire du compte en faveur d'un espace de parole ouvert, co-créé par l'internaute et la propriétaire. Paradoxalement chez @jouissance.club, le «tu» et le «toi» prédominent : l'internaute est sollicité indirectement, la créatrice du compte sexe

⁶⁷ Voir annexes, fig.12.

⁶⁸ Voir annexes, fig. 12.

n'appelle pas explicitement l'utilisateur à réagir. C'est en bâtissant des liens de proximité exacerbés par l'abolition de tout rapport hiérarchique ou de codes de politesse que l'abonné est invité à se sentir chez soi, et donc, par extension, à réagir. Nous postulons ici que @jouissance.club et @orgasme_et_moi ambitionnent de recréer le sentiment de sécurité induit dans un l'échange du chez soi, : l'«échange verbal étant constitué des « interactions où les participants peuvent être énonciateurs et co-énonciateurs, leurs énonciations se déterminant l'une l'autre⁶⁹ ». @orgasme_et_moi met presque à disposition son compte à ses abonnés qu'elle remercie en permanence pour leur éclairage, leur aide, soit, finalement leur participation dans le façonnement du discours sur le sexe. C'est une stratégie de coopération intégrant amateurs et amateurs-professionnalisés⁷⁰, qui peut être comprise comme un moyen de construire un cadre alternatif de discours. L'amateurisme côtoie la maîtrise : ce paradigme rapproche les abonnés et la créatrice et institue le cadre de confiance.

3) LA MISE EN SCENE DE SOI VIA UNE INTERFACE OU LA REINCARNATION DE LA MEDIATION

Entre le privé du soi et le public d'Internet, Instagram s'impose comme barrière entre deux mondes. Mais par sa visée incitative et l'injonction tacite du «abonnez-vous» qu'il nous profère, il est aussi l'emblème d'une certaine forme de communication, s'apparentant finalement à une interface. Une interface est, telle que défini par le dictionnaire Larousse en ligne «une surface de discontinuité formant une frontière commune à deux domaines aux propriétés différentes et unis par des rapports d'échanges et d'interaction réciproques⁷¹». Le contrat qui lie les abonnés et la créatrice du compte sexe est établi par la fabrique des liens de proximité évoqué précédemment. Ainsi les propriétaires de @jouissance.club et @orgasme_et_moi et leurs abonnés respectifs «ont à souscrire, préalablement à toute intention et stratégie particulière, à un contrat de reconnaissance des conditions de réalisation du type d'échange langagier dans lequel ils sont engagés⁷²». Chaque contrat définit des postures de réception, et donc des modes de coopération. Si cette mécanique coopérative pour la construction d'un projet en ligne s'élabore bel et bien entre deux identités réelles hors écran, elle met tout de même en tension la mise en scène des projections collectives sur

⁶⁹ MAINGUENEAU Dominique., *Les Termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Éditions Le Seuil, 1996, p 31.

⁷⁰ Pauline BROUARD, Marion ROLLANDIN. *op.cit.*

⁷¹ Source : Larousse.fr :<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/interface/43685> [Consulté le 3 juillet 2021]

⁷² JEANNERET, Yves, PATRIN-LECLERE Valérie «La métaphore du contrat », *Hermès, La Revue*, 2004, p135.

l'estrade virtuelle qu'est Instagram et la valorisation des projections individuelles et privées lisibles uniquement hors écran. L'interaction n'est pas directe mais médiée et médiatisée. Ces dynamiques soulignent d'ailleurs l'ambition de @jouissance.club et de @orgasme_et_moi de s'intégrer à une forme de « transparence médiatique » soit « la promesse d'une immédiateté, comme si la barrière des langages, des systèmes de signes, pouvait enfin être abattue » comme le résume Igor Babou résume dans *Des discours d'accompagnement aux langages : les nouveaux médias*⁷³.

Les créatrices de @jouissance.club et @orgasme_et_moi ne peuvent faire l'économie d'un processus de construction de l'authenticité et d'exacerbation des liens de proximité avec les internautes. Elles doivent en effet d'une part, tenir leurs promesses de libérer et «détabouiser» une parole sur le sexe, et d'autre part, déjouer certaines impositions de sens que leur confère Instagram. Nous développerons ce dernier point dans la troisième partie de notre étude. Si nous revenons à nos hypothèses, nous constatons bien que Instagram construit un cadre énonciatif où il faut jouer avec les normes pour exister en tant que femme créatrice de contenus sur le sexe et la sexualité. La dimension particulière et individuelle du processus d'appropriation trouve elle néanmoins ses limites dans les cadres invariants de la culture numérique. Pour l'heure, il faut prendre en compte que les propriétaires des comptes s'écrivent en plus d'écrire sur le sexe sur Instagram, un dispositif qui adresse des enjeux de visibilité. Les propriétaires de @jouissance.club et @orgasme_et_moi construisent ainsi le terrain qui leur permet de crédibiliser leur discours d'auto-légitimation, lequel passe tantôt par la monstration d'une forme de professionnalisme ou de maîtrise du dispositif numérique.

⁷³ BABOU Igor. *op.cit*, p.6.

PARTIE 2 : DERRIÈRE LES ENJEUX DE PRODUCTION DES COMPTES SEXE INCARNÉS PAR LEURS PROPRIÉTAIRES, DES MODALITÉS PARADOXALES DE LÉGITIMATION

Devenir prescriptrice sur des sujets liés au sexe et à la sexualité sur un dispositif d'exposition numérique nécessite de fait un discours, et dans le discours, il y a toujours une volonté de se légitimer. Il y a en effet une tension à corriger entre, d'une part, la spécificité du sujet et le besoin présumé de spécialisation de l'acteur (dont on attend qu'il ait des connaissances théoriques) qui entend l'aborder, et la non-expertise professionnelle apparente des créatrices de compte sexe d'autre part. Il faudrait étudier ce qui caractérise le processus d'adaptation de la ligne des comptes sexe à un usage particulier : celui du Web, d'une part, et celui d'Instagram, d'autre part. Il s'agira ainsi dans cette partie de déceler les ressorts des stratégies conscientes ou inconscientes de légitimation, laquelle présuppose au moins une instance émettrice, un médium et une instance réceptrice. On ne légitime pas soi ou ses pratiques s'il n'y a pas matière à légitimer. Cette zone à conquérir n'est pas la même hors ligne ; on ne fait pas « reconnaître son titre, son pouvoir comme légitime⁷⁴ » de la même manière. Il y a une entreprise de légitimation qui est constitutive du discours et exacerbe, sur la scène de la représentation qu'est Instagram, des rapports de pouvoir particuliers.

A) DES FORMES DE MÉDIATISATION PARTICULIÈRES A PRIORI MANIFESTES D'UNE APPROPRIATION DU WEB

Le fonctionnement d'Instagram rend possible l'existence même de @jouissance.club et @orgasme_et_moi en autorisant, voire en encourageant un type d'énonciation fondé sur le principe dit de «web participatif» (documentation citoyenne, mécanique du *blogging*). Comme le suggère Fanny Georges, « les applications du web 2.0, [...] fournissent des outils pour spécifier la représentation de soi, de sorte que chaque profil puisse présenter des signes distinctifs⁷⁵ ». S'approprier une plateforme pour établir un discours propre et communiquer explicitement ou implicitement sur sa capacité à pouvoir le faire est certes une manière de réduire la distance avec l'internaute, mais aussi de légitimer sa présence en ligne. Des dynamiques de médiatisation qui témoignent *a priori* d'une appropriation singulière d'Internet

⁷⁴ Source : cnrtl.fr. <https://www.cnrtl.fr/definition/l%C3%A9gitime/2> (Consulté le 20 août 2021).

⁷⁵ GEORGES Fanny, *op.cit.* p172.

participent à créer l'adhésion au projet général de libérer et «détabouiser» la parole intime sur le sexe. Il conviendra ici de saisir les stratégies déployées, consciemment ou non, qui témoignent de cette appropriation, laquelle est gage de fiabilité.

1) DES LIGNES EDITORIALES : ENTRE ALIGNEMENT ET DISTINCTION

a. *Produire et diffuser de contenus esthétisés, une entreprise encouragée par Instagram*

Il n'échappe à personne que c'est au régime de l'image qu'on associe d'Instagram. Il présuppose *de facto* un moyen de se comporter : quiconque voudrait s'approprier les codes de la plateforme devra témoigner d'une certaine manière, d'une maîtrise des codes de l'art — même s'il n'en dispose pas hors ligne — ou pouvoir manifester, d'une manière ou d'une autre, un goût pour l'esthétisme. En effet si les lignes éditoriales sont spécifiques et participent à distinguer le compte de @jouissance.club de celui d'@orgasme_et_moi, les propriétaires de ces derniers s'ancrent tout de même dans le registre de discours défini par convention sur Instagram : l'esthétisme. La plateforme encourage en effet ses utilisateurs à publier des contenus, des images ou des photographies et à les travailler avant de les diffuser. Ainsi deviennent-ils des producteurs de contenus, d'images ou de photographies, munis d'outils de retouche : filtres, ajustement de, luminosité, netteté, contraste, taille etc. Il ne s'agit pas d'interroger les modalités de manipulation de ces outils mais bien plutôt de poser l'impensé derrière les configurations de l'«architexte⁷⁶» qui ont été infraordinarisées⁷⁷. Le cadre dans lequel les créatrices de @jouissance.club et @orgasme_et_moi doivent s'établir vise en effet *stricto sensu* l'image en proposant des manières de l'esthétiser. Dans l'énoncé qui constitue la biographie, @jouissance.club s'adresse à des «*creative lovers*». Cette mention donne des indices de lecture à l'internaute, des indices sur la nature des contenus qu'il va être amené à parcourir ou avec lesquels il pourra interagir : l'univers artistique est mis en valeur, d'un point de vue graphique et poétique — au point que la créatrice ira jusqu'à publier sous forme d'ouvrage les mêmes illustrations⁷⁸. La collection de sa propriétaire Jüne Plä, s'inscrit en effet

⁷⁶ SOUCHIER Emmanuël, JEANNERET Yves, LE MAREC Joëlle, *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, 2003.

⁷⁷ SOUCHIER Emmanuël, « La mémoire de l'oubli : éloge de l'aliénation. Pour une poétique de "l'infra-ordinaire" », *Communication & langages*, 2012.

⁷⁸ Voir annexes, fig. 1.

dans un registre explicitement artistique. Elle y publie ses illustrations pour évoquer les «bonnes pratiques» sexuelles, soit les « *tips* » — c'est ainsi qu'elle les nomme elle-même dans l'espace biographique — à appliquer lors de rapports sexuels. Par moment, cette intention se traduit simplement par quelques mots inscrits sur une vignette comme c'est le cas pour la publication du 13 novembre 2019⁷⁹ sur laquelle on lit assez simplement «Amour libre». Cet exemple s'inscrit dans une intention créative globale minimaliste (qu'il s'agisse de poésie ou d'art pictural), qui confère presque systématiquement aux légendes des publications de *jouissance.club* une fonction de relais : « *Alors oui, il faut vraiment être prêt.es avant de se lancer dans cette aventure parce que c'est pas toujours aussi rose qu'on se l'imagine. Mais certain.es préfèrent ça à la monogamie, jugée comme trop restrictive et frustrante. D'abord, il faut déconstruire pas mal de choses comme le sentiment d'appartenance, la jalousie, la confiance en soi et en l'autre, etc. Puis, poser des règles si cela vous rassure. Et enfin se protéger impérativement ! Le débat est ouvert, donnez votre avis et restez polis, bordel de merde. Amour Libre* ». L'illustratrice devenue créatrice d'une collection associant image et texte s'impose ainsi de donner du contexte et des informations complémentaires pour pouvoir respecter sa promesse de fournir des « *tips* ». Jüne Plã est d'ailleurs une artiste de formation puisqu'elle a fait ses études à l'école d'art Emile Cohl. Son approche et parti pris artistique semblent assez clairs ; dans la continuité d'une sensibilité aux illustrations et narrations minimalistes, on note également une tendance certaine à la solitude de l'illustration. Chez *@jouissance.club*, le mouvement est donc assez clair : c'est la compétence artistique qui préfigure la présence de l'artiste sur Instagram. Sur *@orgasme_et_moi*, la logique est inverse : c'est la présence sur Instagram qui conduit «Charline», la créatrice du compte à suivre le régime de l'esthétisme. En effet, si le discours de guide vers des supposées meilleures pratiques sexuelles hors ligne se retrouve chez *@orgasme_et_moi*, les manières que la propriétaire du compte privilégie pour le délivrer sont initialement assez différentes — ce sont plutôt les témoignages qui sont légion, comme évoqué précédemment —. On retrouve là bien des stratégies qui témoignent de la volonté de s'établir dans un environnement imprégné du registre artistique. À titre d'exemple, la propriétaire dudit compte sollicite des illustrateurs et graphistes en légende d'une publication : « *Quand la poésie du dessin et des mots se suffit à elle-même* *Merci à toi chère followeuse, pour ce témoignage. Et gros BIG UP @la_moustache_de_la_dame et @caolancara pour l'avoir illustré avec talent ! Love sur*

⁷⁹Voir annexes, fig. 12.

vous ♥ ⁸⁰ ». La créatrice du compte fait également le choix d'intégrer une forme de poésie, ou tout au moins inscrit son propos dans une démarche stylistique particulière. Dans certaines légendes de ses publications, elle s'autorise des anaphores⁸¹.

Poésie, art pictural... @jouissance.club et @orgasme_et_moi s'inscrivent dans des registres et développent des stratégies, intentionnelles ou non, qui s'intègrent aux propriétés éditoriales dictées par Instagram. Ces façons de *faire-avec-le dispositif* interrogent les modalités de médiatisation de soi et du sexe. Chez @jouissance.club, les objectifs que permettent une médiatisation par Instagram ne semblent pas envisagés de la même manière que chez @orgasme_et_moi : les «pré-requis» pour s'établir sur la plateforme sont dans ce dernier cas théoriquement davantage présents puisque c'est l'appétence pour l'illustration qui présuppose la présence sur Instagram. Cette dynamique tend à minimiser l'intention réelle de la propriétaire du compte de médiatiser le sujet du sexe au profit d'une volonté d'exposer le médium illustration comme le meilleur moyen pour discourir sur le sexe — l'intérêt pour les thématiques liées au sexe seul ne permet pas suffisamment d'accorder un signe distinctif à la créatrice. Il y a ainsi sans doute davantage d'effort à fournir chez @orgasme_et_moi qui fait passer son intention de médiatiser la question du sexe et de la sexualité avant ses propres capacités à pouvoir le faire sur un réseau comme Instagram.

Aborder le sexe et la sexualité par le prisme de l'image peut être un moyen de contourner la dimension grave qui imprègne les imaginaires autour du sexe et de la sexualité. Ces dynamiques témoignent d'une stratégie plus globale pour rendre effectif l'ambition de «détabouiser» le sujet du sexe. Si le geste qui consiste à passer par l'art contribue à réduire la distance symbolique entre l'instance émettrice et l'instance réceptrice, il fait également état d'une compréhension des consignes implicites de médiatisation sur Instagram : des modalités d'usage qui participent à conférer à @jouissance.club et @orgasme_et_moi un premier niveau de légitimité pour aborder le sexe sur la plateforme. Leurs contenus sont destinés à être lisibles, adaptés aux usages des internautes sur le réseau social.

⁸⁰ Voir annexes, fig. 13.

⁸¹ Voir annexes, fig. 14.

b. *Formes systématiques et méta-discours, des outils pour l'identification*

Le recours à la rhétorique de l'image rendent lisibles les deux comptes : ils prennent part à un ensemble de comptes, chacun s'inscrivant dans une rhétorique de l'image — que leurs propriétaires le veulent ou non, puisqu'il s'agit de la condition sine qua non pour s'établir sur Instagram. Mais au-delà d'être lisibles, il y a une intention d'être visible pour @jouissance.club et @orgasme_et_moi. Cette intention se lit dans des formes de discours qui agissent comme leviers de légitimation. Chez @orgasme_et_moi, on préfère les contenus où foisonnent les textes : il est souvent nécessaire de scroller pour lire l'intégralité des témoignages. La créatrice a dans ce cas recours à la fonctionnalité «publications multiples» d'Instagram. Chez @jouissance.club, il s'agit plutôt de contenus courts, et de publications uniques. Derrière l'entretien des comptes, il y a bel et bien une stratégie éditoriale qui doit prendre en compte les caractéristiques d'Instagram. L'organisation de la collection, les choix de forme, de mises en avant sont autant d'éléments qui participent à mettre en place une « une ligne éditoriale clairement établie⁸² ». Des invariants de structure sont déjà notables dans les choix éditoriaux de @jouissance.club. Outre le primat de l'image et la dominante bichromatique, des détails d'édition témoignent d'une volonté de se distinguer ou tout au moins d'être identifiables parmi les comptes Instagram qui aborderaient la même thématique ou proposeraient la même typologie de contenus. L'intégration systématique d'un point en légende pour marquer la différence entre le texte en français et sa traduction en anglais en est un. La volonté d'établir une ligne éditoriale claire tient parfois compte d'une attention particulière accordée à la logique de format. Dans l'entreprise qui vise à créer des formats, on retrouve une rigueur marketing qui tient à « la connaissance des publics et des logiques de vente⁸³ », un phénomène que nous analyserons plus en détail par la suite. Chez @orgasme_et_moi, le témoignage investit les stories, la galerie... Il devient un format à l'instar de ses contenus « #LaParoleAuxFemmes » ou « #LaPAROLEAUXhommmes ». Ce choix de thématiser des éléments de la collection démontre une anticipation des enjeux de réception dans les logiques de production : il faut proposer à l'esprit de l'internaute des typologies de contenus — et des logiques de thématisation qui les accompagnent dans les médias — qu'il aurait déjà pu voir auparavant. Témoigner une certaine appropriation d'Internet, c'est ainsi valoriser une maîtrise de la manipulation des « petites formes », ces « phénomènes textuels

⁸²BROUARD Pauline, ROLLANDIN Marion. *op.cit.* p60.

⁸³Effeillage la revue N°5, juin 2016. <https://en.calameo.com/read/001906337f7aeb606505b>

identifiables et récurrents donnés à lire sur le Web ⁸⁴ ». La ligne du compte d'@orgasme_et_moi est à ce titre établie par un discours construit autour du principe d'innovation, tel qu'en témoigne le « signe passeur⁸⁵ » consacré par le *hashtag* « #MMM (Meufs Mecs Merveilleux.ses) » sur la page de présentation du compte. D'une part, ce mot-clé est producteur de nouveaux espaces où sont recensées les publications qui le mentionnent. Cette maîtrise apparente de compétences en termes de communication médiatisée n'est pas à négliger. En effet, ce *hashtag* permet la centralisation de contenus autour d'un thème bien précis et par là-même, met en relation plusieurs utilisateurs autour de ce dernier. D'autre part, il constitue une forme d'innovation sur le plan sémantique : la créatrice d'@orgasme_et_moi propose ainsi un nouveau concept qu'elle a co-construit avec ses « abonnés » lors d'un appel à témoignages comme évoqué en introduction, et qui désigne, dans le contexte d'un rapport sexuel, une personne à l'écoute, investie dans le désir de l'autre, dans le respect. Ces éléments nous invitent à supposer que la ligne éditoriale d'@orgasme_et_moi se construit autour de l'objectif de fédérer ses membres autour, notamment, de ce concept innovant. Ici, le système d'indexation et de référencement du *hashtag* pointe un usage prédéfini par Instagram et le principe de mise en visibilité qu'il met en place. La médiatisation d'une vision de la sexualité, d'un discours sur le sexe prend ainsi une nouvelle ampleur. Nous pouvons voir dans l'effort fourni pour connecter une sorte de contre-culture du sexe via l'utilisation du *hashtag*, un remerciement implicite dirigé vers Instagram semble *de facto* recevoir le titre d'idéal de réseau du web participatif : la créatrice d'@orgasme_et_moi assume profiter des possibilités offertes par la plateforme pour asseoir son propos, voire faire vivre son projet. Naturellement cet usage rétributeur de *likes*⁸⁶, d'abonnés ne doit pas être appréhendé selon une logique unilatérale. C'est ce que nous tenterons d'analyser plus tard.

⁸⁴ CANDEL Etienne, JEANNE-PERRIER Valérie, SOUCHIER Emmanuël. « Petites formes, grands desseins. D'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures. » Jean Davallon. *L'économie des écritures sur le web*, 2012.

