



HAL
open science

Le discours astrologique sur Instagram : un objet de dépolitisation pour les communautés sexuelles et de réappropriation marketing pour les entreprises

Emma Lefort

► To cite this version:

Emma Lefort. Le discours astrologique sur Instagram : un objet de dépolitisation pour les communautés sexuelles et de réappropriation marketing pour les entreprises. Sciences de l'information et de la communication. 2022. dumas-04090507

HAL Id: dumas-04090507

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04090507>

Submitted on 5 May 2023

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 management

Le discours astrologique sur Instagram

Un objet de dépolitisation pour les communautés sexuelles
et de réappropriation marketing pour les entreprises

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

Tuteur universitaire : Thibault Grison

Nom, prénom : LEFORT Emma

Promotion : 2021-2022

Soutenu le : 19/09/2022

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

Tout d'abord, je tiens à adresser des remerciements appuyés à mon tuteur universitaire, monsieur Thibault Grison pour les précieux conseils et éclairages tout au long de la construction de mon travail de recherche, pour les nombreuses références et lectures recommandées. Je le remercie pour les encouragements qu'il m'a fait parvenir tout au long du semestre et qui m'ont permis d'accroître ma motivation et mon intérêt pour ce sujet.

Je tiens également à remercier Anouk Renouvel, ma tutrice professionnelle, qui a accepté de me suivre et de mettre à profit ses connaissances en matière d'écosystèmes médiatiques et numériques mais aussi de thématiques sociétales, pour évaluer mon travail.

Je remercie Virginie Julliard, responsable du Master 2 Médias et Management, pour ses cours sur le travail du genre et sur les représentations médiatiques. Ces différents éléments m'ont permis de m'orienter vers le sujet de l'astrologie, et de l'étude des dynamiques au sein des communautés sexuelles et de genre.

Enfin, je remercie ma famille et mes ami.es pour leurs relectures appuyées et leurs regards toujours aiguisés à l'égard de ce travail de recherche.

SOMMAIRE

INTRODUCTION

5

1ère partie - Le discours astrologique sur Instagram : un élément qui favorise la création de communautés autour de codes spécifiques et crée de nouvelles identités virtuelles

16

A) Le paradoxe du discours astrologique, entre auto-identification, individualité et reconnaissance de l'appartenance à une communauté : la création d'un discours identitaire

17

1. Un discours sur Instagram qui par son essence-même érige des formes d'individualités et engendre des processus d'auto-identification 17
2. Un discours astrologique qui s'ancre néanmoins dans un processus de création de communauté, et un sentiment d'appartenance intrinsèque 21
3. Des communautés virtuelles aux codes exacerbés par Instagram 23

B) Un discours astrologique qui semble s'adresser à des communautés spécifiques : le développement d'une « identité communautaire »

25

1. Le discours astrologique semble renforcer un concept d'identité communautaire 25
2. Un discours astrologique qui semble investi par des communautés spécifiques sensibles à la notion d'identité communautaire 27
3. Le discours astrologique destiné aux communautés sexuelles, un processus d'auto-étiquetage ? 30

C) Les communautés sexuelles se regroupent autour du discours astrologique : entre féminisme et féminité

30

1. La proximité socio-historique entre féminisme et notions ésotériques 31
2. Le discours astrologique : des signes similaires au discours produit par les minorités sexuelles 32
3. Un espace privilégié pour un discours codifié : les réseaux sociaux numériques (RSN) 38

2ème partie - Le discours astrologique, un objet de dépolitisation pour les communautés sexuelles et féministes : entre marginalisation et stéréotypisation

40

A) Le discours astrologique : entre réappropriation et dépolitisation par les communautés sexuelles et féministes

40

1. Un discours réapproprié 40
2. Un discours dépolitisé 44
3. Un discours excluant ? 46

B) La codification du discours astrologique crée des dynamiques divergentes au sein des sphères féministes

49

1. La stéréotypisation du discours astrologique un processus médiatique inhérent à la diffusion du discours astrologique 49
2. Créer des codes féminins exacerbés au sein du discours astrologique : le cas de @glossy_zodiac 52
3. A travers la codification : une invisibilisation du discours féministe ou la propagation d'un féminisme modéré 55

<i>C) Le discours astrologique en perpétuelle tension entre réappropriation, viralité et stéréotypisation</i>	57
1. Créer des codes exacerbés : entre réappropriation et perpétuité des représentations	57
2. Des codes exacerbés qui favorisent la viralité du discours	60
3. Codes et communautés : une réappropriation féministe inclusive et intersectionnelle ?	61
3ème partie - Un discours astrologique qui regroupe des notions de safe space et de communautés conscientisées par les marques et qui facilite une forme de réappropriation marketing	63
<i>A) Au delà des potentielles ambitions militantes : des ambitions marketing claires pour les comptes eux-mêmes porteurs du discours astrologique</i>	65
1. Le processus d'identification et la tendance astrologique favorise par essence une notion lucrative	65
2. Une mise à profit du concept de communauté par les comptes astrologiques	65
3. Le dilemme lié au discours astrologique entre authenticité et captation marketing	68
<i>B) La conscientisation d'une tendance : l'astrologie comme argument de vente pour les marques</i>	69
1. La tendance astrologique reprise par les marques : une manière de toucher une cible large	69
2. Un lien parfois tangible entre l'astrologie et le produit ou la marque et qui perpétuent la stéréotypisation	70
3. Relier un discours marketing à un discours astrologique : le cas du partenariat entre la FDJ et Sisters Astro	71
<i>C) L'astrologie : une opportunité pour les marques de toucher une cible féminine et féministe via un discours dépolitisé</i>	73
1. L'astrologie en tant que tendance, l'expression d'une forme d'engagement pour les marques	73
2. Un discours marketing qui touche une cible tout en étant « non-problématique »	74
3. Après le féminisme-washing et le pink-washing, pourrait-on parler d'astro-washing?	77
CONCLUSION	80
BIBLIOGRAPHIE	84
ANNEXES	87
RÉSUMÉ	106
MOTS CLÉS	107

INTRODUCTION

Dans son Traité sur la Tolérance paru en 1763, Voltaire écrit : « La superstition est à la religion ce que l'astrologie est à l'astronomie, la fille très folle d'une mère très sage »¹. Deux choses sont intéressantes à relever dans cette citation et me permettent d'introduire mon propos. Voltaire compare l'astrologie à la superstition, comparaison au sein de laquelle on observe une connotation péjorative puisqu'elle est mise en parallèle avec une deuxième comparaison : celle de l'astronomie avec la religion en tant qu'instances puissantes, valorisées, voire rationnelles par rapport aux deux premiers termes. L'imaginaire lié à l'astrologie de nos jours est plutôt similaire, c'est une pratique perçue par beaucoup comme infondée et irrationnelle, voire fantasque. La deuxième partie de la citation de Voltaire est également intéressante à analyser puisqu'au delà de la simple comparaison, l'écrivain initie une métaphore : l'astrologie est la « fille folle » de la mère sage qui est ici « l'astronomie ». Ainsi, est-ce totalement anodin que Voltaire ait établi cette métaphore avec des personnages uniquement féminins et des adjectifs antonymes tels que « folle » et « sage » ? Cette deuxième partie nous renvoie à un deuxième pan de l'imaginaire que les individus peuvent se représenter de la pratique astrologique : de par son lien avec une forme d'ésotérisme, l'astrologie est un mythe illusoire créé et facilité par la gente féminine, et vêtu d'une forme de folie. Dans cette citation, l'astrologie est décrédibilisée par rapport à des sciences plus rationnelles et cette décrédibilisation est accentuée par des comparaisons uniquement féminines. En somme, l'astrologie est une pratique qui, parce qu'elle n'est pas aussi rationnelle que les autres sciences, est sujette à des questionnements, des interprétations, des représentations mais aussi des mutations.