⁸⁵ JEANNERET Yves, SOUCHIER Emmanuël, « Pour une poétique de l'écrit d'écran », Xoana, n° 6-7; – *Vocabulaire des études sémiotiques et sémiologiques*, 1999.

⁸⁶ Indication par laquelle quelqu'un signifie qu'il apprécie un contenu sur Internet. Source : lerober.com. <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/like> (Consulté le 1er septembre 2021)

c. *Les imaginaires du web libre contrariés par la récupération de compétences journalistiques pourtant légitimatrices*

Les créatrices de @jouissance.club et de @orgasme_et_moi empruntent certaines pratiques, qui appartiennent par convention au domaine journalistique. Ainsi peut-on caractériser l'entreprise qui désigne la tendance des comptes sexe étudiés à s'inspirer des modes de thématisation, de structuration, mais aussi des formats et des rhétoriques se rapportant théoriquement à ceux de la presse ou des médias en ligne. Il s'agit de comprendre dans quelle mesure ces emprunts peuvent constituer des leviers de légitimation. Les *stories* sont d'abord utilisées par @jouissance.club et @orgasme_et_moi comme des outils pour thématiser les contenus : un fonctionnement en série qui fait écho à l'arborescence en termes de thématisation à laquelle certains médias en ligne ont recours.

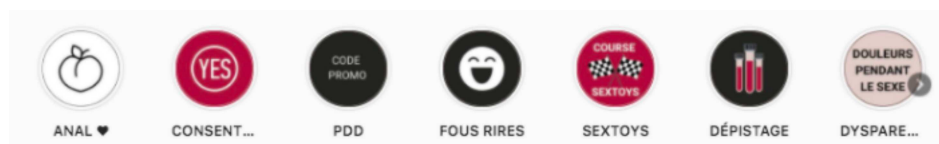


Fig. 2 b) : *Stories* à la une chez @orgasme_et_moi (Source : Instagram⁸⁷)

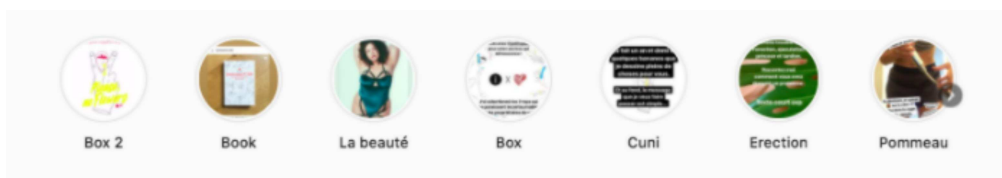


Fig 15 b) : *Stories* à la une chez @jouissance.club⁸⁸



Fig. 16 : Onglet catégories du site lemonde.fr

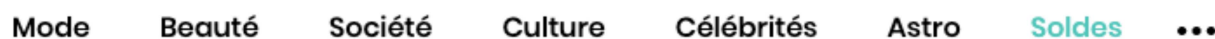


Fig. 16 bis : Onglet catégories du site marie.clair.fr

⁸⁷ Voir annexes, fig. 2b).

⁸⁸ Voir annexes, fig. 15 b).

La rhétorique du conseil imprègne également massivement les deux comptes. Si elle s'inscrit directement dans la logique d'assistanat, point qu'on abordera un peu plus en détail par la suite, elle rappelle, elle aussi, un motif de la presse. Adoptée par @jouissance.club et consacrée explicitement par l'annonce des «sex tips» qu'elle entend fournir à sa communauté, elle est également reprise par @orgasme_et_moi : diluée dans un format vidéo d'interview publiée le 30 janvier⁸⁹ au sein duquel la figure de l'interviewer (soit la créatrice du compte @orgasme_et_moi) intervient, des phrases telles que au format «*Comment faire pour donner un max de plaisir*» manifestent une réhabilitation de certains codes de la presse magazine féminine. C'est aussi pour le cas du contenu «*Erratum*» publié le 15 décembre 2019 par @jouissance.club : l'émettrice signale ce qu'elle considère avoir été une erreur et tente de la corriger. Cette marque de réflexivité se lit également en début de magazine dans le cas de numéros multiples : si une faute d'impression ou une erreur a été notée, l'éditeur revient dessus dans le numéro suivant pour l'annoncer au lecteur. Cette démarche vise la transparence et l'authenticité.

Erratum

Non, le porno lesbien
mainstream n'est pas
un manuel
d'éducation sexuelle.



Fig 17 : Capture d'écran d'un contenu publié le 15 décembre 2019 par @jouissance.club (Source : Instagram⁹⁰)

⁸⁹Voir annexes, fig. 8.

⁹⁰Voir annexes, fig. 17.

Tous ces éléments tendent ainsi à stabiliser un imaginaire lié à l'expertise, une dynamique légitimatrice en soi. Le recours à une rhétorique de la preuve, à des formats de presse (spécialisée) participent à légitimer la démarche des comptes : d'une part, le discours prend appui sur les codes d'une profession encadrée juridiquement, d'autre part, d'autre part, cela convoque chez l'internaute un imaginaire et des références

L'analyse de certaines formes empruntées permet néanmoins de postuler que la démarche ne présente *a priori* pas les conditions pour servir l'objectif de légitimation. Prenons l'exemple du témoignage chez @orgasme_et_moi. Si le témoignage n'est en soi pas une forme empruntée, sa transposition en un contenu intégré dans la collection du compte en est une. Il s'apparente en effet à un « courrier des lecteurs » — et c'est ainsi que la propriétaire du compte nomme elle-même le format —, co-créé par l'abonné et la créatrice du compte. Si l'on considère que l'abonné envoie son témoignage à la créatrice du compte, le destinataire primaire devient ce faisant émetteur-partenaire. Cette logique participe se lit dans le format associé à la presse écrite du « courrier des lecteurs », qui charrie des imaginaires d'un espace ouvert. Pourtant ce format présuppose une sélection des témoignages parmi ceux reçus via message privé : tous ne seront pas publiés tant que témoignage « #LaParoleAuxFemmes » ou « #LaPAROLEAUXhommes ». D'autant plus que, de manière générale, les témoignages sont rédigés avec un certain soin, un respect des règles stylistiques, certains ont même une certaine poésie — on notera la présence d'anaphores dans le contenu de la publication du 5 novembre 2019⁹¹. Par ailleurs, les témoignages respectent certains codes de bienséance qui régissent le compte par « contrat » et suivent une structuration systématique : le récit s'ouvre par une situation traumatisante, qui précède la phase de dénouement (soit le moment où la personne a eu une sorte de révélation sur ladite situation) et se termine par une morale et/ou des conseils. La chute est toujours positive. L'ambition de prendre le pouls des préoccupations citoyennes hors ligne, et de les retranscrire à l'écran se retrouve elle plutôt altérée par ces principes de modération et de structuration systématique. Cette analyse invite déjà à prendre de la distance avec la conception d'un « web ouvert » comme outil manipulable par tout un chacun, qui donnerait à tous le pouvoir de prendre la parole. Finalement, ce qui diffère entre ces formes discursives tient surtout à l'ethos du producteur de contenus qui n'est pas le même : suggérer, montrer et s'écrire sur un réseau social de l'image n'a pas la même acceptabilité sociale que de documenter et d'écrire pour un journal de presse, qu'il soit sous forme papier ou en ligne.

⁹¹ Voir annexes, fig. 6.

Les stratégies d'auto-légitimation passent également par un recours à des arguments d'autorité. Chez @jouissance.club, cette logique sous-tend un processus ambigu puisque le statut d'autorité est attribué par la créatrice du compte sexe elle-même. En effet, pour @jouissance.club, le processus par lequel son discours fait preuve relève de la mention de pairs identifiés comme légitimes. Reprenons l'exemple de la publication du 15 décembre évoquée précédemment. «*Finally, j'en profite pour remercier celles qui m'ont aidée à clarifier ma position en soulignant cette contradiction : @seo_lesbienne @feminisetaculture*⁹² » : cette portion de texte en légende suggère que des utilisatrices d'Instagram proches de la «communauté» qu'entend bâtir @jouissance.club, lui aient fourni les *bonnes* pistes de réflexion pour repenser le débat qu'elle menait dans une publication précédente sur l'éducation sexuelle des hommes. Ainsi se corrige-t-elle en mentionnant @seo_lesbienne qui envisage de «*Rend[re] visibles les lesbiennes*» et @feminisetaculture dont l'engagement est déjà suggéré par l'impératif que le pseudonyme induit.

Ces éléments témoignent de compétences médiatiques. Pourtant, celles-ci révèlent des failles (fautes d'orthographe⁹³, défauts de production⁹⁴) : l'emprunt à des codes, l'auto-attribution d'une forme de statut ne peut être corrélée à la détention d'une carte de presse par exemple. Ce flou fait peut-être aussi la force de ces comptes sexe qui s'établissent dans un espace qui se situe entre celui occupé par les «médias traditionnels» et les citoyens. «Les individus, en amorçant des comptes sur les réseaux sociaux ou en créant un blog se voient attribuer le rôle de «partenaire de la communication médiatisée»» suggèrent à ce titre Marion Rollandin et Pauline Brouard. Sur les comptes sexe étudiés, c'est le discours de l'expérience qui légitime et qui rend théoriquement possible la logique prescriptrice ; hors écran, dans des médias d'information, c'est davantage le culte du fait qui règne. Justement, une stratégie déployée par @orgasme_et_moi laisse penser que susciter l'adhésion à la promesse de «détabouisation» d'une parole intime sur le sexe passerait par le fait de convoquer des sources. La légende du contenu publié le 7 janvier sur le compte de @orgasme_et_moi démontre cette entreprise d'auto-légitimation par les chiffres :

⁹² Voir annexes, fig. 17.

⁹³ Dans une publication du 20 décembre 2019 (voir annexes, fig.3), @jouissance.club affirme en légende «*Cette petite manip est très agréable mais elle à aussi le don de relancer une belle érection selon les cas.*»

⁹⁴ Dans une vidéo publiée le 30 janvier 2020 (voir annexes, fig. 8) par @orgasme_et_moi, des éléments témoignent d'un manque de technicité dans la production, notamment de montage (caméra qui bouge, écouteurs visibles, flou)

«*Quelques chiffres :*

- 82% des jeunes français.es ont visionné une vidéo pornographique avant d'atteindre l'âge de 16 ans - Source Statista 2017

- 53% des jeunes anglais pensent que la pornographie est une représentation réaliste de la sexualité (NSPCC - UK 2016)

- Le taux de satisfaction sexuelle des femmes est en recul depuis 15 ans : selon une étude finlandaise, 56% des femmes atteignaient régulièrement l'orgasme en 1999, contre seulement 46% en 2015, le recul s'observant particulièrement chez les jeunes femmes (FINSEX, 2015)⁹⁵»

Si, initialement, les créatrices de @jouissance.club et @orgasme_et_moi méconnaissent les enjeux relatifs à la médiatisation de la question du sexe et de la sexualité, leur activité quotidienne sur Instagram leur fournit des connaissances, voire des compétences et est donc par extension gage de légitimité. Les propriétaires des comptes sexe étudiés élaborent un travail d'édition pour être lisible et visible et empruntent à des rhétoriques associées à des champs qui font autorité. Une flexibilité qui témoigne *a priori* d'une liberté créative, éditoriale et économique : le cheminement pour faire advenir un discours en contexte numérique ne semble à première vue pas semé d'embûches. Néanmoins, les modalités de construction d'une expertise sur Instagram se heurtent à des rapports de pouvoir propres justement au contexte numérique. La médiatisation du discours sur le sexe et la sexualité révèle des autorités plutôt qu'une autorité.

B) AUTORITÉ EXOGÈNE, AUTORITÉ ENDOGÈNE : MODALITÉS DE CONSTRUCTION D'UNE EXPERTISE

Dans le cadre de l'étude des comptes sexe, Instagram apparaît comme le lieu d'une scénographie, celui de soi et du sexe. Afin de d'incarner des actrices authentiques au sein de ce dispositif de représentation, ou des instances prescriptrices fiables pour prodiguer des conseils ou véhiculer une certaine vision de la sexualité, les propriétaires des comptes @jouissance.club et @orgasme_et_moi mettent en scène des savoirs (le fond), leviers de légitimation. Pourtant, la forme fait elle aussi autorité : cette autorité intrinsèque au dispositif qu'est Instagram interroge l'efficacité de l'autorité de la créatrice, qui fait elle *a contrario* l'objet d'une construction.

⁹⁵ Voir annexes, fig. 18.

1) LES PROPRIETAIRES DES COMPTES SEXE LEGITIMENT LEUR STATUT EN EMPRUNTANT AUX DISCOURS DES PROFESSIONNELS DE LA THERAPIE

D'abord le cadre de discours pédagogique suppose une instance énonciatrice légitime. En étudiant les typologies de rhétorique (coaching, assistanat, thérapeutique), il conviendra de saisir quels champs de savoirs sont investis, mais aussi comment ces derniers sont investis, par les créatrices de @jouissance.club et de @orgasme_et_moi.

a. Le discours pédagogique au cœur de l'entreprise de légitimation

Les propriétaires des comptes sexe s'inscrivent dans un registre de discours essentiellement pédagogique. L'horizontalité de la relation de transmission est tantôt explicite, tantôt implicite.

Les stratégies établies par les deux créatrices des comptes sexe étudiés pour légitimer la publicisation de contenus sur le sexe et la sexualité différent, bien qu'elles passent systématiquement par la pédagogie. En plus d'emprunter aux codes de la presse féminine tel évoqué précédemment, la créatrice de @jouissance.club se positionne en prescriptrice légitime de bonnes pratiques sur le sexe, de «sex tips». Une promesse affichée dans le texte de présentation du compte et qui vise à l'adhésion : l'idée est que les internautes aient le sentiment qu'ils pourront recevoir des conseils concrets et éclairés, et donc tirer quelque chose de la lecture et/ou de l'abonnement à ce compte. De la même manière, la rhétorique du conseil imprègne la ligne éditoriale de @orgasme_et_moi. Dans une publication datée du 22 janvier 2020, l'énonciatrice invite à «*dédramatiser*» la baisse de libido, considérant que «*le mieux est d'accueillir sa baisse de libido, l'accepter*». À cela s'ajoute une autre forme de discours pédagogique qui tient à un des éléments phares de la ligne éditoriale du compte : l'engagement. Cela passe par exemple par la prise en compte des pratiques sexuelles des minorités. Le compte @jouissance.club entend en effet lever le voile sur les organes génitaux de personnes transgenres comme dans cette publication du 18 novembre 2019 :



Fig. 7 : Capture d'écran d'un contenu publié le 18 novembre 2019 par @jouissance.club (Source : Instagram⁹⁶)

Par ailleurs, dans une publication du 6 décembre 2019, @jouissance.club propose une illustration d'une bouche en «*cul de poule*» à laquelle elle a apposé des informations visuelles : une mise en avant des organes à mobiliser pour parvenir à reproduire hors ligne le mouvement illustré en ligne d'une part, et une flèche d'autre part⁹⁷. Ces éléments plastiques témoignent d'un savoir de la propriétaire du compte sur l'anatomie et les parties du corps à activer pour connaître le plaisir sexuel. Cette propension à fournir des éléments de décryptage et de révéler les bonnes pratiques sexuelles confère de fait à la créatrice une certaine légitimité : une légitimité qui repose sur la promesse d'évoluer positivement dans ses pratiques sexuelles pour maximiser les chances de ressentir du plaisir. La créatrice du compte s'accapare ainsi une sorte de label d'autorité. Cette construction personnelle de l'expertise n'est visible qu'en filigrane dans les deux comptes étudiés. Chez @jouissance.club en effet, c'est par une rhétorique de ce qu'on appellera pédagogie de déconstruction que ce phénomène se manifeste. «*La bouche en cul de poule, tu vas venir coller tes lèvres vers le gland et faire sortir ta langue par à-coup pour tapoter tranquillos le gland du clitoris. Pour la cadence, c'est toi qui vois. Imagine que tu es un sex-toy à plusieurs vitesses.*» On le voit bien dans la légende du contenu évoqué ci-dessus : le mode d'expression pédagogique laisse à l'abonné le pouvoir de négocier avec la conseil prodigué, comme en témoigne la formule «*c'est toi qui vois*». Cette stratégie discursive qui mêle paradoxalement l'impératif à la liberté

⁹⁶ Voir annexes, fig. 7.

⁹⁷ Voir annexes, fig.19.

de décision crée les conditions pour que l'abonné n'ait pas le sentiment de recevoir un conseil de néophyte. C'est l'assurance et la connaissance des rapports individuels que chacun entretient avec le sexe que la créatrice met en scène qui maximise l'adhésion et réduit les doutes de l'abonné. Et pour cause, l'impératif est légion chez @jouissance.club : elle construit des récits qui viseraient à aller contre les idées reçues sur le sexe. Proposer un contre-discours à celui de la norme passe concrètement par l'écriture d'injonctions, comme dans une publication du 13 novembre 2019. L'énonciatrice y discute une conception théoriquement alternative de l'idéal du couple⁹⁸. Dans la légende, elle affiche clairement une position par l'impératif «*il faut déconstruire*» ; une position qu'on imagine être la sienne et celle à laquelle elle envisage de faire adhérer ses abonnés. Si le texte, seul élément du contenu visuel publié, fait directement écho à la légende, celle-ci a bel et bien une fonction de relais : elle fournit un éclairage sur le sujet de l'«Amour libre», seul élément qui figure sur l'image publiée. On comprend dès lors que la signification de l'énoncé est notamment dépendante des outils mobilisés pour le diffuser. Sans les éléments de précision en légende, «Amour Libre» aurait été porté en étendard, comme une sorte de slogan. Ici, la tonalité pédagogique et éducative caractérisée par l'énumération des procédés pour parvenir à construire une relation libre vient donc épouser habilement la volonté de la créatrice d'interroger le modèle du couple (et par extension de la sexualité) dit «traditionnel». Mais si la pédagogie parvient à infuser le discours, c'est bien parce que la créatrice du compte manifeste une maîtrise des sujets qu'elle aborde

b. La figure de l'experte : convoquer les savoirs, expliquer, se légitimer ...

Les dynamiques étudiées viennent stabiliser un imaginaire de l'expertise. La propriétaire du compte sexe, doit, pour parfaire cette entreprise de légitimation, témoigner de ce qui peut apparaître aux abonnés comme un savoir. Ainsi se confronte-t-elle à la figure de l'experte. Sont convoquées une expertise des savoirs liés au sexe d'une part et une expertise des savoirs liés à la libération de la parole d'autre part. Pour pouvoir conseiller, il est convenu qu'il faille pouvoir détenir les moyens d'expliquer. Le discours pédagogique peut également prendre la forme d'un cours d'anatomie, comme chez @jouissance.club. En témoigne une publication sur le pénis daté 7 novembre 2019⁹⁹, dont la légende présente les différents organes qui le composent. Le membre abonné se retrouve ainsi face à une sorte de cours d'anatomie. Cette intention éditoriale aux allures encyclopédiques confère à l'énonciatrice une

⁹⁸ Voir annexes, fig. 20.

⁹⁹ Voir annexes, fig. 20.

légitimité puisqu'elle mobilise des référentiels communs. On retrouve la même dynamique dans la collection de @orgasme_et_moi qui énumère en légende de la publication du 22 janvier 2020 évoquée précédemment, les facteurs de baisse de libido et déclare que « *la baisse de libido a souvent une origine hormonale et/ ou environnementale*¹⁰⁰ ». Ici, la productrice du discours ne convoque pas de sources ; c'est sa légitimité considérée comme acquise qui lui permet d'énoncer le propos. Le fait même que ce soit elle qui énonce le discours fait preuve. Il se joue ce que Marion Rollandin définit comme « un processus d'autorisation personnelle et collective permettant la légitimation et la qualification dans un domaine d'expertise et de savoir¹⁰¹ ». Les énoncés qui voudraient contrecarrer cette déclaration sont *de facto* affaiblis : l'autorité est acquise par la mise en discours d'une parole théoriquement certifiée. L'absence de besoin de preuves est ce par quoi l'autorité est posée. La détention des savoirs n'est pas niée ; néanmoins l'afficher serait une manière de se justifier, et donc d'amoindrir, voire de remettre en cause sa légitimité en tant que productrice d'un discours sur le sexe. Les stratégies déployées pour convoquer des savoirs liés au sexe et à la thérapie se lisent ainsi dans la forme que peut prendre le discours. Dans une publication du 27 décembre 2019 de @jouissance.club sur les douleurs à la pénétration, il est écrit en légende « *Évidemment que de consulter est toujours une bonne idée. Mais en prenant du recul, nous pourrions cibler d'où vient le problème, surtout s'il est récurrent*¹⁰². » L'énonciatrice évoque en creux la consultation thérapeutique — ici nous postulons que « consulter » désigne l'entretien avec un psychologue ou un coach — et s'accapare en quelque sorte l'ethos du thérapeute en en distillant une rhétorique qui lui est par convention associée. Néanmoins, sur la publication évoquée, la créatrice du compte célèbre le pouvoir individuel que ses abonnés auraient de « cibler d'où vient le problème ». La créatrice n'associe pas le fait de consulter à un besoin : une dynamique qui affaiblit dans le même temps l'activité du thérapeute. La publication de @orgasme_et_moi datée du 12 novembre 2019 affiche une illustration d'un clitoris avec une couronne de laurier, signée de son autrice « *La renarde bouclée* » et est intitulé « *girls' bestfriend* » — le titre apparaît sur l'image —. Nous percevons ici une volonté de l'énonciatrice de proposer un contenu pédagogique sur le clitoris. En légende, elle convoque Sigmund Freud pour infirmer sa conception de l'orgasme féminin : « *Pendant longtemps (merci*

¹⁰⁰ Voir annexes, fig. 5.

¹⁰¹ ROLLANDIN Marion « La réflexivité communicationnelle, processus facilitant la construction d'une autorité dans les espaces médiatisés participatifs », 2017. p53.

¹⁰² Voir annexes, fig. 21.

Freud (♀), un distinguo était fait entre orgasme clitoridien et vaginal. On sait depuis 1998, date de la première représentation complète d'un clitoris, qu'en réalité les orgasmes des propriétaires de clito sont tous ... clitoridiens !¹⁰³». Ainsi, si les discours portés par les professionnels de la thérapie hors ligne semblent constituer la base de ceux construits par les comptes sexe, ces derniers se construisent aussi en opposition. Nous envisageons cela comme un moyen de légitimer une prise de parole en ligne : le pouvoir de la parole intime publicisée via des moyens digitaux est réhabilité. En effet, le contraste entre le cadre privé de la consultation et la cadre public d'Instagram est marqué et mis en scène. L'objectif, pour les créatrices de comptes sexe est de valoriser leur plus-value.

c. ...Pour asseoir un nouveau statut : celui d'une experte en libération de la parole

La rhétorique de la pédagogie et de l'assistanat créent les conditions pour que la promesse de libération s'établisse. @orgasme_et_moi et @jouissance.club sont tentés par une rhétorique du coaching et de psychologie, des professions intégrées à un cadre juridico-professionnel. Il convient d'interroger les modalités d'emprunt aux savoirs déployés par les professionnels de la thérapie afin de saisir les ressorts de l'entreprise d'auto-légitimation des comptes sexe étudiés. La création-même d'un compte Instagram public sur des sujets liés au sexe et à la sexualité est selon nous à mettre en parallèle avec la construction d'un savoir scientifique. Nous postulons notamment ici que les créatrices des comptes sexe étudiés légitiment leur pratique en valorisant, quoique tacitement, la parole cathartique qui est un emprunt à la psychanalyse. Le concept de catharsis est apparu pour la première fois en 1893 dans « Communication préliminaire », premier chapitre des *Études sur l'hystérie* de Josef Breuer et Sigmund Freud pour évoquer le cas de leur patiente Anna O. C'est en racontant son histoire que le symptôme de cette dernière aurait disparu. Cette mécanique que les auteurs ont appelé « talking cure¹⁰⁴ » a été théorisé par Breuer qui en a fait une méthode de guérison, la « méthode cathartique¹⁰⁵ », laquelle consiste en une décharge d'émotions jusque-là refoulées. Ce sont ces mêmes outils propres au champ de la psychanalyse qui semblent mobilisés par les créatrices des comptes sexe qui valorisent la libération de la parole sur le sexe dans leur discours. En publicisation une parole sur le sexe jugée taboue et tue, elles convoquent, des savoirs acquis dans le champ qu'elles investissent.

¹⁰³ Voir annexes, fig. 22.

¹⁰⁴ FREUD Sigmund. *Sigmund Freud présenté par lui-même*, 1925.

¹⁰⁵ *Ibid.*

L'emprunt à un vocabulaire médical sert également l'entreprise d'auto-légitimation. @orgasme_et_moi met en scène sa maîtrise d'un discours scientifique, notamment avec la mention en story à la une de « *DYSPAREUNIES* », terme gynécologique faisant référence à une douleur lors de rapports sexuels. Pourtant, c'est aussi en prenant de la distance avec le discours médicalisant que les comptes sexe s'engagent dans un processus d'auto-légitimation. Dans les publications des 5¹⁰⁶ et 19 novembre¹⁰⁷ 2019 de @orgasme_et_moi, une série de hashtags convoquent les imaginaires de la promesse engagée par les pratiques du développement personnel « #bonheur #amour #bienveillant #espoir #traumatisme #viol #respect #forcedevie #vaginisme #selflove #reconstruction » et « #amour #bienveillance #tendresse #plaisir #cunni #lacherprise #beaute #compliments #mmm #affection ». Cette logique de coaching qui permettrait au « client » du coach et donc ici à l'abonné, de « repérer [son] "moi authentique" », à distance du « discours médicalisant¹⁰⁸ » est un moyen de réaffirmer sa nécessité d'exister, voire sa raison d'être. Les comptes sexe se targuent de publiciser une parole sur l'intime qui, autrement, ne trouve pas de fenêtre d'expression. En cela, les créatrices des comptes sexe renforcent un manque supposé dans l'espace de parole au sein de la société. Leur action même tend à élargir l'écart entre les citoyens et leurs référents sociaux et culturels. Les comptes sexe, se positionnant en rupture et en continuité avec les discours déployés par les professionnels de la thérapie, se créent une place et une fécondité sociale propre et entendent faire d'Instagram, dès lors qu'elles l'investissent, un acteur social.

Ces dynamiques d'emprunts et de rejets liées à des pratiques, savoirs et rhétoriques scientifiques et thérapeutiques invitent à repenser la figure de la créatrice du sexe à l'aune du champ thématique qu'elle investit : le sexe. L'expertise du sexe investie se veut tout de même réflexive : les créatrices des comptes sexe n'hésitent à se reprendre, se corriger si une erreur de jugement, de discours aurait été démontrée par ailleurs.

2) ARCHITECTURE TECHNIQUE, ARCHITECTURE DE L'AUTORITE

L'étude des outils employés par les propriétaires de @jouissance.club et @orgasme_et_moi pour légitimer leur présence en ligne met déjà en exergue les postures idéologiques supposées des énonciatrices. Chez @jouissance.club, le ton pédagogique est empreint d'une

¹⁰⁶ Voir annexes, fig. 6.

¹⁰⁷ Voir annexes, fig. 23

¹⁰⁸ ILLOUZ Eva Les sentiments du capitalisme, *Les Sentiments du capitalisme*, 2006 p. 278.

ambition de déconstruction des idées reçues sur le sexe, la sexualité et les identités de genre. Au-delà de repenser le sexe, on repense le couple, l'hétérosexualité, le cisgenrisme. L'engagement est lisible et visible. Chez @orgasme_et_moi, la pédagogie sert davantage la promesse bâtir de nouveaux rapports sexuels avec son ou sa partenaire fondé sur la communication, en acceptant deux prises de parole : celle des hommes (« #LAPAROLEauxhommes ») et celle des femmes (« #LAPAROLEauxfemmes »). On est davantage dans un idéal romantique plutôt que dans la mise en visibilité de la communauté LGBTQI+. La légitimation passe également par une promesse de libération d'une parole sur le sexe. La revendication d'une forme d'expertise légitime la parole cathartique et la promesse de libération. L'entreprise de légitimation qui confère à l'énonciatrice une légitimité pourrait laisser penser que la distance avec l'abonné serait recréée. Pourtant, force est de constater que l'autorité est remise en cause par la force du dispositif qui décrédibilise le postulat d'une logique de diffusion verticale.

Dans leur article « S'instituer par l'écriture en ligne », Etienne Candiel et Pergia Gkouskou-Giannakou convoquent la notion d'« ingénierie auctoriale » dont Yves Jeanneret parle « pour caractériser les technologies de délégation d'énonciation dans l'espace de production textuelle numérique¹⁰⁹ ». Sur les pages de présentation des comptes sexe sur Instagram par exemple, il est déjà donné à voir la scission entre parole dite experte ou d'autorité et la parole citoyenne, populaire. Elle est mise en forme. La page de présentation constitue en effet un espace, celui de la propriétaire du compte, qui contraste avec celui de l'internaute qui lui revêt deux formes différentes : d'une part, l'espace direct, soit celui que la plateforme Instagram lui confère de fait (l'espace commentaires) et l'espace indirect d'autre part, (avec une médiation supplémentaire), soit celui que décide de lui construire la créatrice par l'intermédiaire de ses stories ou contenus. Le contraste entre ces deux espaces se note dans la configuration esthétique définie par la plateforme qu'est Instagram, laquelle a le « pouvoir d'instituer les légitimités en construisant les postures d'auteur et de lecteur¹¹⁰ ». Les signes iconiques, plastiques et linguistiques variant d'un espace à l'autre, ils produisent de la différence de points de vue. Les deux espaces abritent en effet deux discours dont la différenciation est soulignée par des éléments visuels¹¹¹ définis par la plateforme. Les

¹⁰⁹ CANDEL Étienne, GKOUSKOU-GIANNAKOU Pergia, « S'instituer par l'écriture en ligne », *Communication & langages*, 2017, p. 22

¹¹⁰ CANDEL Étienne, GKOUSKOU-GIANNAKOU Pergia, *Ibid*, p. 21.

¹¹¹ CROISSANT Valérie, TOUBOUL Annelise, « Discours journalistique et parole ordinaire : analyse d'un rendez-vous manqué » *Communication & langages*, pp.67-75. 2009.

créatrices des comptes sexe étudiés semblent se les réapproprier pour marquer encore plus ce contraste. L'analyse d'un sous-espace de la propriétaire du compte met en exergue les modalités de présentation de soi en contexte numérique : c'est là que se jouent les stratégies déployées par les créatrices de comptes sexe sur Instagram pour « projeter une image de soi susceptible d'inspirer confiance ¹¹² » en braconnant contre les contraintes fixées par Instagram. Il incombe en réalité en effet en grande partie à la plateforme d'arbitrer les enjeux de pouvoir. Les chercheurs écrivent en ce sens que «les architextes sont le lieu du pouvoir, et non celui de son renversement au profit d'acteurs lectoriaux qui seraient devenus désormais auteurs... La croyance en un *empowerment* du lecteur par les médias informatisés, virulente dès les débuts du Web grand public, est une fiction qui, loin de décrire les équilibres nouveaux de la communication, sert le pôle du pouvoir dont il n'est qu'une des nombreuses mythographies.» Finalement, quel que soit l'effort de la créatrice du compte sexe pour transposer son identité réelle dans la ligne éditoriale, quel que soit son degré de maîtrise des codes numérique, son habileté à convoquer des savoirs et rhétoriques auprès de champs identifiés comme légitimes et légitimants, la délégation des pouvoirs qu'opère les dispositifs interroge. Elle ne nous empêche pas de pointer l'entreprise de légitimation mais bien plutôt de postuler l'autorité réelle des créatrices de contenus sur le sexe. Les propriétaires de @jouissance.club et de @orgasme_et_moi s'accaparent un statut d'autorité. Si l'analyse sémiologique permet de suggérer que l'autorité de l'énonciatrice peut être remise en cause par celle des dispositifs, les abonnés aux comptes n'ont *a priori* pas cette lecture. Or c'est bien le nombre d'abonnés qui crée les conditions de possibilité pour que puisse se développer un objectif marketing.

C) EN REPRÉSENTATION, LES CRÉATRICES MÈNENT UN PROJET S'APPARENTANT À DU MARKETING

L'équilibre abolition de distance et professionnalisation éclaire sur la face cachée de la promesse. On ne se retrouve pas ici tout à fait dans une logique de contenu «divan» dans la mesure où les affects ne sont pas systématiquement anonymes ou anonymisés comme ils pourraient l'être au sein du cabinet du psychologue ou du confessionnal. Comme évoqué précédemment, l'énonciatrice n'est pas non plus une experte du sexe et de la sexualité, mais démontre plutôt un acquis des compétences grâce à son activité en ligne sur Instagram et

¹¹²AMOSSY, Ruth. « Chapitre premier. Ethos et présentation de soi: Une traversée des disciplines. », *La présentation de soi*. 2010, p4.

une autorité qu'elle s'est co-attribuée avec le dispositif : deux dynamiques qui pourraient d'ailleurs révéler un nouveau champ professionnel construit en ligne. Par ailleurs, @orgasme_et_moi et @jouissance.club mettent en scène des biens matériels et leur légitimité acquise auprès des abonnés leur permet d'établir un discours pour les valoriser auprès de leur « communauté ». C'est bien d'une posture marketing dont on se rapproche. Le marketing « désigne une activité professionnelle et sociale qui recouvre l'ensemble des pratiques visant le contrôle des marchés pour définir et commercialiser des offres, produits ou services¹¹³ ». Il s'agira ici de comprendre ce qui, dans le processus de légitimation, a trait à une logique marchande. Les indicateurs d'une posture marketing sont tantôt le fait de la plateforme, tantôt celui de la créatrice du compte sexe.

1) LA LEGITIMATION DE L'AMATEUR

Nous postulons ici, grâce aux travaux croisés de chercheurs que les propriétaires des comptes sexe étudiés investissent la figure de « l'auctor ». Etienne Candel et Pergia Gkouskou-Giannakou convoquent la définition qu'en fait Benveniste soit « celui qui promeut, qui est à l'initiative de quelque chose¹¹⁴ ». Ainsi, les deux chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication indiquent que, sur les réseaux sociaux, « si les utilisateurs sont bien « auteurs », ce serait ainsi du fait d'une délégation de la fonction. Et les architextes, qui permettent et promeuvent l'écriture, sont, structurellement, les véritables *auctores*, les *auctoritates* qui « font exister les textes. » C'est ainsi qu'en ligne se construisent les conditions de possibilité pour que les créatrices de comptes sexe — qui sont à l'origine des *curieuses* — et des amatrices — se légitiment. Elles mettent en scène quelques compétences théoriques mais en prenant du recul vis-à-vis de savoirs déjà construits. Par ailleurs, en ne s'auto-définissant pas dans l'espace de présentation (qui circonscrit l'identité numérique), comme des expertes, elles apparaissent davantage comme des chroniqueuses à forte notoriété. Il n'échappera pourtant à personne que le rayonnement du discours consacré par son nombre d'abonnés notamment est une condition *sine qua non* pour asseoir une posture marketing, levier de l'auto-légitimation. « La légitimité se traduit par des données chiffrées ». Marion Rollandin et Pauline Brouard suggèrent ainsi qu'il pourrait s'agir d'« un facteur de fiabilité et de prescription mise en avant par le dispositif.¹¹⁵ ». Chez @jouissance.club, les contenus sont

¹¹³ MARTI Caroline, « Marketing » *Publictionnaire*. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics, 2015.

¹¹⁴ CANDEL Étienne, GKOUSKOU-GIANNAKOU Pergia, *op.cit.* p. 22

¹¹⁵ BROUARD, Pauline, ROLLANDIN, Marion. *op.cit.* p 67.

presque traduits systématiquement en anglais. Une dimension internationale consacrée d'ailleurs dès la biographie : @jouissance.club est traduit par « *Bliss Club* » et les langues disponibles pour le livre écrit par la créatrice du compte sexe sont mentionnées « *French, English, Italian, German, Spanish, Dutch, Catalan... & more to come* ». Un positionnement explicite qui témoigne d'une forte notoriété (730 000 abonnés) d'envergure internationale. De la même manière, on retrouve le compte @orgasme_et_moi à travers le hashtag #MMM sur les pages profils sur les applications de rencontre. Il est donc question d'aller au-delà d'une relation compte sexe sur Instagram – abonné et de proposer des formes renouvelées de partage et d'échange. Le discours sur le sexe produit par la créatrice du compte circule ainsi hors ligne, dépassant le cadre au sein duquel il est théoriquement attendu qu'il soit énoncé. L'analyse de Etienne Candel et Pergia Gkouskou-Giannakou convoquant Yves Jeanneret semble à cet égard éclairante :

«Yves Jeanneret observe un certain retrait des postures d'auteur au profit d'une généralisation de la figure de l'*auctor*, qui caractérise l'autorité intellectuelle. Dans un monde social traversé par la mise en doute de la légitimité des institutions et des experts qualifiés d'une part, et par une légitimation massive d'amateurs et de profanes considérés désormais comme compétents d'autre part, l'autorité dépasse la valeur du texte ou plutôt la remplace par celle des données calculables. L'autorité se confond avec la notoriété, devient quantifiable et repose souvent sur des systèmes de calcul automatique.»

Ainsi, moins que l'autorité intellectuelle, c'est la notoriété qui permet à ce qui est collectivement considéré comme une forme d'autorité d'opérer. La figure de l'*auctor* en représentation est selon nous à mettre en parallèle avec une ambition marketing.

2) MARKETING DE SOI ET AUTO-PROMOTION

Les ingrédients pour asseoir une posture marketing sont nombreux. Au-delà d'un imaginaire de la notoriété investi par la figure de l'*auctor*, les créatrices de comptes sexe pointent leur ethos en s'auto-promouvant. La collection d'illustrations de @jouissance.club conditionne à la fois la sortie du livre de la créatrice de contenus en lui attribuant une certaine notoriété, mais agit également comme une vitrine de communication pour ce dit livre. Le livre présuppose la logique marchande, mais cette dernière n'aurait pu s'épanouir sans lui. Le contenu est dès lors *marketé*, *brandé*, soit promu par les méthodes du marketing. La mention de « @arianegeffard » met en effet clairement en exergue la dimension polyphonique

de l'énonciation¹¹⁶. avec plusieurs niveaux d'auctorialité. Il y a une co-création entre l'écrivaine et créatrice du compte Jüne Plä et l'agente littéraire Ariane Geffard. Cette relation de clientèle et sous-traitance fait émerger d'autres acteurs que le dispositif numérique lui-même, tous avec des intérêts : une maison d'édition, une agence, et les différents services que de telles structures abritent. Il convient dès lors de supposer que se joue un potentiel contrôle, direct ou indirect, sur les publications. Dans une publication du 10 janvier 2020¹¹⁷, la créatrice du compte annonce la sortie de son livre et incite ses abonnés à acheter son livre «*Le livre arrive!!! Sortie le 15 janvier Et Il y aura une tonne d'exclu: Une préface de @mrtnpage (auteur de « au delà de la pénétration) une leçon d'anatomie réalisée avec l'aide précieuse d'Odile Fillod des conseils pour vivre sa sexualité sans culpabilité, pour se masturber, explorer, comprendre les mécanismes de nos sexes, etc deux cartographies de nos multiples zones de plaisir pour visualiser l'étendue des possibilités en terme de créativité et enfin les techniques illustrées que je partage ici (+ de 100 tips!!) Pour le précommander, go sur ma story à la une: LIVRE .»* Le registre de la pédagogie de déconstruction évoqué précédemment est réhabilité avec la mention de Martin Page, auteur largement convoqué dans les cercles de pensée féministe. Cette mention permet d'afficher de façon explicite le positionnement féministe «*Ma sexualité commence réellement aujourd'hui, et c'est grâce à vous et votre soutien. Donc merci à tous les gens qui me suivent et qui font évoluer ma vision de sexe et du féminisme.* ». À la mise en œuvre discursive de soi vient se greffer l'objectif de transformer des internautes en acheteurs : une ambition marchande. La promesse de qualité joue comme un argument de persuasion, fer de lance du marketing. «*J'ai passé un an à bosser sur ce livre, nuits et week-ends, c'était intense mais j'ose espérer que ça aidera pas mal de gens. En tout cas, moi, j'aurais aimé avoir un tel ouvrage entre les mains dès l'adolescence. Ça m'aurait probablement évité de faire des bêtises...Ma sexualité commence réellement aujourd'hui, et c'est grâce à vous et votre soutien* ». Les arguments de vente sont introduits, en creux, comme celui de la singularité, de la différenciation «*On me demande souvent si le livre est un bête copié-collé du compte insta. Réponse : non.* ». La médiation prend ici des allures de dépublicitarisation¹¹⁸ : la promotion du livre est affichée, mais ce sont les valeurs et le positionnement de la marque @jouissance.club qui sont mises en avant. Dans les publications d'annonce du livre, les codes graphiques de la collection sont repris. La créatrice de @orgasme_et_moi fait elle véritablement du placement de produit, en témoigne

¹¹⁶ SOUCHIER Emmanuël. *Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale. Communication et langages*, n°154. L'énonciation éditoriale en question. 2007. p32.