Le mot « astrologie » vient du latin *astrologia*, lui-même dérivé du grec ancien *ἄστρολογία*, composé de *ἄστρον* (*astron*) « astre, étoile » et de *λόγος* (*logos*) « parole, discours ». Étymologiquement, l'astrologie est donc le « discours sur les astres ». Ce discours promet de guider, d'aiguiller les individus sur leurs choix, leur personnalité et leur comportement. L'un des éléments principaux de l'astrologie, la première couche de savoir relative à cette pratique est la représentation des 12 signes du Zodiaque déterminés selon le mois et le jour de naissance, et permettant d'établir des caractéristiques propres aux individus nés durant cette période de l'année. Cependant, et c'est d'ailleurs ce que je vais exemplifier

¹ VOLTAIRE. (1763). *Traité sur la tolérance*. Flammarion.

lors de ma recherche, l'astrologie ne se cantonne pas aux simples signes du Zodiaque mais possède des critères d'analyse plus poussés dans le cadre de l'étude du thème astral d'un individu (notamment avec l'heure de naissance de l'individu qui détermine par exemple la position des planètes le jour de sa mise au monde).

L'astrologie bénéficie aujourd'hui d'un rayonnement médiatique notamment sur les réseaux sociaux comme je l'évoquerai plus bas. Cependant, il s'agit d'abord de définir l'astrologie, de délimiter ses fonctions avant d'en faire un travail de recherche. En effet, l'astrologie possède plusieurs qualifications et définitions, illustrant ainsi le flou qui existe encore autour de cet objet qui fait le pont entre le monde de l'ésotérisme et des sciences rationnelles telles que l'astronomie. L'astrologie se situe dans ce flou, cette entre-couche, cette frontière entre le réel et l'irréel : elle se base sur des éléments existants, soit les astres et les planètes, mais elle en fait une lecture, qui elle, est subjective. L'astrologie a souvent plusieurs définitions, elle est désignée à la fois comme une pratique, une discipline, une science, une croyance, et même une pseudo-science. Néanmoins j'ai pu voir au fil de mon travail de recherche notamment lors de l'élaboration de mon corpus et après de nombreuses lectures, que la définition la plus courante utilisée par les personnes qui la pratiquent est relative à la notion de langage. En effet, si on reprend l'étymologie du mot, on retrouve cette le suffixe « logos » qui signifie « parole, discours » et qui se réfère donc à la notion de langue et de langage. L'astrologie est un langage, une manière d'analyser et de décrire des mouvements, des personnalités via la lecture des planètes et crée un « langage type ». De même, je m'appuierais sur la définition produite par Daniel Kunth et Philippe Zarka : « L'astrologie interprète un relevé de l'état du ciel au moyen d'un langage symbolique. »².

A la lumière de ces différentes définitions, nous pouvons à présent introduire les autres notions relatives à mon travail de recherche. D'abord, le lien évident que l'astrologie possède aujourd'hui avec les pratiques médiatiques. En effet, l'histoire de l'astrologie dans nos sociétés modernes et ses représentations actuelles sont intrinsèquement liées aux médias. De fait, dans son ouvrage Croyance Astrologique moderne, Edgar Morin retrace le parcours de l'astrologie au sein du monde médiatique : il y explique que l'astrologie occidentale a été écarté par le catholicisme et le rationalisme pour ne faire son retour qu'au XXe siècle, retour favorisé par l'affaiblissement des deux piliers sociétaux cités plus haut, mais également facilité par les médias. Il décrit dans les années 1930 l'apparition de ce qu'il nomme une «

² KUNTH Daniel, & ZARKA Philippe. (2005). *L'astrologie*. Presses Universitaires de France.

une astrologie de masse »³, à travers les horoscopes diffusés dans la presse populaire et féminine.

Aujourd'hui, la massification de l'astrologie se retrouve dans un nouvel espace médiatique : le web et plus particulièrement les réseaux socio-numériques (RSN). En effet, que ce soit sur Youtube, avec des youtubeuses comme Shera Kerienski qui comptabilise jusqu'à 1,6 millions de vues pour sa vidéo de la série « Sherastrologie » intitulée « Les 12 signes astrologiques dans la vraie vie », ou encore sur Tiktok où l'on retrouve une occurrence de plus 39,7 milliards pour le #astrology, les réseaux socio-numériques sont la principale source de visibilité et de diffusion de la notion d'astrologie et de ce qui en découle. L'astrologie bénéficie ainsi d'une massification d'autant plus importante, mais également d'une mutation à la fois des pratiques, des discours et des représentations. En effet, le web est, par essence, un espace de liberté d'expression mais aussi gage d'une supposée horizontalité dans les interactions sociales : chacun possède le droit et l'espace virtuel de s'exprimer autant qu'un autre individu. Ainsi, l'astrologie comme tout autre sujet ayant des spécificités dans le monde réel, et qui d'autant plus suscite une forme de viralité peut être réinvesti par et pour tous. J'observerais ainsi en quoi il fait l'objet de diverses réappropriations et ce que celles-ci impliquent.

Ainsi, je me concentrerai dans mon travail de recherche sur un réseau social qui me semble riche en termes d'analyse et qui rend compte des mutations et des enjeux du discours astrologique. Tout au long de ma recherche, j'emploierai le mot discours selon la définition de Michel Foucault « Un discours est un lieu d'expression d'une forme de pouvoir et est composé de contenus qui répètent les normes et l'idéologie du groupe social qui le propose »⁴. Cette définition me permet d'évoquer le fait que le discours astrologique se compose de contenus à la fois textuels et visuels mais aussi de connaissances qui facilitent la création d'un groupe social et de normes spécifiques. Par exemple, le discours astrologique se compose de connaissances telles que les caractéristiques des signes du Zodiaque, la connaissance de l'univers astrologique comme les mouvements des planètes et leurs noms ou encore les icônes de chaque signe par exemple.

L'astrologie est également considérée comme créatrice d'un certain lien social, par le biais d'une appartenance à une forme de communauté liée à son signe astrologique : si je suis Taureau, je peux me reconnaître dans certaines caractéristiques qui seront communes à

³ MORIN Edgar. (1990). *Croyance astrologique moderne*. L'Age d'Homme.