¹¹⁷ Voir annexes, fig. 10.

¹¹⁸ PATRIN-LECLERE Valérie, MARTI DE MONTETY Caroline, BERTHELOT-GUIET Karine, *op.cit.*

la publication du 13 décembre 2019 #Laparoleauxhommes¹¹⁹. L'énonciatrice explicite les modalités de partenariat avec la marque mais une mention particulière qui fait état d'un respect de la législation par Instagram indique véritablement qu'on est là bien dans le cadre d'une médiation marchande : «Partenariat rémunéré avec so_cup.» Autant d'éléments qui invitent à l'inscrire dans une démarche d'*influence*. D'après le magazine américain *Wired*, un influenceur est « quelqu'un qui détient le pouvoir de modifier les habitudes de consommation des autres, en postant du contenu original - souvent sponsorisé - sur les plateformes de réseaux sociaux comme Instagram, Youtube, Snapchat¹²⁰ ». Les influenceurs sont donc des personnes qui créent du contenu. Et ce qui les démarque en particulier, c'est le lien de confiance qu'ils établissent avec leur public. «*La valeur du contenu en question dépend de l'autorité perçue - et plus important encore - de l'authenticité de son créateur.* » L'authenticité joue un rôle primordial dans la promotion de soi, une entreprise qui doit œuvrer en creux dans un contexte publiphobe. Une fois que l'authenticité engagée dans le processus de production est perçue par ses abonnés (répondant à l'objectif de se vendre), les créatrices des comptes sexe établissent des stratégies marchandes (répondant à l'objectif de vendre). Chez @orgasme_et_moi on note un discours d'autopromotion qui passe par une adéquation avec les codes du marketing, comme dans la vidéo publiée le 30 janvier 2020 au début de laquelle on peut lire «Orgasme & moi VIDEOS¹²¹». L'évolution graphique du compte de la créatrice à travers le temps peut d'ailleurs être analysé à l'aune de sa notoriété. Plus on avance dans le temps, plus les efforts pour établir une charte graphique et un univers de marque sont lisibles.

3) LA MARKETISATION D'UN ETHOS OU L'INSTITUTIONALISATION DU DISCOURS SUR LE SEXE

Les créatrices des comptes sexe incarnent leur moi numérique et sont représentées par des biens sous la houlette d'instances marchandes. Pour ces dernières, les comptes sexe constituent un levier d'incitation à l'achat de leurs produits. Comment les créatrices des comptes sexe ont-elles pu être identifiées comme des acteurs au pouvoir de modifier les habitudes de consommation des autres ? Quel processus leur permet de devenir des passeurs, des intermédiaires avec l'univers marchand ?

¹¹⁹ Voir annexes, fig. 11.

¹²⁰ MARTINEAU Paris. 2019. « The WIRED Guide to Influencers ». *Wired*, 12 juin 2019, <https://www.wired.com/story/what-is-an-influencer/> (Consulté le 15 juillet 2021).

¹²¹ Voir annexes, fig. 8 b).

Nous suggérons qu'une certaine systématisation des formes ou des modes de discours permet l'institutionnalisation d'une écriture sur le sexe et la sexualité en ligne. Au-delà d'un travail spécifique sur leurs lignes éditoriales particulières, la mise en forme des galeries des comptes sexe conditionne une markétisation des éthos des créatrices. La mise en forme de l'espace contribue à identifier les propriétaires de @jouissance.club et @orgasme_et_moi en tant que véritables actrices du champ du sexe et de la sexualité. L'espace marchand est lisible en ce qu'il vient stabiliser une identité de la marque @jouissance.club et de la marque @orgasme_et_moi. Les indices qui permettent d'en saisir les ressorts sont «des traces laissées consciemment ou construites par le dispositif¹²²». Les énoncés particuliers et différenciés sur le sexe génèrent un discours, un lieu d'appartenance commun. Ces conditions pour être identifié au sein d'un réseau de créateurs et créatrices de comptes sexe fait écho à l'analyse des blogueuses modes de Marion Rollandin et Pauline Brouard. Elles stipulent que « la manière de se mettre en scène diffère en fonction des espaces, mais (...) la mise en forme d'un espace à l'autre doit être similaire, pour permettre une reconnaissance aisée par les publics qui peuvent eux aussi passer de l'un à l'autre. ». En générant des invariants sur le fond (pédagogie, bienveillance) et sur la forme (mise en forme de la collection) dans la manière de parler de sexe en ligne, elles participent à investir les imaginaires des publics avec leur propre définition de ce que doit être un discours sur le sexe publicisé. Si les partis pris en termes d'arborescence participent à délimiter leurs positionnements respectifs, les créatrices de @jouissance.club et de @orgasme_et_moi optent toutes les deux pour alterner entre images et textes, entre représentations et explications ou manifestes¹²³.

¹²² BROUARD, Pauline, ROLLANDIN, Marion. *op.cit*, p 64.

¹²³ Voir annexes, fig. 24 et 25.



Fig. 24 : Aperçu de la galerie de @jouissance.club



Fig. 25 : Aperçu de la galerie de @orgasme_et_moi

Les deux comptes étudiés agrègent un grand nombre d'abonnés, adressant des enjeux économiques, de visibilité, qui attirent *de facto* des acteurs marchands. Le travail de fidélisation d'abonnés se lit dans l'éditorialisation, et dans le discours en tant que tel. L'entreprise de légitimation des deux créatrices n'est pas suffisante pour expliquer l'émergence d'une démarche d'influence. Incitation à l'achat, placements de produit... Les logiques d'auto-promotion et de promotion sont permises, voire encouragées par Instagram qui a une autorité propre, non dépendante des autres. Les propriétaires des comptes sexe investissent ce que Yves Jeanneret appelle une « industrie médiatisante » avec des jeux d'acteurs. Ces derniers « se désintéressent des contenus et enjeux de la communication et

captent dans [leurs] outils toutes les informations possibles sur les usages¹²⁴ ». Le fait que la propriétaire du compte ne paie pas pour publier ses contenus, et que l'internaute ne paie pas pour y accéder rend possible une forme d'amateurisme. Ainsi si l'on revient à nos hypothèses, le processus d'appropriation individuelle ne peut avoir de sens que si on le redéfinit dans le cadre de notre étude. Ici, il s'agit plutôt de l'action éditoriale et créative des propriétaires des comptes sexe qui s'appuie sur une connaissance des codes dictés par Instagram. Pour légitimer leur présence en ligne, les énonciatrices empruntent des savoirs et des modes de faire. C'est plutôt leur action qui vise à transposer des savoirs sur Instagram tout en connaissant ses codes qui peut être caractérisé comme une forme relative d'appropriation. Les créatrices de comptes sexe s'établissent dans un cadre qui leur attribue la maîtrise d'un nouveau genre de discours. La fabrique d'imaginaires autour de la création et la maîtrise d'un nouveau champ permet d'asseoir l'entreprise de légitimation, prérequis pour délivrer un discours de libération. C'est avec cette mise en réseau d'acteurs qu'intervient la réflexion sur la politisation de la parole sur le sexe en ligne. Cette dernière doit être pensée à l'aune du principe de démocratie électronique que charrie les discours d'accompagnement des nouveaux médias.

¹²⁴ Yves JEANNERET, *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris, France, 2014.

PARTIE 3 : LES CONTRADICTIONS POLITIQUES DE LA REPRÉSENTATION

Nos analyses jusqu'ici menées nous poussent à affirmer que Instagram contraint les modalités d'énonciation et arbitre les règles liées à la visibilité (réglementation liée au *shadow ban*¹²⁵, censure, signalement). La tension entre ce qui le caractérise comme un « espace physiquement circonscrit dans les bords de l'écran¹²⁶ » et la dimension circulante des énoncés qu'il abrite fait émerger des pistes de réflexion sur les enjeux de représentation des comptes sexe. L'analyse de ce dispositif d'exposition numérique met en effet en exergue un paradoxe puisque l'individualisation présumée du compte entre en tension avec une logique de standardisation. Nous tenterons ici de nous demander dans quelle mesure les dynamiques politiques et économiques participent à gommer les singularités.

A) INSTAGRAM, UNE PLATEFORME COMME LES AUTRES ?

1) INVESTIR INSTAGRAM EN ELEVE

- a. *À rebours des imaginaires du web libre, une grammaire éditoriale et technique standardisée*

Si les créatrices des comptes sexe sur Instagram peuvent mobiliser leur panoplie d'outils pour fabriquer leur discours sur elles-mêmes et leur activité d'« experte du sexe », Instagram définit des cadres énonciatifs. Ne variant pas d'un compte à l'autre, ces derniers restreignent la liberté éditoriale et conditionnent plus globalement la manière d'être présent en ligne. Pour accéder à la sociabilité numérique, @jouissance.club et @orgasme_et_moi doivent intégrer des méthodes et se soumettre à un ensemble de règles définies par la plateforme. Ces règles sont conventionnelles au sens où elles sont établies par les usages en ligne et émanent de fait d'un accord tacite entre les utilisateurs d'Instagram et la plateforme. La soumission à ces structures éditoriales proposées par défaut, est alors infra-ordinarisée, intégrée comme une marque d'obéissance normative, quoique non conscientisée, à des règles. L'agencement spatial de la plateforme est la même pour tous ses utilisateurs : les

¹²⁵ Le *shadow ban* est une pratique de modération sur Instagram qui consiste à limiter la portée des publications d'un compte sans pour autant le fermer. Source : Le Monde. https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/08/08/sexualite-sur-les-reseaux-sociaux-entre-regles-strictes-et-moderation-floue_6090892_4408996.html (Consulté le 1er septembre 2021)

¹²⁶ GEORGES Fanny, *op cit*, p172.

créatrices des comptes sexe ont un profil qui apparaît sous forme de galerie où chaque contenu est dissocié de l'autre sur un mode quadrillé. Vignettes, «signes passeurs»¹²⁷ ... Tous forment une grammaire éditoriale qui fait état d'une standardisation des écritures sur Instagram. Les icônes, les items cliquables figurent en effet une conception spécifique de l'espace : le bouton d'incitation à écrire un message dans l'espace de présentation présuppose par exemple la possibilité technique pour l'abonné de pouvoir cliquer. Leur présence manifeste ainsi une forme de contrat de lecture dans la mesure où l'on s'attend à pouvoir agir sur le texte. Pourtant ni les propriétaires des comptes, ni leurs abonnés ont accès aux règles d'architecture technique qui anticipent et codifient les pratiques de réception. Ces dynamiques invitent à repenser la conception d'un web libre et participatif à l'aune de la tension entre l'automatisation du traitement des contenus qui tend à « appairer les individus »¹²⁸ et la capacité qu'a l'utilisateur d'interagir avec ou d'agir sur les contenus. L'identité des créatrices de comptes sexe se transforme en séries d'écritures dictées par des règles ; on est là bien loin de la vision utopiste d'un réseau indépendant, libre et ouvert, portée aux origines d'Internet par des scientifiques et des individus issus de la contre-culture californienne. La liberté dans le fait de se présenter, se dire, se mettre en récit sur Instagram est ainsi restreinte, la manière de raconter et se raconter est orientée, dépendante des contraintes fixées par le dispositif. Les énonciatrices doivent modeler leurs façons de faire pour que leur discours puisse s'épanouir tantôt dans des stories qui durent 24 heures, représentées graphiquement par un cercle surlignant leur photo de profil, tantôt dans des *stories* à la une, tantôt des contenus au format carré.

b. Reproduction d'un jeu hiérarchique : les logiques économiques au cœur de la définition des liens de subordination

S'établit ainsi un jeu entre les hiérarchies que nous avons pu évoquer précédemment : à la thèse d'une supposée force énonciatrice des créatrices des comptes sexe, il convient de confronter les cadres instituants de la communication.

L'éducation et les médias ont un rôle analogue de structuration des mentalités. Comme l'affirment Julia Bonaccorsi et Valérie Croissant dans un article sur les figurations de

¹²⁷ JEANNERET Yves et SOUCHIER Emmanuël, « Pour une poétique de l'écrit d'écran », *Xoana*, n° 6-7, 1999 ; – *Vocabulaire des études sémiotiques et sémiologiques*, (sous la dir de D. Ablali et D. Ducard), Honoré Champion – Presses universitaires de Franche-Comté, 2009.

¹²⁸ CARDON Dominique, « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, 2008/6 (n° 152), p. 107.

l'autorité en ligne, «le discours porté par les dispositifs et qui consiste à placer les utilisateurs en tant qu'énonciateurs trouve ses limites dans l'action des architextes qui rétablissent des hiérarchies dans la répartition de l'autorité.¹²⁹». L'internaute ne se retrouve pas dans une relation exclusive avec la créatrice puisque la médiation assurée par la plateforme dirige ses actions. Il convient à cet égard de mobiliser l'analyse des pages profils des comptes de Jouissance.club et Orgasme_et_moi puisqu'elle permet de faire le constat d'une grande polyphonie énonciative. Nombreux et variés sont en effet les agents et éléments qui parlent et font parler, comme les « petites formes¹³⁰ ». Ainsi il faut revoir la manière dont est envisagée l'action de la créatrice et de son abonné sur les énoncés. Les processus d'émission et de réception s'auto-influencent ; quand les agents techniques et humains produisent les messages incarnés dans le site et l'application qu'est Instagram, ils anticipent en fait la réception de l'utilisateur. Ainsi faut-il prendre en compte la transformation de l'énoncé par l'interface. Instagram intervient en effet dans la production de sens : la médiation de la parole intime sur la plateforme transforme le sens de cette dernière. C'est la théorie de l'énonciation éditoriale portée par Emmanuël Souchier qui nous permet de faire le constat de ce phénomène dans l'analyse des comptes sexe sur Instagram. Elle est posée en ces termes tels qu'«elle postule une interdétermination du sens et de la forme et qu'elle participe activement de l'élaboration des textes¹³¹». L'espace dédié au texte biographique chez @jouissance.club et @orgasme_et_moi présente par exemple les obligations en termes de « marquage grammatical »¹³² fixées par Instagram : ce sont des règles qui vont modifier le sens dudit texte. La mise en forme en gras dans « Orgasme et Moi » et « Jouissance Club / Bliss Club » est en effet automatisée : elle est le fait d'Instagram et non des propriétaires des comptes. On note bien là l'incidence du protocole éditorial, non seulement sur l'apparence mais aussi sur le sens du texte : par cette mise en forme particulière, Instagram élabore une hiérarchie des informations. L'analyse des boutons à caractère fonctionnel que l'on n'interroge plus en tant qu'utilisateur met en exergue une forme d'assujettissement de la créatrice du compte sexe à l'architexte sur lequel elle s'établit. Les propriétaires des comptes @jouissance.club et @orgasme_et_moi ne sont ainsi pas les seules actrices qui participent à la production de sens

¹²⁹ BONACCORSI, Julia, et CROISSANT, Valérie. « L'énonciation culturelle vidée de l'institution ? Qualifier les figurations de l'autorité dans des sites web contributifs », *Communication & langages*, 2017, p74.

¹³⁰ CANDEL Etienne, JEANNE-PERRIER Valérie, SOUCHIER Emmanuël. *op.cit.*

¹³¹ SOUCHIER Emmanuël, « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les Cahiers de médiologie*, 1998. p. 137,

¹³² BOONTHANOM Ranida. *op.cit.*

d'un discours sur le sexe. L'espace de médiation est aussi celui de la transformation du texte au profit de logiques économiques.

2) LES LIMITES DU PARTAGE

Mais comment les logiques économiques informent-elles sur la fixation des règles du jeu hiérarchique ? Dans leur article, Julia Bonaccorsi et Valérie Croissant déclarent que les architextes rétablissent des «hiérarchies qui répondent à l'impératif économique de ces industries : mobiliser la participation¹³³». En venant s'établir sur Instagram, elles ont à faire à une plateforme, soit un lieu qui met en relation des acteurs économiques dont les objectifs sont de rationaliser une production et faire des économies d'échelle. Instagram, constitutif du Web social est traversé d'enjeux publicitaires. Les créatrices de @jouissance.club et @orgasme_et_moi sont «dépendant[e]s d'une institution foncièrement ancrée dans un déploiement industriel (...) [Elles] viennent «« augmenter » ce qui existe déjà en dehors d'e[ll]es¹³⁴». Certes, dans un contexte où les sources des énoncés se démultiplient, l'intérêt des acteurs économiques du web pourrait être de rendre les plateformes plus aérées en termes de densité informationnelle. En réalité, les concepteurs des plateformes sont surtout invités à tenir compte de la tendance publiphobe. Si les médiations marchandes précédemment évoquées témoignent d'un désir de représentation, elles font en creux émerger la notion « d'affordance ». Cette dernière sert en réalité l'intérêt de l'organisation marchande d'augmenter sa valeur symbolique en lui associant une esthétique de l'efficacité. Instagram feinte en faisant figurer un espace à la créatrice du compte sexe qui présente tous les marques d'efficacité. Instagram serait en effet un levier pour porter son discours sur le sexe à une large échelle, et pour *a fortiori*, servir les intérêts financiers des créatrices des comptes sexe. C'est un phénomène d'«instrumentalisation de la présentation digitale de soi¹³⁵» tel que défini par Laurence Allard auquel nous avons à faire.

Les stratégies déployées par les concepteurs d'Instagram ont ainsi pour objectif de gommer les intérêts de la plateforme. La logique du placement de produit est par exemple constitutive d'un modèle économique gagnant-gagnant pour la créatrice du compte sexe et Instagram. La propriétaire du compte alimente, sans nécessairement en prendre conscience,

¹³³ BONACCORSI, Julia, CROISSANT, Valérie, *op cit*, p74.

¹³⁴ CANDEL Étienne, GKOUSKOU-GIANNAKOU Pergia, *op.cit.* p22.

¹³⁵ ALLARD Laurence, et VANDENBERGHE Frédéric. « Express yourself ! Les pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer », *Réseaux*, vol. no 117, no. 1, 2003, pp. 191-219.

les intérêts économiques de la plateforme : l'interface est en effet naturalisée comme élément du quotidien qui suggère son propre usage sans effort de compréhension. Cette dynamique est résumée dans une analyse de Gustavo Gomez Mejia sur la notion de partage en ligne telle que l'«environnement iconographique global [des plateformes] cherche [ainsi] à (...) faire oublier la rigueur angulaire des écrits d'écran.» Le placement de produit pratiqué par @orgasme_et_moi s'inscrit par exemple dans une logique de «dépublicitarisation», laquelle voile «la structure « scripturaire »» des plateformes. Cette dernière n'est autre qu'un « vaste tableau d'Excel social, triant des énoncés et des scores, selon des critères d'actualité et de popularité¹³⁶». Les concepteurs d'Instagram sont bien au fait que le partage est quantifiable. Le manque d'acceptabilité sociale de la revendication d'un intérêt financier invite les acteurs économiques d'Internet à distiller une certaine conception du partage socio-numérique. Il s'agit de « la mise-en-ligne (upload) d'une donnée, stockée gratuitement sur le web et potentiellement « accessible à tous ». Gustavo Gomez-Mejia démontre que cette conception ne coïncide pas avec le modèle économique d'Internet en faisant état des « efforts que le mot « partage » essaie d'enfouir derrière son apparent caractère consensuel : la possibilité informatique d'une exploitation ou d'une reproduction synchronisée de ressources à distance ; l'exploration derrière l'apparent « gratis » d'autres modèles d'affaires dans l'économie du Net ; l'ouverture généreuse des serveurs pour rassembler des audiences qui pratiquent de plus en plus la mise en ligne de leurs productions ou reconnaissent de la valeur autour de fichiers hébergés/stockés/partagés.» Cette conception d'Instagram vient contrecarrer les acceptions d'un web libre et participatif et d'un modèle de représentation sans faille des voix dites alternatives comme l'incarneraient de prime à bord les créatrices des comptes sexe. D'ailleurs, à travers son ouvrage *L'imaginaire d'Internet* Patrice Flichy fait état du fait que, depuis sa création, Internet est pris dans maillage d'imaginaires qui façonne des représentations et des horizons d'attente. Internet a été conçu pour favoriser l'accès, le «partage», l'amélioration de la connaissance et la coopération scientifique et plus globalement le savoir. La réalité est autre comme le suggère l'auteur : l'économie des plateformes se révèle être une économie de l'attention et de la recommandation¹³⁷. Pourtant c'est davantage un idéal d'un Internet du partage qui caractérise les discours d'escorte du numérique. Mais

¹³⁶ GOMEZ-MEJIA Gustavo, « Fragments sur le partage photographique. Choses vues sur Facebook ou Twitter », *Communication & langages*, vol. 194, no. 4, 2017, pp. 41-65.

¹³⁷ FLICHY Patrice, *L'imaginaire d'Internet*, La Découverte, 2001.

puisque le partage n'est qu'«un mot d'ordre doux » des pratiques en ligne, il participe à «routiniser » les gestes de production et de consommation en ligne¹³⁸.

Nos analyses précédentes avaient permis de démontrer à quel point @jouissance.club et @orgasme_et_moi, dans leur stratégies pour établir une ligne éditoriale, avaient tendance à systématiser les formes de contenus. Elles développent ainsi des formats qui leur permettent de se faire une place aux côtés d'autres médias (*pureplayers*, médias nationaux, médias spécialisés, «nouveaux médias»). Nous ajouterons ici que si elle peut faire l'objet d'un choix pour se singulariser, la logique de systématisation est également subie. Les créatrices des comptes sexe étudiés sont en effet soumises aux règles d'automatisation des contenus que mettent en place les concepteurs des plateformes pour assurer la viabilité économique de ces dernières. Cela n'exclut pas pour autant que les comptes sexe en tirent bénéfice : l'intervention de l'interface dans la production de sens des énoncés sur le sexe peut leur garantir par exemple une légitimité de fait, à l'instar du «badge» de @jouissance.club. Celui-ci confère à l'énonciatrice un statut d'utilisatrice certifiée par Instagram. Ainsi pour entrer dans la cour Instagram, il faut avoir pris connaissance, accepté et obéi aux règles que le réseau établi. Comme le résume Louise Merzeau, « l'identité affichée relève aujourd'hui de tactiques relationnelles, adaptées aux règles et finalités de chaque service.¹³⁹ » Si le comportement digital à adopter sur Instagram est intégré par les créatrices de @jouissance.club et @orgasme_et_moi — pas systématiquement comme une contrainte par ailleurs —, il convient de supposer que les tentatives pour se défaire de cette «emprise» le sont aussi. Pour répondre à la promesse de libérer la parole sur le sexe, les créatrices des comptes sexe mettent en réalité bien en place des stratégies, quoique inconscientes, pour braconner contre le dispositif.

B) UN MÉTA-DISOURS AUX MODES D'ACTION PARADOXAUX

1) L'ENJEU DE LA VISIBILITE

Instagram révèle des enjeux de visibilité, de représentation et de représentativité en ce que son design génère des performances identitaires : il y a une mise en forme réfléchie de ce que @jouissance.club et @orgasme_et_moi veulent montrer d'elles et de leur discours

¹³⁸ *Ibid.*

¹³⁹ MERZEAU Louise *De la face au profil : l'aventure numérique des visages*. Ina global.fr , INA, Institut national de l'audiovisuel, 2015, p6.

sur le sexe. Les propriétaires des comptes sexe étudiés publient des contenus qui participent à performer leur identité. Ces dynamiques tendent une nouvelle fois à remettre en question l'idée d'un web libre, participatif, qui donnerait la parole à toutes et tous ou créerait le terrain favorable pour les représenter toutes. Internet justement standardise des subjectivités. @jouissance.club et @orgasme_et_moi s'établissent non seulement dans un cadre énonciatif où la parole, le discours est standardisé comme évoqué précédemment, mais où leurs subjectivités, le moi libérateur qu'elles mettent en scène, le sont aussi. Attention néanmoins, comme Danilo Martucelli, citée par Laurence Allard l'affirme, « toute identité se constitue progressivement grâce à un travail discursif par lequel l'individu parvient à se doter d'une représentation unitaire et cohérente de soi... Grâce à ce travail, l'individu cesse d'être fait de fragments et devient l'auteur (pratique parfois, narratif toujours de sa propre vie.¹⁴⁰ » La tension entre la logique de standardisation et la possibilité de mettre en œuvre un travail discursif propre confère aux créatrices des comptes sexe étudiés un pouvoir ambivalent de braconnage. Cette dynamique les intègre *de facto* dans un double processus opposition-concordance avec les imaginaires libertariens que charrient Internet.

2) UN DISCOURS POLITIQUE SUR LE SEXE SUR UN DISPOSITIF TRAVERSÉ PAR LE POLITIQUE : MILLE-FEUILLE DE POUVOIRS ET POLYCENTRISME DES DISCOURS

Il convient de rappeler que la parole engagée et *a priori* engageante portée par @jouissance.club et @orgasme_et_moi est diffusée sur Instagram qui est déjà lui-même un dispositif traversé par le politique. Rappelons à ce titre la définition du dispositif selon Michel Foucault, soit « un ensemble hétérogène, comportant des discours, des institutions, des aménagements architecturaux, des décisions réglementaires, des lois, des mesures administratives, des énoncés scientifiques, des propositions philosophiques, morales, philanthropiques, bref : du dit aussi bien que du non-dit¹⁴¹ ». Le discours sur le sexe institué existe ainsi que dans un certain contexte. Les tentatives de @jouissance.club et @orgasme_et_moi pour faire rayonner leur compte (viser l'international, et le gain perpétuel d'abonnés) seront toujours contrées par la conjoncture du modèle politique d'Internet. Aux origines d'Internet, on retrouve un projet d'auto-gouvernance, loin des États et des entreprises. Pour autant, le sociologue Félix Tréguer parle d'une reprise en main d'Internet

¹⁴⁰ ALLARD Laurence. « L'impossible politique des communautés à l'âge de l'expressivisme digital », *Cahiers Sens public*, 2008. p109.

¹⁴¹ FOUCAULT Michel, *Surveiller à punir*, 1975.

par les gouvernements : dorénavant, les lois d'un pays s'appliquent sur le Web¹⁴². On peut en effet facilement affirmer qu'aujourd'hui un internaute chinois n'a pas accès au même Internet que nous. Instagram n'a pas le plein pouvoir de transformation des énoncés des comptes sexe. Le contexte idéologique et politique au sein duquel ces énoncés circulent a une incidence sur les modalités de représentation de soi et du sexe. La valeur du discours est ainsi dictée par les enjeux de pouvoir derrière Internet. On est là bien loin de l'imaginaire contre-culturel ou l'idéal communautaire des pionniers d'Internet décrit et critiqué par Patrice Flichy. L'idée que le Web aurait un pouvoir émancipateur est d'ailleurs à remettre en perspective historique : il a initialement été créé sous l'impulsion du gouvernement à partir d'une commande militaire dans un contexte de Guerre Froide. La fonction sociale dont les propriétaires des comptes sexe veulent doter Instagram se retrouve empêchée par son intégration aux réseaux du Web : la fragmentation d'Internet ne permet pas à un énonciateur d'établir des rites communs. D'où la notion de «splinternet¹⁴³», contraction de *splintering*, soit éclatement en anglais, et d'Internet. Pour la spécialiste du numérique du New York Times Shira Ovide, nous serions contemporains de ce morcellement d'Internet : « *L'idée utopique au fondement d'Internet était que le réseau allait contribuer à détruire les frontières, mais les spécialistes alertent depuis des années qu'il pourrait au contraire servir à ériger des barrières bien plus hautes* ». C'est cette analyse qui nous permet de mieux appréhender le brouillage entre public et privé, entre ouverture et fermeture, entre extimité et intimité.

3) UNE COMMUNAUTE FERMEE, MAIS INCLUSIVE, DANS UN RESEAU OUVERT MAIS REGULE

Les années 1970 voient émerger le réseau ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network)¹⁴⁴. Dans le même temps, c'est le système de bulletins électroniques *Community Memory* qui voit le jour. Sa co-créatrice, l'informaticienne Jude Milhon, parle alors

¹⁴²HOURDEAUX Jérôme.2019. « Internet: face à «l'utopie déchue», «débrancher les machines» », Mediapart, 14 septembre 2019, <https://www.mediapart.fr/journal/culture-idees/140919/internet-face-l-utopie-dechue-debrancher-les-machines?onglet=full> (Consulté le 30 juillet).

¹⁴³Une notion pour la première fois employée en 2001 par Clyde Wayne Crews, chercheur au Cato Institute

¹⁴⁴ ARPANET est le premier réseau à transfert de paquets de données conçu aux États-Unis par la Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA). Le concept de commutation de paquets deviendra la base du transfert de données sur Internet. Il est possible d'affirmer qu'Internet est né du réseau ARPANET dont l'objectif militaire était de connecter les centres universitaires aux centres militaires états-uniens sur fond de Guerre Froide. Le réseau voit le jour en 1969, où moment où le mouvement hippie prend de l'ampleur.

d'un nouveau type de «famille communautaire». *Community Memory* est également associé à un outil quasi démocratique qui rendrait les individus égaux à l'intérieur de la vie communautaire d'un «on-line neighborhood». Carl Farrington et Evelyn Pine parlent du réseau en ces termes : « Sur le réseau, un sans-abri peut interagir avec d'autres membres de la communauté, non pas comme un spécimen de troubles sociaux, mais comme ayant une participation égale à la vie communautaire¹⁴⁵ ». Cette conception d'un espace ouvert a imprégné les imaginaires du web et des plateformes qui reposent sur une logique de participation. Les stratégies mises en place par les comptes sexe s'appuient sur ce type de discours d'accompagnement. Les indices qui témoignent de la dimension participative d'Instagram sont ainsi constamment martelés. Le foisonnement de la mention «Et vous» facilitant *a priori* l'interaction et l'intégration aux débats en est un exemple. Pourtant, tous les abonnés ne semblent pas avoir le même poids : leurs voix ne sont pas toutes comptabilisées de la même manière. Certains membres de la «communauté» de @orgasme_et_moi se retrouvent taggués, d'autres non, @Jouissance.club — qui a d'ailleurs plus d'abonnés — est certifiée par Instagram, @orgasme_et_moi non. Les membres de ladite «communauté» ne présentent pas la même viabilité économique : une variable mesurée de près par la plateforme.

Mais si à l'époque, *Community Memory* était considéré comme un levier d'autonomisation et d'*empowerment* des individus permettant à ces derniers de participer aux débats communautaires, qu'en est-il des communautés virtuelles telles qu'entendent en bâtir @orgasme_et_moi et @jouissance.club aujourd'hui? On voit bien l'écueil si l'on tente de transposer cette conception à l'étude des comptes sexe sur Instagram. Les réalités individuelles, préférences, pratiques, voire identités liées au genre, au sexe et à la sexualité de chacun, (homme, femme, intersexe, cisgenre, transgenre, vieux, jeune, hétérosexuel, homosexuel, bisexuel, pansexuel, non-binaire, asexuel, polygame, monogame...) couplée à leur propre dépendance en tant qu'utilisateur à la plateforme remettent en question cette promesse d'autonomisation et d'*empowerment* formulée aux origines d'Internet. Pour comprendre l'efficacité réelle de la promesse de libération d'une parole sur le sexe et la sexualité, il convient d'évoquer la définition habermassienne de l'espace public. Jürgen Habermas postule en effet l'égalité des participants et la référence à des principes

¹⁴⁵ PEREIRA GONCALVES Kelber, « Communauté en ligne » *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 15 octobre 2020. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/communaute-en-ligne>.

communs¹⁴⁶. Mais prenons nos exemples de @jouissance.club et @orgasme_et_moi : est-il véritablement possible de parler d'une égalité des participants, socle du sentiment d'appartenance pour développer un projet de libération global (de soi, de nous, d'une parole sur le sexe et la sexualité).

Les créatrices des comptes sexe étudiés jouent sur une ambiguïté entre l'ouverture et la fermeture : une ambiguïté qui tient au fait que deux espaces sont implicitement fusionnés en un même espace, celui qu'elles entendent créer d'une part, et celui qu'elles investissent d'autre part. Elles se positionnent à la fois dans une logique d'inclusion (ouverture) mais constituent un espace sécurisant (fermeture) — pour des minorités sexuelles ou de genre par exemple —. Elles s'ouvrent à des acteurs économiques, mais se ferment à d'autres. Partant de ce constat, les communautés que @orgasme_et_moi et @jouissance.club entendent bâtir ne font que s'apparenter à des formes de huis-clos, *a priori* facilitateurs d'une forme de libération de la parole. Pour incarner la figure de la prescriptrice de bonnes pratiques, les propriétaires des comptes @jouissance.club et @orgasme_et_moi doivent démontrer des indices de fiabilité. Comme l'ont démontré Marion Rollandin et Pauline Brouard, l'indication du nombre d'abonnés mise en avant par le dispositif en est un¹⁴⁷. Ainsi faut-il ouvrir les barrières symboliques de la «communauté» supposée militante ou engagée autour de références communes. Inclure revient donc à ouvrir. En légende d'une publication de novembre 2019, @jouissance.club écrit «*dick* » pour bite et «*clit* » pour clitoris. *C'est le petit nom que les personnes trans ftm ou ftx donnent à leur clitoris qui a grandi sous l'effet d'une prise de testostérone.*¹⁴⁸» Si l'inclusion de personnes associées à la communauté LGBTQIA+ sert une promesse de libération collective, l'ouverture potentielle du discours à des minorités sert également l'entreprise d'auto-promotion de soi. La démarche qui vise à repenser le périmètre du discours sur le sexe au prisme de l'inclusion en restant fidèle à une promesse initiale militante (affichée ou sous-entendue) garantit à la créatrice un gain d'abonnés. Par extension, cette démarche d'auto-valorisation crée les conditions pour établir des objectifs financiers. Cette mécanique est largement encouragée par Instagram qui récolte les données pour capter les externalités liées aux activités de @jouissance.club et @orgasme_et_moi, susceptibles d'attirer des annonceurs. On parlera ainsi d'une marchandisation de l'inclusion, qui s'inscrit en rupture avec la conception d'un web ouvert où la parole serait donnée à toutes

¹⁴⁶ HABERMAS Jürgen. *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot, 1978.

¹⁴⁷ BROUARD, Pauline, ROLLANDIN, Marion. p 67.

¹⁴⁸ Voir annexes, fig. 7.

et tous. L'impensé derrière ce postulat est la force des gatekeepers, qu'ils soient physiques ou techniques. Si l'horizon premier des créatrices de ces comptes sexe peut être la pédagogie ou le militantisme, l'ambition secondaire, quoique non systématiquement consciente — soit celle qu'elles développent une fois que le compte a gagné des abonnés — est certainement le gain d'influence. Sur une légende d'une publication abordant les thématiques de la monogamie et de l'amour libre, la créatrice du compte Instagram @jouissance.club écrit « *Le débat est ouvert, donnez votre avis et restez polis, bordel de merde.*¹⁴⁹ » S'il s'agit bien d'une incitation à donner son avis (en commentaire ou en message privé), on peut aussi lire une forme d'appel au respect dans le débat que lesdits avis pourront générer. Jüne Plā, à l'initiative de la publication, ne manque d'ailleurs pas d'exprimer des émotions. L'expression familière « *bordel de merde* » dresse certes une relation de proximité mais l'exaspération qui y est exprimée peut avoir une toute autre signification : les abonnés qui ne respecteront pas les règles de bienséance seront éjectés de la communauté @jouissance.club. En d'autres termes, ce qui déborde sera évincé de la communauté ; les utilisateurs qui ne respectent pas les règles ne passent pas le rituel de l'adoubement. D'ailleurs Jüne Plā déclare dans une publication du 18 novembre « *bannir[...] toutes personnes agressives, moqueuses, intolérantes et autres commentaires haineux* ». Ainsi annonce-t-elle restreindre la « communauté », en dépossédant potentiellement certains membres de leur pouvoir de participation aux débats communautaires, composant idéal de la démocratie porté par les idéologies aux origines d'Internet. L'idée selon laquelle la libération d'une parole sur le sexe serait facilitée par un cadre régulé par des instances non politiques s'intègre à la conception libérale d'une « cyberdémocratie » qui voit le numérique comme haut lieu démocratique. Il convient tout de même de souligner que les contenus cités ci-dessus, qui témoignent *a priori* d'une forme de huis-clos, détonnent avec les contenus postés en janvier 2020. Durant cette période, le discours qui domine est plutôt celui d'un appel à l'achat et à la lecture du livre de la créatrice du compte. La stratégie oscille entre ouverture et fermeture. La logique est la même avec @orgasme_et_moi mais ce sont les placements de produit — une logique qui présuppose la masse — qui contrastent avec la construction d'une communauté restreinte.

¹⁴⁹Voir annexes, fig. 19.

4) DES PERFORMANCES IDENTITAIRES POUR TROUVER DES PREUVES DE SA FONCTION SOCIALE

L'expérience et le partage d'expériences, le témoignage de soi et des autres traduisent des situations hors ligne vécues, au sein desquelles il convient de postuler que les émotions et les ressentis sont véritables. Sur Instagram, ces manifestations de soi par les utilisateurs d'Instagram (les créatrices des comptes sexe ainsi que leurs abonnés) font l'objet d'un bricolage tacite : un bricolage de la part des internautes eux-mêmes qui se créent un moi social numérique adapté aux codes de la plateforme, et un bricolage qui émane des plateformes elles-mêmes et de leur pouvoir d'arbitrer des enjeux de visibilité. A noter que même en cas de braconnage contre le dispositif, la stratégie restera toujours soumise au cadre et règles imposées par Instagram.

Si le soi investi dans l'utilisation de la plateforme est initialement authentique, il se retrouve marchandisé par Instagram qui en tire profit. C'est ainsi que nous suggérons que les motifs de la parole exaspérée (chez @jouissance.club), ou parole exacerbée (chez Orgasme_et_moi — le compte est très actif, le nombre de publications sur la période étudiée est très supérieur à celui de @jouissance.club et le texte y abonde) qui envisagent les émotions sous un régime de monstration inscrivent les utilisateurs dans une logique de performance identitaire. Du côté des énonciatrices, rhétoriques de la bienveillance et rhétorique de l'exaspération s'entremêlent ainsi dans l'objectif d'éduquer des pairs au sein d'un dispositif qui cherche lui plutôt à rationaliser la diffusion de savoirs plutôt qu'à diffuser des savoirs en soi. Cela témoigne ainsi de la capacité des créatrices de comptes sexe « à se couler dans des modèles répondant à la performance capitaliste, et non à l'élaboration d'un récit de vie augmenté par l'image. Elles performant une version de l'identité dans l'espace social dans un temps très court, celui du flux informationnel¹⁵⁰ ». Ainsi, comme l'énonce Laurence Allard, « il n'est guère étonnant que ce que Jeremy Rifkin a constaté à propos de la tendance générale à théâtraliser et à commercialiser la représentation de soi qui caractérise la nouvelle culture du capitalisme¹⁵¹ vaut aussi et davantage pour le monde digital. Surfant

¹⁵⁰ NACHTERGAEL Magali, *op.cit.* p13.

¹⁵¹ Dans *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism. Where All of Life Is a Paid-For Experience*, publié en 2000, Jeremy Rifkin parle du passage à Internet comme « l'âge de l'accès » où l'enjeu n'est plus de posséder un bien, mais plutôt d'y avoir accès. Le réseau remplace l'idée d'un marché.

sur la vague de l'expressivisme¹⁵² contemporain, les industriels se tiennent prêts à fournir à tout un chacun le matériel nécessaire pour se bricoler une identité virtuelle¹⁵³».

Les créatrices des comptes sexe étudiés performant ainsi le motif de la libération, constitutif de leur identité numérique. Cette entreprise est d'une part une réponse à la standardisation des discours en ligne et des subjectivités, et constitue une injonction établie par le contexte numérique au sein duquel @jouissance.club et @orgasme_et_moi et leurs énoncés circulent. Les représentations se retrouvent ainsi aplaties « déstabilisant la notion d'écriture intime, mais aussi d'identité¹⁵⁴». L'analyse des comptes sexe questionne ainsi le modèle d'un Internet participatif : le discours de libération qui sous-tend le processus de fédération de communautés virtuelles autour de sujets liés au sexe et à la sexualité est contredite par la récolte de données à des fins publicitaires entreprise par Instagram.