⁴ FOUCAULT Michel. (1971). *L'Ordre du discours*. Gallimard.

d'autres individus de ce signe et nous échangeons ainsi une forme de point commun. C'est ce que décrivent Daniel Kunth et Philippe Zarka dans leur ouvrage « Bien que l'astrologie (...) tisse un lien social et permet à un ensemble de personnes de se reconnaître dans l'appartenance à une communauté culturelle. L'astrologie entre dans le cadre de cette représentation sociale, définie par Émile Durkheim qui attirait ainsi l'attention sur la spécificité de la pensée collective au regard de la pensée individuelle »⁵. Au sein de l'étude de mon objet, j'ai à cœur d'observer quelles sont les dynamiques de ces liens sociaux, comment s'articulent-ils au sein de l'espace d'analyse désigné qu'est Instagram.

Enfin, bien que l'astrologie soit de fait créatrice de ce lien social pour tout individu poreux à son discours, j'ai souhaité me pencher au sein de ma recherche sur un certain type de communauté qui s'y retrouve. En effet, il m'a rapidement semblé important d'énoncer une hypothèse relative aux perceptions et aux représentations de l'astrologie et des pratiques ésotériques de manière générale : elles semblent perçues comme féminines, pratiquées et diffusées par des femmes. Tout comme la résurgence de cette pratique dans les années 1930 s'inscrivait dans les magazines féminins avec les horoscopes, on peut observer aujourd'hui une propension plus importante de femmes portant un intérêt pour l'astrologie et le revendiquant sur les réseaux sociaux numériques. En effet, selon le sondage réalisé par Yougov, 35% des femmes croient en l'astrologie contre 20% des hommes.⁶ Mathilde Fachan, astrologue et hôte du podcast *Z comme Zodiaque* explique cette association dans une interview réalisée par Camille Frouin : « Tout ce qui est lié à l'introspection, à la connaissance émotionnelle de soi, à l'intime, comme c'est le cas de l'astrologie, est malheureusement conscrit au genre féminin dans notre société patriarcale ».⁷ Analyser les dynamiques autour du discours astrologique via le prisme du genre et des communautés sexuelles et de genre m'a semblé être une manière intéressante d'élaborer mon travail de recherche. La communauté se définit par « l'ensemble de personnes unies par des liens d'intérêts, des habitudes communes, des opinions ou des caractères communs »⁸. Ainsi, j'évoquerai au sein de mon travail la notion de communautés sexuelles. Ainsi, j'évoquerai au sein de mon travail la notion de communautés sexuelles c'est-à-dire dont le caractère commun est l'expérience de la sexualité, l'assignation à un sexe dit « féminin » ou, pour le

⁵ KUNTH Daniel, & ZARKA Philippe. (2005). *L'astrologie*. Presses Universitaires de France.

⁶ Enquête YouGov France/femina.fr réalisée auprès de 1001 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus, août 2020.

⁷ FROUIN Camille. (2020). *L'astrologie et les médias digitaux : nouvelles médiations de la pratique astrologique*. Sciences de l'information et de la communication.

⁸ Définition du dictionnaire Larousse

dire autrement, l'expérience commune de la domination masculine par le concept du sexe. Cependant dans la communauté sexuelle, le mot « sexuelle » renvoie plutôt à l'orientation sexuelle. A l'inverse, au sein de ma recherche, je mentionnerai cette notion de communauté sexuelle pour figurer une expérience commune du sexe en tant que classe ou de l'expérience de la sexualité. J'ai ainsi souhaité rapprocher cette notion de communauté sexuelle avec celle de minorité sexuelle, dans le sens où on observe dans nos sociétés la construction sociale d'un rapport de force et de domination entre ce qu'on appelle les minorités (j'y inclurai donc les femmes, mais j'évoquerai également les communautés de genre, LGBTQIA+) et le genre masculin. Au sein de mon développement j'alternerai entre l'utilisation de l'expression « communautés sexuelles » avec celle de « femmes », non pas dans un objectif réducteur ou de vulgarisation mais plutôt afin de formuler des hypothèses précises.

Pour conclure cette définition et pour appuyer le fait que le genre est une construction sociale, et que les communautés sexuelles font l'expérience de domination et de stéréotypisation, j'évoquerai un exemple issu de la pensée barthesienne. En effet Barthes affirme dans Mythologies que la langue est un système de signe et que chaque élément a sa place dans le système. Il exemplifie alors que le rouge à lèvres sur un homme crée des réactions, un « signe » du système de la féminité déplacé du côté du masculin crée un bouleversement de la structure binaire de la société. De même pour l'astrologie, il m'a semblé intéressant d'évaluer en quoi certains signes sont perçus comme féminin au sein du discours et favorise une réappropriation de ce dernier par des communautés sexuelles et non par les classes sexuelles dominantes.

Le discours astrologique, parce qu'il est viral, communicatif et unificateur, fait l'objet de mutations et de réappropriation par des communautés mais aussi par des marques. Que ce soit des bijoux de fantaisie affichant les signes du Zodiaque ou bien des vêtements ou pierres précieuses aux couleurs des signes, l'essor et l'influence de l'astrologie sur la consommation et la diffusion de messages et de discours a été rapidement conscientisés et marketés par les marques. Le marketing, par essence, a pour objectif de prévoir, mais aussi de stimuler les besoins des consommateurs et d'adapter la production à ces besoins. Ainsi, certaines marques ont rapidement observé en l'astrologie une forme de foyer de consommation, car afficher son signe et se reconnaître en tant que communauté via son signe zodiacal peut faire susciter une action d'achat qui le revendique. J'observerai ainsi comment les marques s'articulent autour de ce discours astrologique, mais également en quoi se réapproprier ce discours peut répondre

à une double objectif : contracter un achat et cibler un certain type de communauté via un biais accessible et simple, dénué d'une forme d'ambiguïté et de complexité lié à la communication et au message.

A la lumière de ces diverses définitions et des délimitations de mon sujet, j'ai pu formuler l'objet de ma recherche de la manière suivante : **Dans quelle mesure l'appropriation du « discours astrologique » par les communautés sexuelles et de genre sur Instagram est-elle également sujette à des phénomènes de captation marketing, entre dépolitisation et stéréotypisation de ces communautés ?**

Pour tenter de répondre à ce questionnement, je propose les hypothèses suivantes :

Ma première hypothèse a été la suivante : le discours astrologique me semblait permettre aux communautés sexuelles de se retrouver autour de codes spécifiques, ce qui paraissait favoriser des processus parmi lesquels : l'auto-identification et la création d'une identité communautaire. J'ai souhaité également voir si ces différents processus menaient vers une forme de marginalisation et de stéréotypisation du discours astrologique.

Dans un second temps, j'ai pensé que cette appropriation du discours par les communautés sexuelles s'apparentait à une forme de dépolitisation d'un discours perçu comme féministe mais également très codifié. Je me suis donc demandé si le discours astrologique menait à une forme d'invisibilisation d'autres discours féministes, tout en participant à la création de « safe space » et à un processus d'auto-identification.

Enfin je me suis demandé si l'astrologie et le regroupement des communautés pouvait être conscientisé par les marques. J'ai alors émis le postulat que les marques se réappropriaient le discours astrologique, leur permettant de viser une certaine cible sensible à ces notions tout en contournant les enjeux d'un discours féministe et perçus comme plus sensible.

Alors qu'il m'a fallu très peu de temps pour me passionner pour l'astrologie il y a quelques années, il m'en a fallu bien plus pour proposer d'en faire mon sujet de mémoire de Master 2 au CELSA. En rédigeant cette introduction, je m'interroge alors moi-même, sous la forme d'une introspection, sur les raisons de cette retenue, de cette hésitation. J'ai

certainement ressenti, dès les prémisses de ma réflexion, le caractère très stéréotypé de l'astrologie qu'on peut rapidement percevoir comme irrationnelle et donc bien loin des sciences du langage et de la communication. Et pourtant, je me suis aussi rappelée à ce moment-là, mes cours de Licence 3 dans lesquels Olivier Aïm et Karine Berthelot-Guiet nous introduisaient l'histoire des S.I.C, cette discipline tant de fois marginalisée et délégitimée par rapport aux disciplines universitaires et ancestrales telles que la philosophie ou la sociologie. L'astrologie a porté au fil du temps de nombreuses étiquettes, qui aujourd'hui semblent se transformer, se remédier face à un monde ébranlé par l'actualité anxiogène et dont les vérités médiatiques, politiques et sociales sont mises à mal. Ainsi, dans notre société ultra-contemporaine et ultra-connectée, c'est bien l'astrologie, cette pratique dont les prémisses ont 5 000 ans, qui paraît vivre son âge d'or : on la retrouve sous toutes les formes, sur toutes les plateformes, en librairie comme en boutique et bien évidemment principalement sur les réseaux sociaux, le foyer de cette nouvelle tendance à la pratique astrologique. C'est ainsi comme cela que j'ai pu rattacher aisément ma passion pour l'astrologie à mon cursus universitaire : en observant et en décortiquant l'essor de l'astrologie dans les médias, et plus particulièrement au sein des réseaux sociaux. En effet, qui peut prétendre aujourd'hui n'avoir jamais vu passer sur Facebook, Instagram, Twitter ou Tiktok, une image, un texte faisant référence à l'astrologie ? C'est comme cela que je me suis orientée vers l'étude des différentes formes que pouvaient prendre l'astrologie sur les réseaux sociaux. Cependant, il m'a semblé également nécessaire de l'étudier sous un prisme spécifique et à travers un constat personnel sur lequel je m'interrogeais, que je ne parvenais pas à affirmer ou infirmer : l'astrologie est-elle une pratique perçue comme féminine ? En effet, après plusieurs années à m'intéresser à cette pratique, à moi-même étudier les différentes caractéristiques des signes solaires mais aussi des ascendants et des signes lunaires de chacun je me suis aperçue que l'on pouvait faire un constat plutôt similaire que ce soit dans le monde virtuel et le réel : les personnes de sexe masculin paraissent rejeter les informations provenant de cette pseudo-science. J'ai ainsi pu observer que l'astrologie faisait l'objet d'un imaginaire et semblait porter un discours marginalisé et/ou marginalisant. Au-delà de ce constat, je me suis rendue compte que sur les plateformes médiatiques, le discours astrologique est dans la majorité des cas porté par des femmes. Enfin, le deuxième constat que j'ai pu faire ces dernières années, c'est aussi la force unificatrice de cette discipline accentuée par le contexte évoqué plus haut. Cela se remarque notamment chez les personnes nées dans les années 1990-2000 qui sont en quête de sens, en recherche d'identité mais aussi en quête de stabilité par rapport à un avenir qu'on leur prédit incertain, tout en leur montrant une certaine

impuissance face à ces mutations. Ainsi, selon une enquête de l'institut YouGov⁹: « Près d'un jeune de 18-24 ans sur deux (46%) croit en l'astrologie. Cette proportion décroît avec l'âge : elle est de 37% chez les 25-34 ans, de 23% chez les 35-44 ans et de 21% chez les plus de 55 ans. »¹⁰. Il y a également une défiance croissante envers les instances politiques, institutionnels et le discours des médias traditionnels, qui déclenche une orientation des individus, et notamment des jeunes générations vers de nouvelles tendances et une mutation des pratiques médiatiques, mais aussi des manières de se rassembler et de se constituer en communauté.

Dans ce contexte si particulier, analyser un certain discours astrologique sur les réseaux sociaux pour mon mémoire de Master 2 semblait faire sens, bien que l'idée était de trouver des axes plus spécifiques afin d'aboutir à une recherche intéressante qui fasse corps avec les connaissances que j'ai pu acquérir lors de mon parcours universitaire au CELSA.

Cependant et sous les conseils de mon tuteur, un enjeu majeur est apparu dans l'élaboration de mon sujet : il s'agissait de s'éloigner d'une analyse qui pouvait paraître trop sociologique et qui ne s'inscrivait pas assez dans une perspective communicationnelle. De plus, l'angle des divergences intergénérationnelles ne possédait pas assez de matière et pourrait rapidement me mener vers des formes de lieux communs et vers un contenu dépourvu de savoirs universitaires issus des SIC. Après plusieurs rendez-vous, j'ai pu affiner mon sujet, le façonner afin qu'il puisse représenter une analyse intéressante : je me suis donc restreint à un terrain spécifique, Instagram et à un angle spécifique, celui du principe de communauté, et plus précisément des communautés sexuelles. Comme évoqué précédemment il m'a semblé intéressant de me focaliser sur la création de communautés via un discours astrologique virtuel, notamment du fait de la diversité et de la richesse des éléments à analyser sur cette plateforme qu'est Instagram.

Le réseau social Instagram est selon moi le foyer émetteur de toutes les tensions autour de mon objet : l'astrologie et le discours émis par ceux qui le pratiquent et qui le diffusent. Il m'a semblé intéressant d'observer dans mon corpus comment au sein d'Instagram, lieu controversé, lieu de représentation et d'expression de soi, se tisse des communautés et des espaces de discussion autour du thème de l'astrologie. Il s'agira aussi

⁹ Enquête YouGov France/femina.fr réalisée auprès de 1001 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus, août 2020.

¹⁰ ROUDEN Elsa. (2020, août 13). *Qui sont les 28% de Français qui croient en l'astrologie ? Femina*. Consulté le 14 juillet 2022, à l'adresse <https://www.femina.fr/article/qui-sont-les-28-de-francais-qui-croient-en-l-astrologie>

d'évaluer la tension qu'Instagram crée entre les sachants et les non-sachants autour du discours astrologique.