C) LES PARADOXES D'UNE PAROLE INTIME SUR LE SEXE RATIONALISÉE ET MARCHANDISÉE

Nous avons ainsi suggéré qu'Instagram rationalisait la diffusion de discours sur le sexe et standardisait par ailleurs le «Je» à l'initiative dudit discours, quoique sa subjectivité propre advienne bien hors ligne. Chez @jouissance.club et @orgasme_et_moi, le principe d'inclusion semble instrumentalisé, quoique inconsciemment, pour alimenter les imaginaires des internautes avec l'idée d'un espace ouvert. La mise en scène des émotions participe de ce fait d'un besoin de témoigner des signes distinctifs coûte que coûte. La question est de savoir ce à quoi sont liées ces logiques dans cette société de communication largement régit par des systèmes algorithmiques, d'évaluation et de recommandation.

1) LA PRODUCTION INDUSTRIELLE D'UNE PAROLE EXASPERÉE

La parole exaspérée que nous évoquons précédemment manifeste une position militante ou engagée : une parole du cri pour exprimer un agacement, un mécontentement, une insatisfaction. Nous suggérons ici que cette rhétorique est constitutive de la figure de la

¹⁵² Issu de la notion d'« expressivisme romantique », théorisée par le philosophe canadien Charles Taylor pour définir le tournant expressiviste de la période romantique où l'intériorité et l'affirmation de la vie ordinaire constitue une des sources de l'identité. Laurence Allard s'est appuyée sur ses travaux pour postuler un excès d'expression de la vie privée sur Internet. Pour elle, l'expression de soi numérique est devenue l'un des éléments constitutifs de la formation de l'identité personnelle et collective contemporaine

¹⁵³ ALLARD Laurence, et VANDENBERGHE Frédéric. p210.

¹⁵⁴ NACHTERGAEL Magali, *op.cit.* p6.

cyber-militante dont l'énoncé en ligne s'appuie sur une critique portée à l'égard de faits sociaux hors ligne. Néanmoins il existe un autre facteur — quoique potentiellement non conscientisé par @jouissance.club et @orgasme_et_moi — qui expliquerait la profusion de cette parole exaspérée : l'incapacité à pouvoir élaborer ce discours militant ou engagé sur Instagram comme les créatrices entendraient pouvoir le faire. Nous ne tenterons pas d'analyser le discours militant en tant que tel, il nous faudrait convoquer un savoir sociologique qui n'intègre pas le champ disciplinaire de notre étude. Il s'agit plutôt d'étudier le rapport qui s'établit entre la diffusion du discours en ligne, et le modèle de société capitaliste dans lequel il s'inscrit, lequel a pénétré la sphère numérique. Il faut ainsi rappeler qu'Instagram dessine des espaces de visibilité. En ce sens, il mobilise, si l'on en croit la célèbre théorie d'Antonio Casili, un travail gratuit de la part de ses utilisateurs. L'exploitation des traces laissées par les créatrices des comptes sexe sur Instagram met en exergue un *digital labor*¹⁵⁵, fer de lance du capitalisme¹⁵⁶. Cette interprétation soulève des réflexions, notamment sur les motivations de @jouissance.club et @orgasme_et_moi qui construisent des récits, avec des textes et des images plutôt considérés comme progressistes. La forme du discours ne coïncide ainsi pas avec le fond. Ce phénomène pose la question du rapport entre la construction du discours de libération de soi, de la parole sur le sexe et la sexualité et d'un libéralisme latent. Les « petites formes » laissées par @jouissance.club et @orgasme_et_moi (hashtags, adresse e-mail, tags d'autres comptes) manifestent ainsi d'une forme de « capitalisme linguistique », formule de Frédéric Kaplan dans un article du *Monde Diplomatique* de 2011 qui définit le régime de Google. Les hyperliens dotent la page d'une fiabilité économique : leur pertinence est ainsi évaluée à partir du nombre de liens hypertextes pointant vers elle¹⁵⁷. Ces dynamiques nous interpellent en tant qu'elles tendent à situer les créatrices des comptes sexe étudiés au cœur d'une logique capitaliste qu'elles semblent dans le même temps condamner.

¹⁵⁵ Dominique Cardon et Antonio Casili expliquent qu'en conséquence de la plateformesation, chaque action effectuée en ligne ou chaque contenu partagé est et sera potentiellement transformé en une valeur. Le concept du Digital Labor est défini comme une forme perverse de l'économie de la prescription et constitue selon les auteurs une nouvelle forme d'exploitation de l'homme par l'homme à l'ère du numérique.

¹⁵⁶ CARDON Dominique, CASILI Antonio, *Qu'est-ce que le Digital Labor ?*, Institut national de l'audiovisuel, 2015.

¹⁵⁷ KAPLAN Frédéric. 2011. « Vers le capitalisme linguistique. Quand les mots valent de l'or », *Le Monde Diplomatique*, novembre 2011, <https://www.monde-diplomatique.fr/2011/11/KAPLAN/46925> (Consulté le 2 août 2021).

2) LES IMAGINAIRES DE L'INTIME ET DU COMMUN FACE AU CAPITALISME D'INSTAGRAM

Instagram est une entreprise privée. Tel qu'évoqué précédemment, elle a été rachetée par Facebook en 2012. Or les enjeux liés à la privatisation (caractéristique réelle de la plateforme), la libération et l'intimité (objectif des comptes sexe) créent des contradictions.

Une industrie numérique qui gère le « moi » et le standardise comme évoqué précédemment peut-elle accueillir des paroles intimes véritables et singulières ? Serge Tisseron rappelle à cet égard que « l'autoprésentation de soi dans les mondes numériques est contrainte de se couler dans des formes imposées : questionnaires des sites de rencontres en ligne, choix d'un avatar, création d'un profil, etc.¹⁵⁸ ». Le dévoilement de soi est la résultante d'une dynamique incitative : une injonction que la plateforme profère à la créatrice du compte sexe, d'une part, et une injonction que la créatrice du compte sexe profère à son abonné, d'autre part. C'est là que la notion de communauté prend tout son sens puisque le premier mouvement injonctif n'est pas visible par l'abonné. La communauté devient alors à ses yeux ce qui permet de pallier l'écart entre l'intimité profonde et la diffusion à grande échelle. Face en effet à l'autorité primaire du dispositif, la communauté s'impose comme le socle pré-requis pour situer les membres discourant sur un pied d'égalité. Au-delà de la construction de cette croyance qui participe à susciter confiance et adhésion, il est sans doute nécessaire d'interroger un impensé de la notion de communauté : le cadre marchant qu'elle présuppose. Si l'on en croit définition de Olivier Ertzscheid du commun comme « une communauté sans audience », alors nous pouvons postuler qu'un compte sexe ne peut être un « bien commun » puisque il a une large audience sur Instagram¹⁵⁹. Il est davantage le lieu d'un « marché » où abondent des logiques de prescription et de recommandation reposant sur un système algorithmique qui fonctionne comme une « enclosure » :

« Une enclosure comme un élément d'information ou de connaissance dont la libre circulation documentaire est entravée, et/ou qui ne peut-être documenté, qui ne peut rentrer dans un processus documentaire (de conservation, d'archivage, de diffusion, etc.) qu'en circuit fermé ou dans des conditions d'appropriation en contradiction avec la capacité d'une gestion collective et définies par le site hôte et non par le producteur ou le créateur de la ressource. Si l'idée de « commun » renvoie naturellement à celle de « communauté », une idée très largement galvaudée au travers de la rhétorique marketing en vigueur, il faut ici rappeler que, par exemple sur Facebook ou sur l'essentiel des réseaux

¹⁵⁸TISSERON Serge. *op.cit.* p87.

¹⁵⁹ERTZSCHEID Olivier, « Usages de l'information numérique : comprendre les nouvelles enclosures algorithmiques pour mieux s'en libérer », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 6, 2015.

sociaux, on ne s'adresse pas, on ne touche pas des « communautés » mais des « audiences ». Ce qui caractérise un « commun », c'est précisément le fait qu'il dispose d'une communauté sans pour autant se chercher une audience. Un commun, c'est une communauté sans audience (ou sans contingence d'audience). Une approche définitoire qui peut s'appliquer à l'ensemble des communs et permettre également d'en expliciter certaines dérives marchandes : il existe un « bien commun » de la santé, mais si on lui rajoute une audience, ce bien commun devient d'abord un « marché ».

Instagram met particulièrement bien en exergue l'individualisme contemporain qui génère des « tyrannies de l'intimité »¹⁶⁰. Finalement, il est confisqué à chacun la possibilité de dévoiler ses émotions ou son moi intérieur au profit d'un discours uniforme, rationalisé par les algorithmes en faveur d'une logique marchande. Le motif de «la parole intime» devient instrumentalisé au contact d'un «marché» et génère des logiques de performances identitaires pour tenter de s'en rapprocher tout de même. Parler, être recadré, crier, être censuré. Olivier Ertzscheid résume cette tension sur son blog «Quand je "prends" la parole pour un Tweet ou un statut Facebook ou un post Instagram, je commence par la "rendre" ou par en tout cas la "confier", comme en confidence, à l'architecture technique de la plateforme et à son algorithme ». Il ajoute : «Il n'y a, en fait, que quand le travail algorithmique se termine que la parole a "prise" sur les réseaux sociaux numériques. Ce formidable et si structurant paradoxe qui fait que je ne "prends" réellement la parole qu'une fois que je me suis tu.¹⁶¹» Cette prise en compte de l'implication du langage dans un marché interroge même la notion de «parole» intime.

3) DERRIERE L'ESPACE «SAFE» LIBERATEUR EN HUIS-CLOS, UN ALGORITHME SELECTIF

Le choix des créatrices des comptes sexe de s'établir sur Instagram est en ce sens à interroger puisque ses politiques algorithmiques diffèrent. *A priori*, les facteurs qui incitent @jouissance.club et @orgasme_et_moi à investir Instagram sont intimement liés à des tendances de société ou à des compétences particulières. Le choix d'un réseau reposant essentiellement sur le régime de l'image est assez évident pour l'illustratrice de formation qu'est @jouissance.club. Du côté de @orgasme_et_moi, il a fallu trouver un dispositif qui

¹⁶⁰ SENNETT Richard. *Les Tyrannies de l'intimité*, Paris, Éditions Le Seuil. 1979

¹⁶¹ ERTZSCHEID Olivier. 2020. « Prendre la parole sur les réseaux. Et mettre la langue. », *affordance.info*, 29 février 2020, https://www.affordance.info/mon_weblog/2020/02/langues-sociales-des-reseaux.html (Consulté le 30 juillet 2021).

adresse la «cible» du discours, propose des outils servant l'intention éditoriale de la créatrice et qui favorise, dans le même temps, l'entreprise d'auto-légitimation. Instagram propose à ce titre une galerie, une collection qui, en un coup d'œil, sur une même page, permet de saisir la «ligne éditoriale». Ainsi cela a-t-il permis aux créatrices des comptes sexe de prendre part à une sorte de réseau de créateurs, une tendance cybermilitante qui s'épanouit sur Instagram depuis quelques années seulement. L'entrée dans cette bulle informationnelle sert la légitimation d'un discours sur le sexe sur Instagram en ce qu'elle permet à la créatrice d'être identifiée et identifiable comme une créatrice de contenus sur le sexe et la sexualité sur Instagram. Le choix d'investir Instagram ne prend pas en compte les politiques algorithmiques spécifiques des plateformes : les propriétaires de @jouissance.club et @orgasme_et_moi ne sont pas spécialistes — elles ne sont ni chercheuses, ni professionnelles du numérique. Ainsi, le motif de libération qui régit les discours de @jouissance.club et @orgasme_et_moi fait l'objet d'une confusion avec les caractéristiques techniques des dispositifs numériques qui permettent «le stockage et la dissémination à très bas coûts des biens informationnels qui sont par nature non rivaux, c'est-à-dire accessibles simultanément par plusieurs personnes¹⁶²». Les propriétaires des comptes Instagram acceptent donc malgré elles ces contraintes, l'algorithme opérant par « rétention des informations dans un écosystème clos et propriétaire, masquage des logiques de traçage, de sélection et d'affichage/d'organisation des contenus, enfouissement des logiques de collecte et de production de données et de métadonnées associées.¹⁶³ ». Pour toutes ces raisons, nous pourrions recommander à Jüne Plã et Charline de rejoindre le mouvement initié en mars 2021 par @ClitRévolution, @_laprediction, @mecreantes, @mercibeaucul_ et @lusted_Men qui ont décidé de se désengager progressivement d'Instagram pour rejoindre la plateforme Patreon¹⁶⁴. Derrière ces comptes, des créatrices de qui vont même plus loin en assignant Facebook, propriétaire d'Instagram, en justice. En creux, il s'agit d'une revendication contre le système algorithmique arbitraire et opaque du géant américain¹⁶⁵. L'une des plaignantes, Elvire Duvelle-Charles,

¹⁶² ERTZSCHEID Olivier. *op.cit.*

¹⁶³ *Ibid.*

¹⁶⁴ Patreon est un site Web de financement participatif qui permet aux artistes inscrits d'obtenir des financements de mécènes (*patrons* en anglais) sur une base régulière ou par œuvre créée. Le site est populaire chez les créateurs de contenu sur YouTube, les musiciens, les artistes de bande dessinée en ligne ainsi que chez les modèles acteurs de jeux de rôles érotiques. Pour certaines créatrices de contenus féministes, le modèle de la plateforme inspire un cadre bienveillant.

¹⁶⁵ CUTTS Finely. 2021 « Contre la censure d'Instagram, les créatrices féministes investissent Patreon ! », *Fisheye magazine*, mars 2021.
<https://www.fisheyemagazine.fr/decouvertes/actu/contre-la-censure-dinstagram-les-creatrices-feministes-investissent-patreon/> [consulté le 30 juillet 2021].

journaliste et activiste féministe déclare : « *Instagram vit sur les créations de contenus des influenceurs sans nous rémunérer, et à la base cela me convenait, je m'en sortais avec des partenariats, explique la jeune femme. Mais je suis désormais épuisée par les raids numériques des antiféministes durant les lives que je propose à ma communauté, le fait de voir certains de mes posts censurés sans aucune explication et l'opacité de l'algorithme qui parfois fait descendre en flèche la visibilité de mes publications en me forçant à privilégier la quantité à la qualité de mes contenus.*¹⁶⁶ »

Au-delà du « lien de co-dépendance entre image de soi et structuration de l'interface¹⁶⁷ », il y a aussi un rapport ambigu entre le fond du discours porté par les créatrices des comptes sexe et la forme qu'il prend sur Instagram. Ce discours se retrouve transformé par rapport à des intentions initiales fixées hors ligne. La logique de rationalisation des « moi » et des énoncés est intimement liée au caractère marchand d'Instagram dont le régime est celui de la participation, entre autres. Quoique non conscientisée, l'instrumentalisation des imaginaires libertariens d'Internet masque l'emprise dont les internautes sont « victimes » : celle d'un capitalisme linguistique qui se nourrit d'un outil politique extrêmement puissant, l'algorithme. Ces dynamiques sont le corrélat de la logique de plateforme et ses caractéristiques intrinsèques.

¹⁶⁶ CUXAC Anna, 2021. « Censure : des créatrices de contenus délaissent Instagram pour Patreon », Causette, 5 mai 2021, <https://www.causette.fr/feminismes/combats/censure-des-creatrices-de-contenus-delaissent-instagram-pour-patreon> (Consulté le 12 août 2021).

¹⁶⁷ CARDON Dominique. *op.cit.*

CONCLUSION

Ainsi, si l'on s'est d'abord intéressé aux comptes sexe sur Instagram, c'est pour saisir les représentations de la sexualité qu'ils façonnent en contexte numérique. Nous avons pour cela étudié l'entreprise de médiatisation de soi et du sexe à laquelle s'adonnent les énonciatrices en question. À cet égard, il convient de convoquer les travaux de Michel Foucault qui explique que l'aspect répressif lié à la sexualité provoque une volonté de savoir, de connaître et de maîtriser une vérité sur le sexe et donc de produire un savoir sur la sexualité. L'un des éléments fondamentaux de cette analyse est la confession, le christianisme inscrivant le discours sexuel comme le devoir fondamental de tout bon chrétien¹⁶⁸. Les comptes sexe sur Instagram sont à situer dans le prolongement de cette conception foucauldienne de la mise en discours sur la sexualité. Ils émergent avec un projet d'éducation sexuelle et de libération d'une parole intime, ainsi qu'une volonté d'infuser les imaginaires des publics avec leur propre définition de ce que doit être un discours sur le sexe.

Le discours sur le sexe que les énonciatrices portent passe par une médiation de soi et de la sexualité en ligne. Les modes de production de ce discours s'en trouvent ainsi renouvelés, avec de nouveaux participants et de nouvelles rhétoriques par exemple. En générant des invariants sur le fond —pédagogie— et la forme —éditorialisation de la galerie sur Instagram — dans la manière de parler de sexe en ligne, les créatrices des comptes sexe participent à stabiliser une certaine représentation du sexe et de la sexualité. C'est un discours particulier sur le sexe qui est produit sur Instagram derrière lesquels les comptes font «communauté» en réseaux «peer-to-peer¹⁶⁹» : les énonciatrices se citent entre elles et favorisent en cela la circulation du discours qu'elles produisent *via* des mentions en *stories* des republications ou citations empruntées. Ce faisant, elles créent des nouveaux codes de discours sur le sexe, grâce à la construction d'un socle de réception commun autour du sujet de la sexualité. Derrière cela néanmoins demeure l'idée du spectacle qu'offre l'Internet contemporain où, en représentation, les créatrices des comptes sexe ne peuvent être véritablement elles même puisque contraintes de jouer le même jeu que leur voisine.

Nous remettons dans un premier temps en question la possibilité pour les propriétaires des comptes sexe de s'approprier Instagram. D'abord, il semble en effet qu'on ne puisse parler de liberté éditoriale. Malgré des usages particuliers d'Instagram, les

¹⁶⁸FOUCAULT Michel, *Histoire de la sexualité*, vol. 1, «L'hypothèse répressive», *La volonté de savoir*.

¹⁶⁹BROUARD Pauline, ROLLANDIN Marion *op cit*, p69.

structures des discours, quoique ces derniers émanent de comptes différents, s'y retrouvent reproduites. Les disparités et signes distinctifs entre les comptes tiennent davantage aux réalités individuelles de chaque énonciatrice, à leurs références personnelles et à leurs manières particulières d'exprimer et de s'exprimer. Il ne s'agit pas d'appropriation dans la mesure où la plateforme est propriétaire des comptes, quoique les énonciatrices en soient les créatrices. Tout de même, nos analyses nous laissent penser qu'il y a une dimension de choix, notamment dans celui originel de s'établir sur Instagram. Et ce dernier n'est pas laissé au hasard : le régime de l'image participe à créer les conditions pour rapprocher symboliquement les différentes parties prenantes du contrat de communication. Un cadre favorable à l'intercompréhension est établi, tant à l'initiative de la propriétaire du compte — via des choix discursifs particuliers notamment —, tant sous l'effet du dispositif qu'est Instagram lui-même. Néanmoins, la question des enjeux de pouvoir derrière ce modèle idéal qui régit des règles communes demeure. Il y a bel et bien une tension entre la logique de standardisation et la possibilité de mener un projet personnel de développement d'un compte Instagram. Les créatrices des comptes sexe entretiennent ainsi un rapport ambivalent avec la logique de braconnage. Une dynamique qui nous invite plus que jamais à situer les comptes sexe à la fois en opposition, et à la fois en concordance avec les imaginaires libertariens que charrient Internet.