Instagram est en effet à la fois le lieu de l'expression et de la dénonciation des rapports de force et des inégalités. Il est utilisé comme un lieu d'expression par certaines minorités et via certains comptes et il s'érige en tant que « *safe space* » et lieu de liberté d'expression. Paradoxalement j'aimerais observer en quoi par son essence-même Instagram produit des discours contradictoires : d'un côté l'expression de soi et la monstration de soi qui « favorise un individualisme en réseau »¹¹ et des enjeux d'« instagrammabilité »¹² et d'un autre côté une communication par l'image qui fait circuler des messages, créant une « communauté virtuelle ». J'aimerais montrer toute la tension qu'il y a autour du discours astrologique sur Instagram : j'observe une forte tension entre l'expression d'une communauté, l'identification à cette communauté via des codes précis et en même temps un discours et une mise en image relatif à la plateforme, qui participe à une stéréotypisation de ces communautés, menant à la création et la diffusion de stigmates autour de l'astrologie et par conséquent de celles qui portent largement cette pratique : les personnes du genre féminin.

Ces stigmates sont identifiables d'autant plus qu'ils sont repris par les marques ce qui semble favoriser une délégitimation du discours et des luttes intrinsèques à ce dernier.

Ainsi mon corpus m'a permis d'observer en quoi certains comptes bénéficient de cette double-casquette de « girly » et de féministe via le discours astrologique tout en profitant d'une grande viralité et de la captation par les marques.

J'ai ainsi constitué un premier corpus avec des captures d'écran, à la fois de feed, de posts, et de biographie issues de comptes Instagram diffusant un certain discours astrologique. Mon analyse sera à la fois sémiotique et discursive, en décortiquant le discours textuel, la mise en image et les différents codes textuels et sémiotiques investis par ces comptes. Il m'a semblé nécessaire d'effectuer cette analyse des signes et des images dans un espace aussi visuel et signifié qu'Instagram, mais aussi du fait même de l'univers graphique et très codifié de l'astrologie elle-même. Je justifierais cette analyse sémiotique par cette citation de Georges Didi-Huberman : « Les images nous embrassent : elles s'ouvrent à nous et se referment sur nous dans la mesure où elles suscitent en nous quelque chose que l'on

¹¹ PROULX Serge, POISSANT Louise, SENEAL Michel. (2006). *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*. Presses de l'Université de Laval.

¹² AÏM Olivier, *Théorie de la Communication et pensées des médias* - Licence 3 Médias

pourrait nommer une expérience intérieure ». ¹³ Les images sont, selon moi, une source inépuisable d'analyse et d'interprétation et c'est ce qui m'a permis de produire un corpus stimulant afin d'étayer mon propos tout au long de ma recherche.

Parce que j'ai choisi d'utiliser le terme de « langage » pour qualifier l'astrologie, il m'a semblé important de faire des analyses discursives. Comme le définit Patrick Charaudeau, l'analyse de discours est « l'ensemble des méthodes qui permettent de mettre au jour le fonctionnement des stratégies de pouvoirs au cœur de la langue et des langages ». ¹⁴

Au cours de l'élaboration de mon corpus, j'ai dû faire certains choix de délimitation au sein de mon champ d'analyse. En effet, en passant sur divers comptes astrologiques, j'ai dérivé peu à peu vers des comptes qui reprennent à la fois un discours astrologique mais qui s'inscrivent dans un champ plus large : l'ésotérisme voire la sorcellerie. En observant quelque temps l'activité de ces comptes, j'ai pu observer qu'il s'agissait de foyers émetteurs d'un discours particulièrement intéressant, notamment autour de la notion de sorcellerie et de sorcière. J'ai ainsi eu l'idée de pousser mon analyse après la découverte d'un élément qui m'a particulièrement interpellé : celui du Café Contre Sort. Ce café est un lieu dans Paris qui possède tout un univers et des événements autour des pratiques ésotériques, il a été co-créé par Mathilde Fachan, une podcasteuse et autrice à laquelle j'ai déjà fait référence plus haut. Au moment de cette découverte, j'ai eu l'envie de m'y rendre et d'y faire une observation de terrain afin d'y déceler des dynamiques conversationnelles et d'y comprendre les enjeux. Après un temps d'arrêt et une prise de recul et malgré le foyer inépuisable d'analyse que me procurait l'élargissement de mon sujet à la notion de sorcellerie - relativement lié au féminisme et à son historicité - j'ai dû m'écarter de ces chemins. En effet, c'est notamment à la lumière d'un entretien avec l'astrologue Zoé Lafont dans le cadre de mon corpus que je me suis rendue compte des divergences essentielles entre les pratiques ésotériques et l'astrologie : « Je n'aime pas trop dire est-ce qu'on croit en l'astrologie ou pas, parce que c'est un langage, c'est comme l'anglais, donc il y a des gens qui apprennent à décrypter ce langage avec la symbolique des planètes » m'a affirmé l'astrologue. J'évoquerais néanmoins succinctement les notions de sorcellerie et d'ésotérisme au cours de ma recherche mais sans en faire l'objet d'une analyse approfondie.

Mon corpus s'articulera donc comme suit :

- Analyse discursive et sémiotique de plusieurs *posts* du compte @sistersastro

¹³ DIDI-HUBERMAN Georges. (2007). *L'image ouverte, Motifs de l'incarnation dans les arts visuels*. Gallimard.

¹⁴ CHARAUDEAU Patrick. (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris, Vuibert.

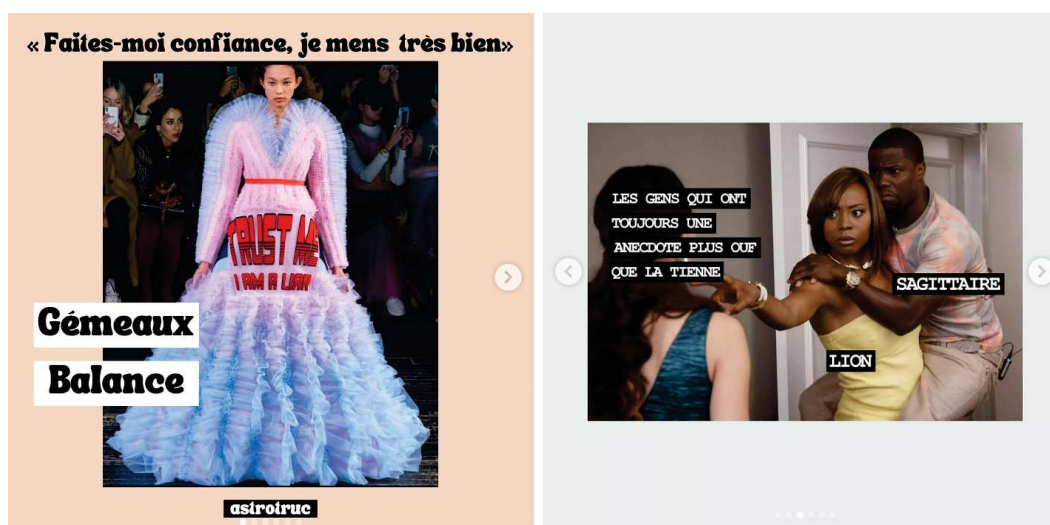
- Analyse discursive et sémiotique de plusieurs *posts* du compte @womoon.fr
- Analyse des biographies Instagram et des *feeds* des comptes Instagram de @glossy_zodiac, @SistersAstro et @Womoon.

À ce corpus centré sur Instagram s'ajoute un entretien que j'ai pu réaliser avec Zoé Lafont, astrologue et psychologue, créatrice du compte Instagram @twelv.love et rédactrice chez Version Femina.

À la lumière de ce corpus, j'observerai dans une première partie le discours astrologique sur Instagram en tant qu'élément qui favorise la création de communautés autour de codes spécifiques et crée de nouvelles identités virtuelles. Dans un second temps, j'ai fait le choix de me focaliser sur le discours astrologique en tant qu'objet de dépolitisation pour les communautés sexuelles et féministes et foyer de représentations entre marginalisation et stéréotypisation. Puis, je terminerai mon travail de recherche par l'observation suivante : le discours astrologique au-delà du politique favorise un discours de *safe-space* conscientisé par les marques et qui fait ainsi l'objet d'une réappropriation marketing.

1ère partie - Le discours astrologique sur Instagram : un élément qui favorise la création de communautés autour de codes spécifiques et crée de nouvelles identités virtuelles

Sur Instagram, l'astrologie fait l'objet d'une hyper-circulation importante depuis quelques années. Mais la digitalisation de la pratique astrologique a aussi accéléré une forme de vulgarisation, et surtout l'intégration de nouvelles stratégies narratives pour l'introduire au sein de l'espace médiatique. Ainsi, cette remédiation crée de nouvelles manières de l'introduire à travers des discours qui ont vocation à circuler : horoscopes en format *stories*, des *posts* au sujet de l'amour et des compatibilités (sujet intemporel et unificateur par essence) ou encore les *mèmes*. Les *mèmes* sont par définition des images, vidéos ou textes à caractère humoristique et qui circulent largement sur Internet. Ils font l'objet de nombreuses variations et le discours astrologique circulent relativement à travers ces images humoristiques. On retrouve ainsi des comptes astrologiques qui capitalisent sur ce genre de format pour faire circuler le discours astrologique, on le voit par exemple sur le compte @astrotruc créé par Maheva Stephan-Bugni (voir captures d'écran ci-dessous).



L'individu concerné par ce *mème* qui illustre les caractéristiques de son signe astrologique va avoir tendance à partager ce *mème* avec ses amis soit via des conversations privées mais également par des post ou stories publiques, car il est humoristique et facile à appréhender, à lire. En effet, si on prend l'exemple d'un individu dont le signe est Gémeaux, celui-ci va potentiellement se retrouver dans le *mème* que l'on retrouve ci-dessus à droite. Il y trouve une forme de miroir et de représentation de sa personnalité dans un espace médiatique partagé, et peut ainsi prendre conscience que cette particularité propre à sa personnalité est

également propre à un groupe de personnes : les personnes du signe Gémeaux (ainsi que Balance dans ce cas précis). En ce sens et à travers l'exemple du *même*, on peut déjà observer que le discours astrologique favorise une certaine conscience d'appartenance à une communauté.

Cependant au sein de l'espace Instagram, on peut observer différentes dynamiques liées à la création de communauté via le discours astrologique, initiant également des paradoxes. De fait, et pour introduire cette première partie, il semblerait qu'Instagram en tant que plateforme qui permet la circulation du discours astrologique crée également une forme de tension autour de cet objet : cet espace médiatique favorise la création de communauté tout en favorisant une forme d'individualisation et de codification du discours. J'observerai comment s'articule le principe de la communauté autour de l'astrologie et quelles sont les tensions qui s'y réfèrent via plusieurs exemples issus de mon corpus.

A) Le paradoxe du discours astrologique, entre auto-identification, individualité et reconnaissance de l'appartenance à une communauté : la création d'un discours identitaire

1. Un discours sur Instagram qui par son essence-même érige des formes d'individualités et engendre des processus d'auto-identification

Comme nous l'avons vu précédemment, Instagram est une plateforme qui semble par essence vouée à l'expression de soi et à l'exposition de son image. En effet, on peut le voir via la définition même du réseau social numérique : Instagram est un « site internet qui permet aux internautes de se créer une page personnelle afin de partager et d'échanger des informations, des photos ou des vidéos avec leur communauté d'amis et leur réseau de connaissances »¹⁵. Ainsi, la plateforme possède cet aspect de partage de contenus accessible à chaque individu à travers un compte individuel. Cependant Instagram est également, un réseau social numérique basé sur le partage de l'image sous la forme d'une instantanéité. Dans l'étymologie du mot Instagram, on retrouve ces divers éléments avec le préfixe Insta - du latin instans - soit l'instantanéité / et le suffixe -Gram provenant du grec gramma, la lettre, l'écrit. L'instantanéité de productions graphico-visuelles semble donc au cœur de la création de ce RSN. De plus, l'architexte de cette plateforme sous-entend une forme d'injonction à

¹⁵Définition de "réseau social" issue du site linternaute.fr.

l'exposition de soi via la dimension médiatico-compulsive des images numériques : à la fois avec le scroll répété et les dynamiques d'horizontalité et de verticalité qui favorisent une certaine immersivité.

Par essence, via son architexte et sa représentation, Instagram vise à une certaine expression, voire monstration de soi au sein d'un espace partagé et commun. On est dans un espace de performance au sens émis par Walter Benjamin qui est celui de l'anticipation de la séquence, du format, ici on anticipe la photo que l'on va poster sur Instagram, on pose, on prend un selfie, on esthétise son corps, on s'expose. Cette performance est ensuite visible, et ainsi « surveillable » par autrui sur Instagram, d'où une forme d'injonction à une expression de soi plutôt positive et valorisante. En clair, les réseaux sociaux tels que Instagram favorisent une forme de « surveillabilité »¹⁶, dans le sens où l'on accepte d'être l'objet d'un regard ce qui nous pousse à anticiper notre visibilité.

De fait, le discours astrologique sur Instagram est lui aussi régi par ces différentes dynamiques : il s'inscrit dans une dynamique de construction d'une identité à travers des images et du partage de contenus qui va être vu et surveillé par les utilisateurs, il y a donc injonction à une forme de performance au sein des publications. L'astrologie sur Instagram n'échappe donc pas à la notion d'instagrammabilité¹⁷ et de circulation de l'image performante.