Des stratégies sont opérées par les propriétaires des comptes sexe pour contourner la censure et se faire une place au sein d'Instagram, plateforme au sein de laquelle il convient d'être visible. Le lien entre le propriétaire du compte et les internautes est travaillé pour conjurer les imaginaires tabous qui gravitent autour de la sexualité. Pourtant, ce travail de proximité, corrélé à la mise en récit du sexe et de la sexualité, ne peuvent avoir de pouvoir performatif — le dispositif sur lesquels ils sont déployés les contraignent. De ce point de vue, sur Instagram, qui construit un cadre énonciatif où il faut jouer avec les normes pour exister, les propriétaires des comptes sexe en représentation portent en effet des discours performés. Instagram est co-producteur du discours sur le sexe que les créatrices de comptes sexe délivrent : le réseau propose des structures, des cadres pour écrire, parler, et illustrer le sexe et la sexualité. La plateforme consacre la forme du discours sur le sexe. Au-delà de cela, l'entreprise qui vise le dévoilement de son moi ou de ses émotions, entre en tension avec la logique de rationalisation par les algorithmes. Sur Instagram, qui devient un marché mettant en réseau des acteurs influents et des instances publicitaires, la parole de l'intime est alors instrumentalisée. Quoique non nécessairement conscientisée, cette dynamique fait émerger des logiques de performances identitaires pour que l'énonciatrice investisse la figure

publiphobe ou tout au moins anticapitaliste, une posture attendue par ses publics. La performance est à entendre ici comme ce qui relève de la tendance des créatrices de comptes sexe à se donner la confirmation de leur valeur sociale et qui se lit dans leur rhétorique et leurs modes de discours. Par ailleurs, les phénomènes de performance identitaire et de performance de libération ne peuvent être pleinement analysés dans le cadre de notre étude. Ce sont grâce aux commentaires, messages privés, marques d'appréciations type *like*, que les énonciatrices peuvent évaluer la performativité de leur entreprise de médiatisation de soi et du sexe. Or notre étude ne permet pas de questionner le concept d'identité numérique dans son ensemble ; il aurait fallu pour cela étudier les enjeux de réception.

Les créatrices de comptes sexe entendent bien transformer les utilisateurs d'Instagram en abonnés, pour servir leur démarche de promotion — via des produits tiers —, et d'autopromotion — via notamment des productions personnelles —. Si aux origines de leur usage d'Instagram, la volonté de développer un projet d'éducation sexuelle pur n'est pas à discuter¹⁷⁰, des nouveaux enjeux émergent dès lors que les comptes obtiennent une certaine notoriété. Ainsi faut-il pouvoir conserver les abonnés afin de démontrer des indices de fiabilité économique auprès la plateforme, laquelle exerce une menace permanente sur les comptes sexe. Olivier Ertzscheid rappelle à cet égard qu'«*il y a des choix algorithmiques et une difficulté culturelle à appréhender certains sujets, quitte à les rejeter au nom d'intérêts économiques*¹⁷¹.» Les propriétaires des comptes sexe, qui incarnent leur discours sont soumises à une sorte de détecteur factice de génération de plus-value, le projet d'éducation sexuelle se retrouve contraint par un dispositif qui cherche plutôt à rationaliser la diffusion de savoirs plutôt qu'à diffuser des savoirs en soi. Les émettrices profitent ainsi du rayonnement que garantit Instagram et du modèle de participation sur lequel la plateforme repose.

Malgré cette mécanique de circulation et de publicisation, la figure construite de l'experte décomplexée et rassurante sert plutôt l'idée d'un espace clos de libération de la

¹⁷⁰ « Les réseaux sociaux entraînent un bouleversement de l'éducation à la sexualité qui transcende et performe tout ce qui a existé », observe d'ailleurs le sexologue et professeur de santé publique à l'Université de Paris Thierry Troussier dans un papier du *Monde* publié le 31 août 2021 : https://www.lemonde.fr/campus/article/2021/08/31/sur-instagram-la-nouvelle-generation-de-l-education-sexuelle_6092814_4401467.html

¹⁷¹ FERRARI Pauline. 2021 « Sexualité sur les réseaux sociaux : une modération stricte mais imparfaite », *Le Monde*, 09 août 2021, https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/08/08/sexualite-sur-les-reseaux-sociaux-entre-regles-strictes-et-moderation-floue_6090892_4408996.html (Consulté le 26 août 2021)

parole. C'est un rapport ambigu qu'elles entretiennent avec le motif de la liberté et de la libération sexuelle et psychologique, enchâssé dans celui des imaginaires du web libre. L'activité des créatrices de comptes sexe met ainsi en abyme l'idéal libertaire et libéral. C'est dans une conception de structuration des interactions à la fois ouverte et fermée que leur activité réside : entre l'effort pour construire un espace d'entraide protégé mais inclusif, libéré et contributif ; entre le choix ou l'obligation de s'ouvrir des acteurs économiques mais la propension à se fermer d'autres. La démarche d'inclusivité côtoie la démarche d'influence et s'exerce dans un environnement encore régulé par le politique. Pour autant, notre analyse, étant située dans le temps et pas ancrée dans une démarche prospectiviste, elle ne permet pas postuler la suprématie d'Internet — et des rapports économiques qui le sous-tendent — sur le politique. Internet connaît en effet chaque instant des mutations profondes. Si Instagram transforme les énoncés sur la sexualité portés par les comptes sexe, le contexte idéologique et politique a aussi un effet sur les représentations de soi du sexe.

Néanmoins, il ne faut pas absolutiser le lien entre imaginaires d'Internet et imaginaires d'Instagram, réseau social de l'image et de l'esthétique. Parler d'imaginaires d'Internet c'est aussi mettre de côté les particularités des réseaux qu'il agrège, et donc des structurations techniques, usages et sujets particuliers que ceux-ci abritent. Malgré un rapport ambigu avec les imaginaires du web libre et participatif, les comptes sexe parviennent à renouveler ceux du sexe et la sexualité. Le sexe est une activité partagée par un grand nombre d'individus hors ligne : construire le lien avec des abonnés en s'appuyant sur ce commun favorise une rhétorique de l'authenticité en ligne. Malgré les logiques de soumission et d'assujettissement à la plateforme Instagram, les discours sur le sexe proférés dans cet espace virtuel pénètrent le réel — dans un article du *Monde*, Charline, titulaire du compte @orgasme_et_moi va même jusqu'à affirmer être investie d'une « mission ». Elle poursuit « *Aujourd'hui, le Service public, c'est moi.*¹⁷²»

En investissant un réseau social, les créatrices de comptes sexe ambitionnent-elles de pallier les lacunes supposées des discours traditionnellement circonscrit au « divan » ? Dans un numéro de janvier, le magazine *Télérama* donnait une interview à Laura Berlingo, obstétricienne à l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière. La gynécologue y évoque le grand apport des

¹⁷² IRIBARNEGARAY Léa. 2021. « Sur Instagram, la nouvelle génération de l'éducation sexuelle », *Le Monde*, 30 août 2021, https://www.lemonde.fr/campus/article/2021/08/31/sur-instagram-la-nouvelle-generation-de-l-education-sexuelle_6092814_4401467.html (Consulté le 31 août).

réseaux sociaux dans l'éducation sexuelle et parle de « *réappropriation des savoirs liés à la sexualité* ». « *Les réseaux sociaux ont permis un accès à ces connaissances à grande échelle. Chaque expérience doit être entendue. En 2017, la libération de la parole des victimes de violences gynécologiques sur les réseaux sociaux a été essentielle pour nous, gynécologues. Aujourd'hui, un post du compte Orgasme et moi sur Instagram, qui publie des témoignages sur la sexualité, crée une discussion entre des milliers d'internautes.*¹⁷³ » En effet, les créatrices des comptes sexe entendent investir un espace de parole qui manquerait au sein de la société. Cet espace, c'est Instagram, qui, au contact des énonciatrices, change donc de statut et tend à devenir un agrégateur d'acteurs sociaux. Les comptes sexe, se positionnant en rupture et en continuité avec les discours déployés par les psychologues, sexologues ou les journalistes, se créent une place et une fécondité sociale propre et font presque d'Instagram un média de résistance. Le registre est en effet celui de l'info activisme et l'approche est assez largement féministe —. « *Après la tutelle historique du religieux et de l'État sur la sexualité, on voit émerger un troisième pouvoir : celui du peuple* » assure Thierry Troussier¹⁷⁴. D'ailleurs, pour le sexologue, c'est une révolution. Ce constat est néanmoins à nuancer. La fonction sociale dont les propriétaires des comptes sexe veulent doter Instagram se retrouve empêchée par l'intégration d'Instagram aux réseaux du Web : la fragmentation d'Internet ne permet pas à un énonciateur d'établir des rites communs.

¹⁷³ VILANOVA, Constance. 2021. «Éducation sexuelle : *“Un fossé générationnel se creuse entre certains gynécos et la jeunesse”*», *Télérama*, 14 janvier 2021 <https://www.telerama.fr/livre/education-sexuelle-un-fosse-generationnel-se-creuse-entre-certains-gynecos-et-la-jeunesse-6799838.php> (Consulté le 19 janvier 2021)

¹⁷⁴ IRIBARNEGARAY Léa. *op.cit.*

BIBLIOGRAPHIE

- Ouvrages universitaires

AMOSSY, Ruth. « Chapitre premier. Ethos et présentation de soi: Une traversée des disciplines. », *La présentation de soi*. 2010.

BOONTHANOM Ranida, *Computer-mediated communication of emotions: a lens model approach*, 2004.

BOUGNOUX Daniel. *Introduction aux sciences de la communication*, Paris : La Découverte, 2001.

DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien*, Tome 2-Présentation des Annales du quotidien, UGE, Paris, 1980.

FOUCAULT Michel, *Surveiller à punir*, 1975.

FOUCAULT Michel, *Histoire de la sexualité I. La volonté de savoir*, coll. « Tel », Paris, Gallimard, 1976.

FLICHY Patrice, *L'imaginaire d'Internet*, La Découverte, 2001.

FREUD Sigmund. *Sigmund Freud présenté par lui-même*, Folio essais, 1925.

HABERMAS Jürgen. *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot, 1978.

ILLOUZ Eva *Les sentiments du capitalisme*, Seuil, 2006.

RIEFFEL Rémy, *Que sont les médias ?*, Paris, Gallimard, coll. Folio actuel, 2005.

SENNETT Richard. *Les Tyrannies de l'intimité*, Paris, Éditions Le Seuil. 1979.

SOUCHIER Emmanuël, JEANNERET Yves, LE MAREC Joëlle, *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, 2003.

- Articles scientifiques

ALLARD Laurence. « L'impossible politique des communautés à l'âge de l'expressivisme digital », *Cahiers Sens public*, 2008.

ALLARD Laurence, et VANDENBERGHE Frédéric. « Express yourself ! Les pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer », *Réseaux*, 2003.

BABOU Igor. *Des discours d'accompagnement aux langages : les nouveaux médias*. European Medi@Culture-Online, 1998.

BONACCORSI Julia, CROISSANT Valérie. « L'énonciation culturelle vidée de l'institution ? Qualifier les figurations de l'autorité dans des sites web contributifs », *Communication & langages*, 2017.

BROUARD Pauline, ROLLANDIN Marion « L'amateur-professionnalisé : compétences et enjeux communicationnels. Captation des publics dans les dispositifs médiatisés » 2018.

CANDEL Étienne, GKOUSKOU-GIANNAKOU Pergia, « S'instituer par l'écriture en ligne », *Communication & langages*, 2017.

CANDEL Etienne, JEANNE-PERRIER Valérie, SOUCHIER Emmanuël. Petites formes, grands desseins. D'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures. » Jean Davallon. *L'économie des écritures sur le web*, Hermès-Lavoisier, 2012.

CARDON, Dominique, SMYRNELIS Marie-Carmen. « La démocratie Internet. Entretien avec Dominique Cardon », *Transversalités*, 2012.

CARDON Dominique. «Le design de la visibilité: Un essai de cartographie du web 2.0.» *Réseaux*. 2008.

CASILI Antonio. « Être présent en ligne : culture et structure des réseaux sociaux d'Internet », *Idées économiques et sociales*, 2012.

CROISSANT Valérie, TOUBOUL Annelise, « Discours journalistique et parole ordinaire : analyse d'un rendez-vous manqué » *Communication & langages*, 2009.

DOUEIHI Milad, *La grande conversion numérique*, Seuil, 2008.

ERTZSCHEID Olivier, « Usages de l'information numérique : comprendre les nouvelles enclosures algorithmiques pour mieux s'en libérer », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2015.

ERTZSCHEID Olivier. 2020. « Prendre la parole sur les réseaux. Et mettre la langue. », *affordance.info*, 29 février 2020, https://www.affordance.info/mon_weblog/2020/02/langues-sociales-des-reseaux.html (Consulté le 30 juillet 2021).

GEORGES Fanny « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 ». 2009.

GOMEZ-MEJIA Gustavo, « Fragments sur le partage photographique. Choses vues sur Facebook ou Twitter », *Communication & langages*, 2017.

HALTÉ Pierre, « Émoticônes et modalisation dans un corpus d'enseignement par t'chat », *ELA, Études de linguistique appliquée*, n°184, 2016.

JEANNERET Yves, PATRIN-LECLERE Valérie «La métaphore du contrat », *Hermès, La Revue*, 2004.

JEANNERET Yves, SOUCHIER Emmanuël, « Pour une poétique de l'écrit d'écran », *Xoana*, n° 6-7; – *Vocabulaire des études sémiotiques et sémiologiques*, 1999.

MERZEAU Louise *De la face au profil : l'aventure numérique des visages*. Ina global.fr , INA, Institut national de l'audiovisuel, 2015.

NACHTERGAEL Magali, « Mythologies individuelles, mythologies numériques ? », *Itinéraires*, p.8, 2015.

PATRIN-LECLERE Valérie, MARTI DE MONTETY Caroline, BERTHELOT-GUIET Karine, *La fin de la publicité ? Tours et contours de la dépublicitarisation*, 2014.

ROLLANDIN Marion « La réflexivité communicationnelle, processus facilitant la construction d'une autorité dans les espaces médiatisés participatifs », *Quaderni*, 2017.

SOUCHIER Emmanuël. «Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale». *Communication et langages*. 2007.

SOUCHIER Emmanuël, « La mémoire de l'oubli : éloge de l'aliénation. Pour une poétique de "l'infra-ordinaire" », *Communication & langages*, 2012.

TISSERON Serge. « Intimité et extimité », *Communications*, 2011.

- Articles de presse et autres sources médias

CUTTS Finely. 2021 « Contre la censure d'Instagram, les créatrices féministes investissent Patreon ! », *Fisheye magazine*, mars 2021.
<https://www.fisheyemagazine.fr/decouvertes/actu/contre-la-censure-dinstagram-les-creatrices-feministes-investissent-patreon/> [consulté le 30 juillet 2021].

CUXAC Anna, 2021. « Censure : des créatrices de contenus délaissent Instagram pour Patreon », *Causette*, 5 mai 2021, <https://www.causette.fr/feminismes/combats/censure-des-creatrices-de-contenus-delaissent-instagram-pour-patreon> (Consulté le 12 août 2021).

Daam, N. (9 février 2020). *Jouir, Re-jouir, se Réjouir avec Maïa Mazauette*. [Émission de radio]. France Inter, <https://www.franceinter.fr/emissions/modern-love/modern-love-09-fevrier-2020>.

DAUSSY Laure. 2020. « Le signalement, une nouvelle forme de censure sur le web ? », *Charlie Hebdo*, 18 décembre 2020, <https://charliehebdo.fr/2020/12/societe/le-signalement-une-nouvelle-forme-de-censure-sur-le-web/> (Consulté le 15 juillet 2021).

FERRARI Pauline. 2021 «Sexualité sur les réseaux sociaux : une modération stricte mais imparfaite», *Le Monde*, 09 août 2021, https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/08/08/sexualite-sur-les-reseaux-sociaux-entre-regles-strictes-et-moderation-floue_6090892_4408996.html (Consulté le 26 août 2021)

GUYOMARD Fanny. 2020. « Emojis : une orgie de sous-entendus », *Libération*, 14 décembre 2020, https://www.liberation.fr/vous/2020/12/14/emojis-une-orgie-de-sous-entendus_1808637/ (Consulté le 10 juillet 2021).

HOURDEAUX Jérôme. 2019. « Internet: face à «l'utopie déçue», «débrancher les machines», Mediapart, 14 septembre 2019, <https://www.mediapart.fr/journal/culture-idees/140919/internet-face-l-utopie-dechue-debrancher-les-machines?onglet=full> (Consulté le 30 juillet).

IRIBARNEGARAY Léa. 2021. «Sur Instagram, la nouvelle génération de l'éducation sexuelle », *Le Monde*, 30 août 2021, https://www.lemonde.fr/campus/article/2021/08/31/sur-instagram-la-nouvelle-generation-de-l-education-sexuelle_6092814_4401467.html (Consulté le 31 août).

KAPLAN Frédéric. 2011. « Vers le capitalisme linguistique. Quand les mots valent de l'or », *Le Monde Diplomatique*, novembre 2011, <https://www.monde-diplomatique.fr/2011/11/KAPLAN/46925> (Consulté le 2 août 2021).

MARTINEAU Paris. 2019. « The WIRED Guide to Influencers ». *Wired*, 12 juin 2019, <https://www.wired.com/story/what-is-an-influencer/>

VILANOVA, Constance. 2021. «Éducation sexuelle : "Un fossé générationnel se creuse entre certains gynécos et la jeunesse"», *Télérama*, 14 janvier 2021 <https://www.telerama.fr/livre/education-sexuelle-un-fosse-generationnel-se-creuse-entre-certains-gynecos-et-la-jeunesse-6799838.php> (Consulté le 19 janvier 2021)

WOITIER Chloé. 2020. « Instagram met à jour sa politique sur les photos montrant des seins », *Le Figaro*, 28 octobre 2020. <https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/instagram-met-a-jour-sa-politique-sur-la-nudite-apres-la-campagne-d-une-mannequin-grande-taille-20201028> (Consulté le 10 juillet 2021)

- Ressources encyclopédiques

MARTI Caroline, « Marketing » *Publictionnaire*. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Mis en ligne le 27 mars 2017. Accès : <http://publictionnaire.humanum.fr/notice/marketing/>.

VANDEVELDE-ROUGALE Agnès, Code rhétorique. *Publictionnaire*. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Mis en ligne le 17 décembre 2019. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/code-rhetorique/>.