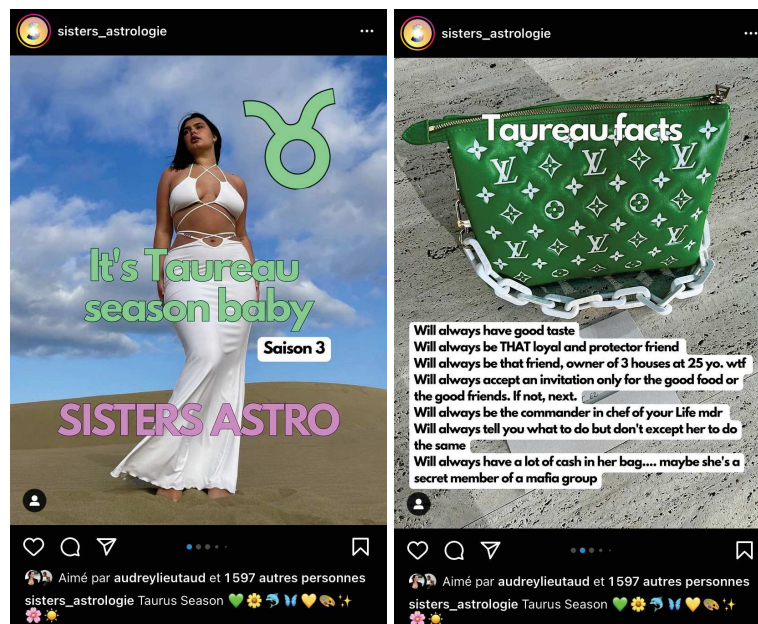
De plus, le discours astrologique est individuel, tourné vers soi car lorsque l'on voit une image issue d'un compte astrologique et renvoyant, par exemple, à notre signe astrologique, on se reconnaît d'abord soi-même dans ce message avant de prendre conscience qu'il s'adresse à une forme de communauté. De fait, le concept d'identité est lui-même défini, selon Fidel Molina Luque comme un « double processus à la fois d'identification de soi parmi une communauté et en même temps d'autonomie »¹⁸. Dans le discours astrologique, on retrouve cette dualité : l'astrologie est un objet qui nous permet d'intégrer une communauté via des reconnaissances mutuelles mais qui exige également une pratique individuelle et une application de manière autonome dans sa vie quotidienne. De même les *posts* Instagram qui reprennent ce discours sont constitués à la fois d'une forme d'expression de communautés mais également d'individualité. On retrouve cette dualité et cette expression

¹⁶ AïM Olivier, *Théorie de la Communication et pensées des médias* - Licence 3 Médias

¹⁷ Ibid.

¹⁸ MOLINA-LUQUE Fidel. (2002). Entre l'identité et l'identification : un problème complexe de la recherche sociologique dans le domaine de l'interculturalité. *Sociétés*.

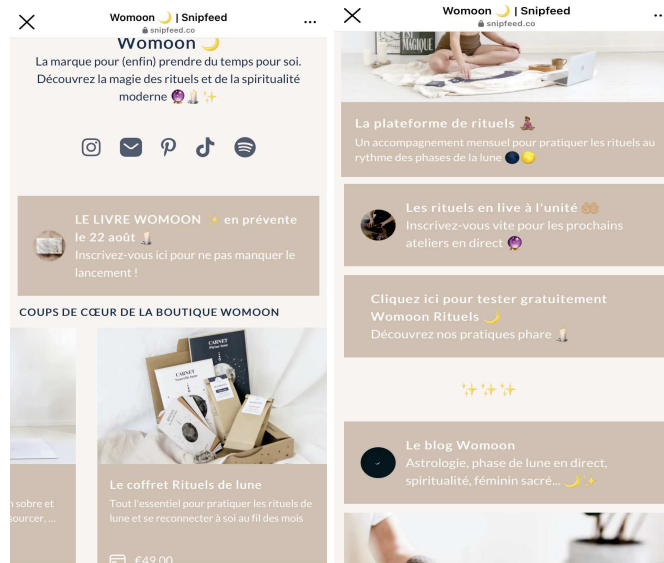
du concept d'identité sur le compte de la marque-média Sisters Astro. Ainsi, si on opère une analyse du post sur la saison des Taureau on observe ces divers éléments (voir captures d'écran ci-dessous).



En effet, on peut d'abord identifier la notion de communauté via le titre du *post* et sa légende « Taurus Season », qui annonce une période commune à tous, celle qui met en lumière le signe du Taureau et qui s'étend du 21 avril au 21 mai. Mais on remarque au sein de cette publication différents éléments qui renvoient plutôt à une forme d'individualité et d'identité propre. En effet, dans la deuxième image du carrousel qui présente les « Taureau Facts », soit les faits sur les Taureau, il est intéressant de noter l'emploi du pronom « *she* » qui pourrait nous faire penser que le post s'adresse à une personne, une femme plus précisément. On retrouve une notion de proximité entre le compte de Sisters Astro et la personne qui lit ce post : dans sa mise en discours, c'est comme si Sisters astro décrivait un.e ami.e de l'abonné avec des expressions telles que « the commander in chef of your life mdr ». On ressent ici d'ailleurs plutôt des signes d'un tutoiement, le post s'adresse à nous en tant qu'individu. En effet, malgré que le pronom « you » en anglais concerne le vouvoiement et le tutoiement, ici les différentes phrases en anglais sonnent plutôt comme des adresses à la deuxième personne du singulier. De même cette notion de proximité et de relation intimiste entre le compte et l'abonné se retrouve dans les signes discursifs de la première image du carrousel : dans le titre du post « It's Taureau season baby » on retrouve le caractère très intimiste, voire familier de l'interjection « baby » que l'utilisateur peut percevoir comme un surnom attribué par le compte, on se sent ainsi directement dans une relation familière et dans une relation presque individuelle avec Sisters Astro qui s'adresse à nous en tant que Taureau,

mais moins en tant que communauté de Taureau. Favoriser cette notion d'identification à travers le tutoiement et la proximité va permettre de toucher la cible visée de manière relativement directe : si je suis Taureau je me reconnais facilement d'autant plus que l'on me tutoie, que l'on s'adresse à moi de manière directe, presque de manière frontale dans le post.

A travers le discours astrologique de Sisters Astro, on observe une notion d'individualité, des éléments discursifs nous induisent que le post touche clairement une cible -ici de Taureau- dans leur individualité propre. Ces éléments favorisent une forme d'auto-identification et d'adhésion personnelle au discours. Cependant le discours astrologique peut être également défini comme individuel et favorisant des processus d'auto-identification par essence. En effet, comme l'explique Zoé Lafont, astrologue et psychologue avec laquelle j'ai pu m'entretenir, l'astrologie est un langage pour soi qui offre la possibilité « de mieux se connaître ». On retrouve ici le caractère très individuel de l'astrologie : grâce aux caractéristiques de nos différents signes, nous pouvons interpréter nos propres actions et ce via des discours astrologiques de plus en plus accessibles grâce aux réseaux sociaux comme Instagram. Ce processus d'auto-identification peut expliquer la diffusion du discours astrologique d'abord dans la presse et aujourd'hui sur le web car l'individu confronté à ces messages, y trouvent une forme de réconfort, une explication à certains traits de sa personnalité et des conseils à appliquer pour devenir, comme le dit Zoé Lafont « la meilleure version de soi-même ». On retrouve ce type de discours individuel dans des comptes plus spécifiques comme @Womoon.fr. Womoon est une boutique en ligne qui vend des objets en lien avec l'astrologie, mais aussi plus largement les cycles de la lune. Le site propose des kits de rituels, des agendas, des bougies, des oracles... La promesse de la marque est la suivante : une boutique dédiée au féminin sacré et à la spiritualité. (voir capture d'écran ci-dessous).