ANNEXES

Fig.1 : Couverture du livre *Jouissance Club*, une cartographie du plaisir de Jüne Plä, sorti en janvier 2020 aux éditions Marabout. (Source : fnac.com)

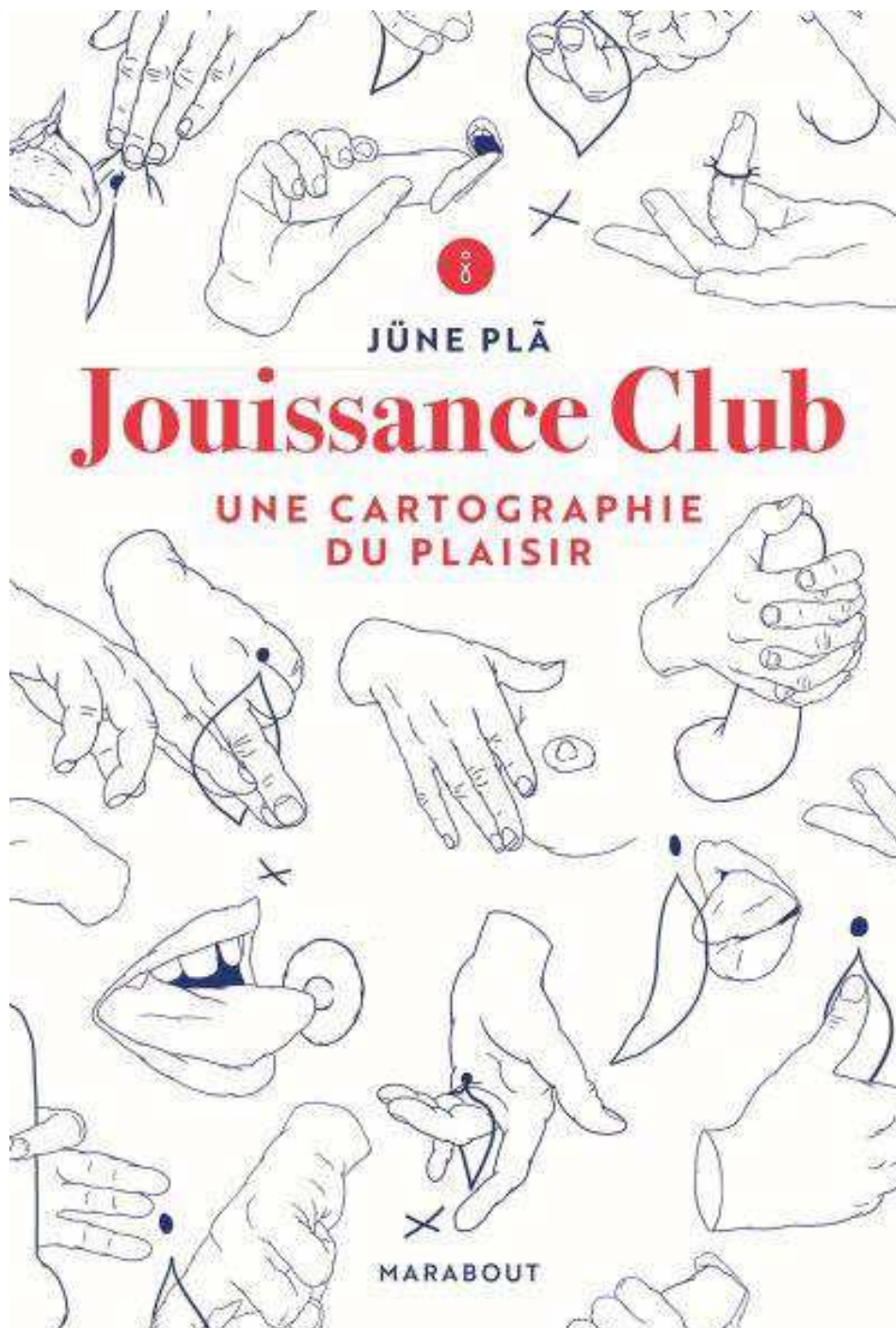


Fig. 2 : Capture d'écran de la page de présentation du compte @orgasme_et_moi. (Source : Instagram)

Fig 2 a) Espace consacré à la biographie du compte



Fig 2 b) *Stories* à la une du compte



Fig. 3 : Capture d'écran d'un contenu publié le 20 décembre 2019 par @jouissance.club (Source : Instagram)

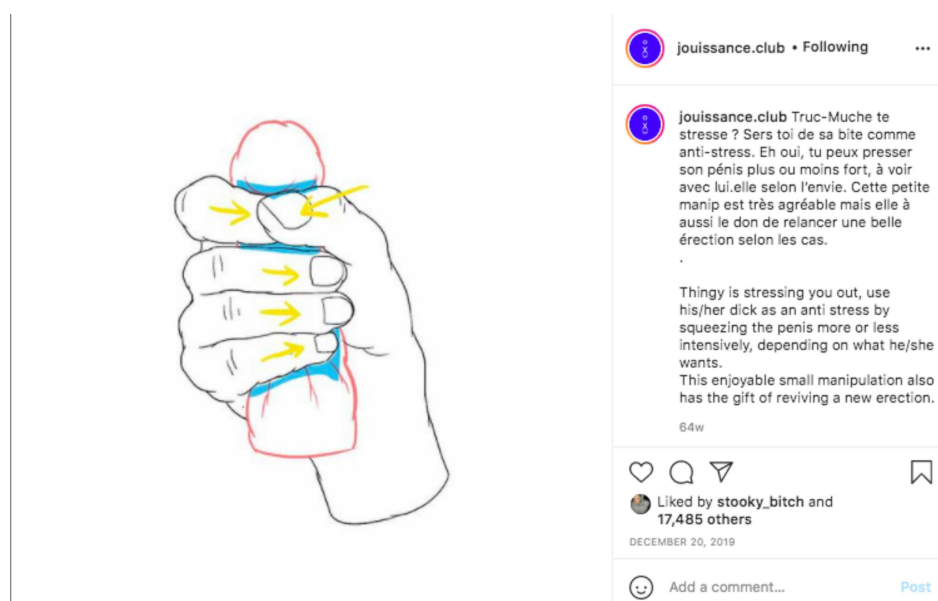


Fig. 4 : Capture d'écran d'un contenu publié le 24 décembre 2019 par @orgasme_et_moi (Source : Instagram)

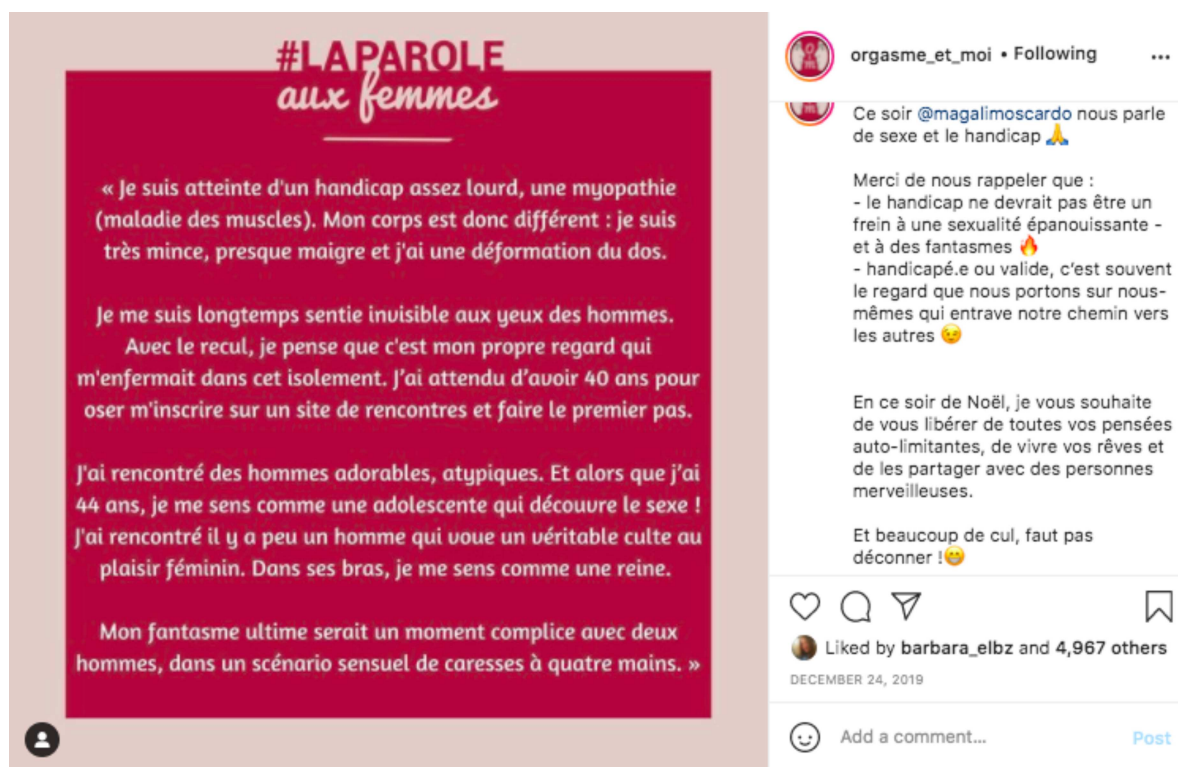


Fig. 5 : Capture d'écran d'un contenu publié le 22 janvier 2020 par @orgasme_et_moi (Source : Instagram)



Fig. 6 : Capture d'écran d'un contenu publié le 5 novembre 2019 par @orgasme_et_moi (Source : Instagram)



Fig. 7 : Capture d'écran d'un contenu publié le 18 novembre 2019 par @jouissance.club (Source : Instagram)



Fig. 8 : Capture d'écran d'un contenu vidéo publié le 30 janvier 2020 par @orgasme_et_moi (Source : Instagram)

Fig. 8 a) La mise en scène des coulisses de la fabrication du contenu à travers le *making off*

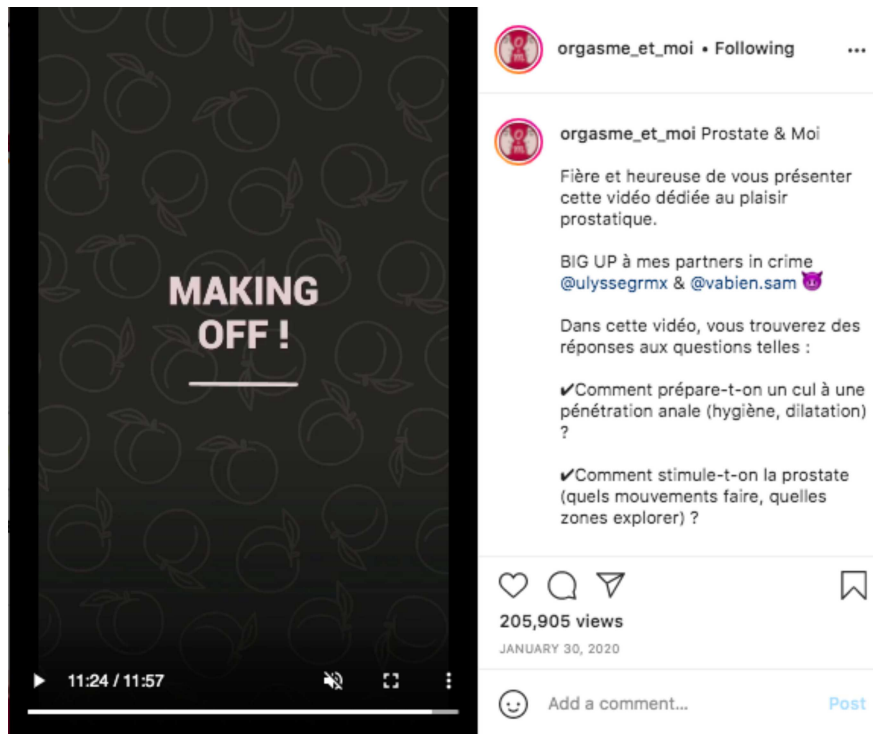


Fig. 8 b) Exemples de *cards* séquençant le contenu qui témoignent d'une connaissance des usages sur le web et des codes marketing



Fig. 9 : Capture d'écran d'un contenu publié le 28 novembre 2019 par @jouissance.club (Source : Instagram)



Fig. 10 : Capture d'écran d'un contenu publié le 10 janvier 2020 par @jouissance.club (Source : Instagram)



Fig. 11 : Capture d'écran d'un contenu publié le 13 décembre 2019 par @orgasme_et_moi (Source : Instagram)

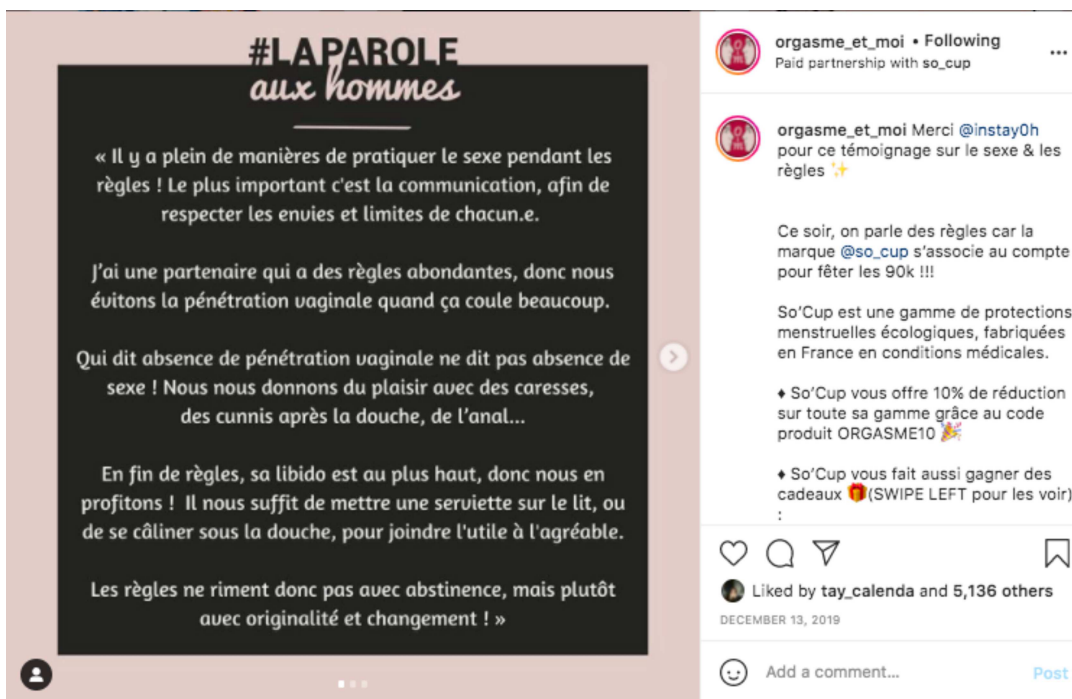


Fig. 12 : Capture d'écran d'un contenu publié le 14 janvier 2020 par @orgasme_et_moi (Source : Instagram)



Fig. 13 : Capture d'écran d'un contenu publié le 10 décembre 2019 par @orgasme_et_moi (Source : Instagram)



Fig. 14 : Capture d'écran d'un contenu publié le 3 décembre 2019 par @orgasme_et_moi (Source : Instagram)



Fig. 15 : Capture d'écran de la page de présentation du compte @jouissance.club. (Source : Instagram)

Fig 15 a) : Espace consacré à la biographie du compte

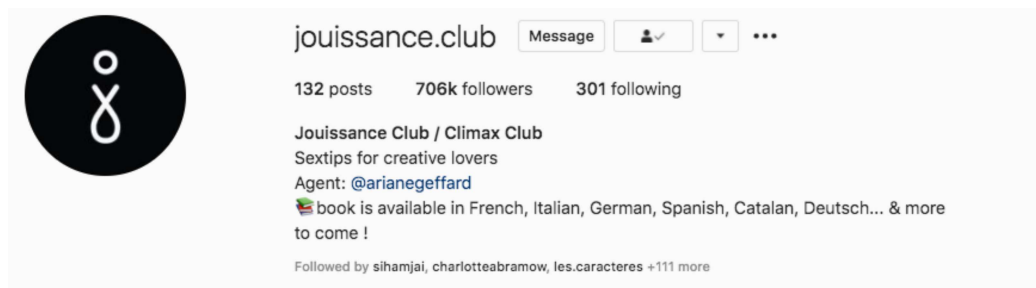


Fig 15 b) : Stories à la une du compte

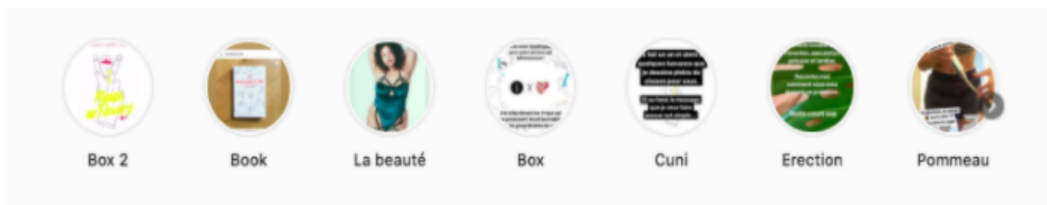


Fig. 16 : Onglet catégories du site lemonde.fr



Fig. 16 bis : Onglet catégories du site marieclaire.fr



Fig 17 : Capture d'écran d'un contenu publié le 15 décembre 2019 par @jouissance.club (Source : Instagram)

Erratum

Non, le porno lesbien mainstream n'est pas un manuel d'éducation sexuelle.



Fig 18 : Capture d'écran d'un contenu publié le 3 décembre 2019 par @orgasme_et_moi (Source : Instagram)

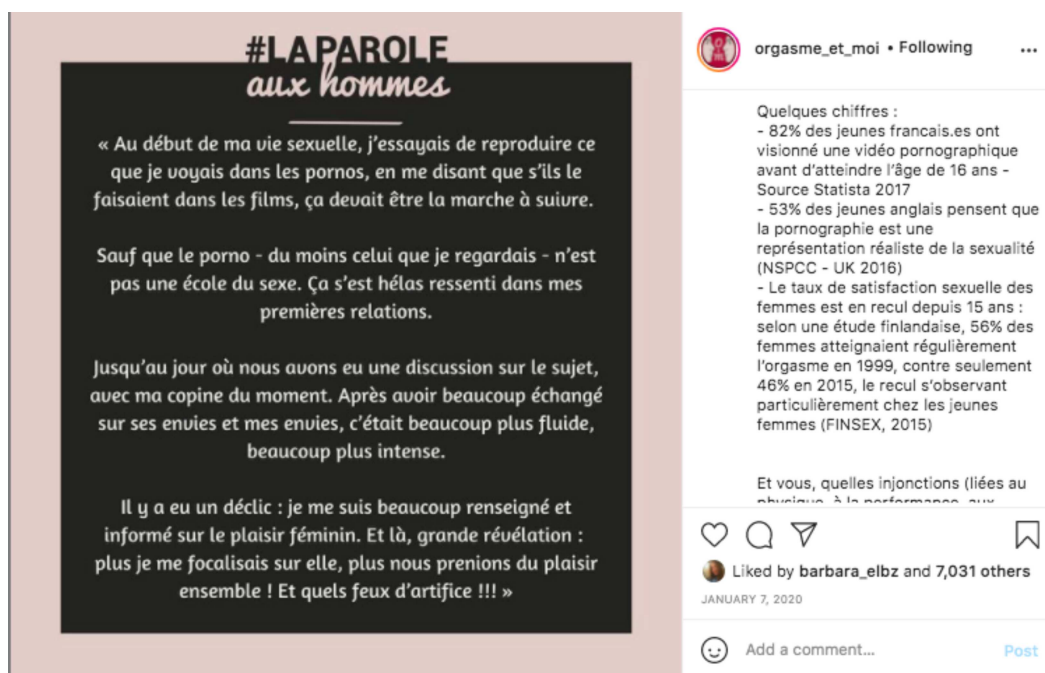


Fig. 19 : Capture d'écran d'un contenu publié le 6 décembre 2019 par @jouissance.club
(Source : Instagram)

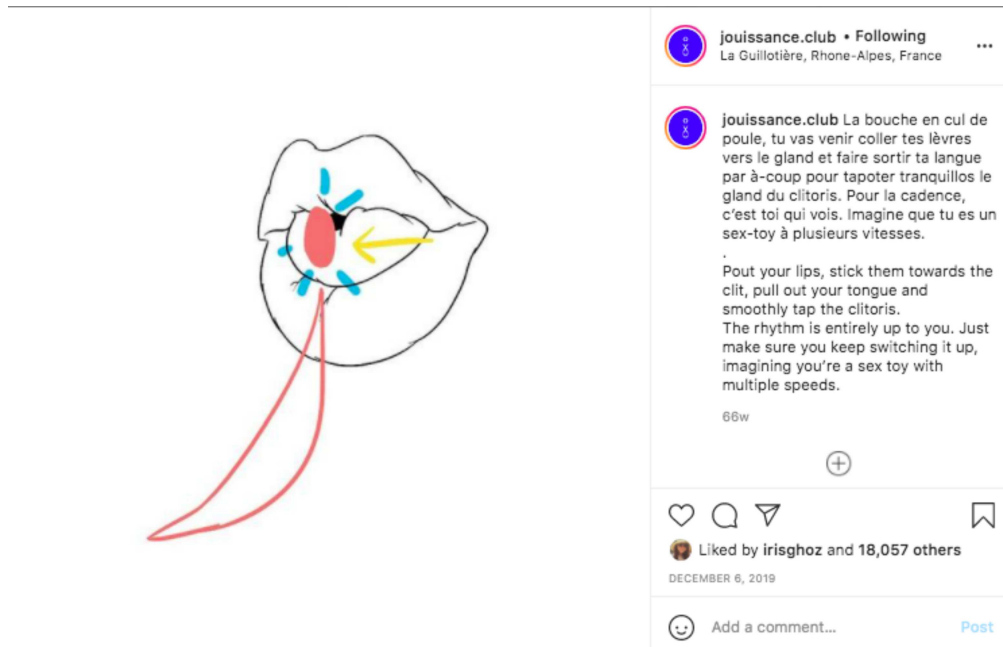


Fig. 19 : Capture d'écran d'un contenu publié le 13 novembre 2019 par @jouissance.club
(Source : Instagram)



Fig. 20 : Capture d'écran d'un contenu publié le 7 novembre 2019 par @jouissance.club
(Source : Instagram)



Fig. 21 : Capture d'écran d'un contenu publié le 27 décembre 2019 par @jouissance.club
(Source : Instagram)



Fig. 22 : Capture d'écran d'un contenu publié le 12 novembre 2019 par @orgasme_et_moi (Source : Instagram)



Fig. 23 : Capture d'écran d'un contenu publié le 19 novembre 2019 par @orgasme_et_moi (Source : Instagram)



Fig 24 : Aperçu de la galerie de @jouissance.club



Fig 25 : Aperçu de la galerie de @orgasme_et_moi