La marque possède donc un compte Instagram qui met en valeur les différents produits de la boutique, mais crée également des posts informationnels, sur les différents événements astrologiques et lunaires et les conseils à appliquer pour mieux les appréhender par exemple un *reels* datant du 28 juillet 2022 propose « 4 façons de se connecter à l'énergie du Lion ». Sur ce compte on retrouve une injonction à une pratique individuelle de l'astrologie via un discours de bien-être et de focus sur sa propre personnalité, son propre développement. De fait, ce sont des éléments que l'on retrouve d'emblée dans la biographie du compte et qui font écho aux propos de Zoé Lafont, la devise de Womoon est : « la marque pour enfin prendre soin de soi ». On retrouve ainsi à nouveau un discours centré sur l'individu plus que sur une forme de communauté, favorisant ainsi pour l'individu une forme de réconfort, d'intimité avec la marque ou le média, lui permettant de s'identifier personnellement aux *posts* et aux différents messages.

Cependant, le discours astrologique sur Instagram suscite un phénomène paradoxal à la fois il favorise la socialisation via des codes communs tout en incitant facilitant les trajectoires individuelles (par la connaissance de soi, de son thème astral qui est unique). Cette notion d'individualisme se retrouve également dans l'espace Instagram et ses spécificités (comme le fait d'avoir son propre compte, ses propres photos, etc).

Et de fait, comme l'a énoncé le sociologue George Herbert Mead : « Nous ne pouvons pas nous regarder nous-mêmes sans nous regarder en même temps dans le regard des autres »¹⁹.

¹⁹ MOLINA-LUQUE Fidel. (2002). Entre l'identité et l'identification : un problème complexe de la recherche sociologique dans le domaine de l'interculturalité. *Sociétés*.

2. Un discours astrologique qui s'ancre néanmoins dans un processus de création de communauté, et un sentiment d'appartenance intrinsèque

Le discours astrologique relève d'une forme de tension entre une forme d'individualité et la notion de communauté : mon thème astral est unique, je décide de pratiquer l'astrologie, d'appliquer certains conseils émis par les horoscopes ou les informations que je retrouve sur Instagram. Néanmoins, j'ai conscience d'avoir des pratiques et des appétences communes à plusieurs personnes, je peux partager ses pratiques ou ses intérêts sur les réseaux sociaux. Ainsi, au-delà d'un simple processus d'auto-identification, l'astrologie sur Instagram favorise des processus de socialisation. Ainsi comme l'énonce Fidel Molina Luque « Les trajectoires individuelles encadrées dans une société précise dessinent peu à peu la construction d'une identité »²⁰. Selon le chercheur, la notion d'identité se construit en miroir à celle d'une appartenance à un groupe spécifique.

Toujours selon Fidel Molina Luque, l'identité qui s'acquiert présente deux aspects complémentaires, celui de l'universalisation et celui de la particularisation. En ce sens, les individus apprennent à agir de façon autonome dans un cadre de référence universaliste, et à faire usage de leur autonomie pour se développer suivant leur particularité subjective dans un espace commun. De fait, j'apprécie posséder une identité astrologique, mais je la possède également car j'appartiens à un espace social qui la reconnaît comme telle. Ainsi, au sein du compte de Sisters Astro, malgré des éléments discursifs tournés vers l'individuel, on retrouve une notion de communauté, d'unité autour d'un savoir et de pratiques communes. Dans la biographie du compte Instagram apparaît l'appellation « Sisters Astro world ✨ ». On observe d'abord la présence du mot « sisters » soit « sœur » en anglais et qui traduit une idée de sororité et de communauté. Mais on retrouve également accolé à *Astro* le mot « world » qui peut lui aussi renvoyer à une notion, un imaginaire d'appartenance à une communauté. Ces éléments traduisent le fait que Sisters Astro ne se revendique pas uniquement comme un compte instagram mais est également comme un univers, un monde. De même, au sein de la biographie du compte @womoon.fr on retrouve la notion de communauté dans l'appellation « communauté de soeurcières » présente dans la biographie du compte. Le compte semble ainsi s'auto-proclamer comme appartenant ou regroupant cette communauté spécifique autour de ces posts et en partageant un discours astrologique et ésotérique, mais aussi des

²⁰ MOLINA-LUQUE Fidel. (2002). Entre l'identité et l'identification : un problème complexe de la recherche sociologique dans le domaine de l'interculturalité. *Sociétés*.

pratiques et des codes communs. On reconnaît ici le double processus d'auto-identification et d'appartenance à une communauté, à un groupe social.

Le discours astrologique des différents comptes qui composent mon corpus sont pour la plupart porteur de cette ambition de création de communauté, autour de l'astrologie mais plus spécifiquement autour de leurs *posts* propres et de leurs comptes, en tant qu'espace à la fois de recueil d'informations mais aussi de partage et donc, de potentielle safe space pour les utilisateurs. J'observerais plus bas en quoi la notion de « safe space » est importante et fait sens au sein du discours astrologique émis par ces comptes, d'un point de vue sémiotique mais également marketing. Réunir des individus autour de caractères sociaux communs permet à la fois d'attirer les utilisateurs appréciant ce sentiment d'appartenance tout en effectuant une forme de séparation avec d'autres communautés ou groupe d'individus, ce qui pour certains sociologues s'avèrent être la définition même de l'identité, et de la communauté.

En effet, au fil de mes lectures, j'ai pu trouver le postulat selon lequel l'identité se base sur une norme d'appartenance, nécessairement consciente, fondée sur des oppositions symboliques. L'identité culturelle, comme Denys Cuhe le remarque, apparaît comme une « modalité de catégorisation de la distinction “nous/eux”, fondée sur la différence culturelle »²¹. En clair, on peut dire que le discours astrologique sur Instagram favorise la création d'une identité et d'une distinction sachants/non-sachants ou croyants et non croyants.

Au sein de l'objet de recherche, nous ne parlons pas de simples communautés pratiques et/ou politiques mais bien des communautés remédiées via l'espace web : les communautés virtuelles.

3. Des communautés virtuelles aux codes exacerbés par Instagram

Avant d'introduire la notion de communauté virtuelle, j'aimerais revenir à celle de l'identité. En effet, l'identité sur le web est régi par des dynamiques et des représentations différentes de l'identité dans l'espace non-virtuelle. D'abord parce qu'on y performe en tant que double de données (notions évoquées plus haut) c'est-à-dire qu'on fait le choix de se représenter d'une certaine façon. De même, les comptes astrologiques sont régis par des individus (parfois anonymes) mais ont une identité numérique et discursive. On peut définir l'identité discursive comme la figure publique d'un média, marque distinctive qui s'impose

²¹ MOLINA-LUQUE Fidel. (2002). Entre l'identité et l'identification : un problème complexe de la recherche sociologique dans le domaine de l'interculturalité. *Sociétés*.

par un style d'écriture et une forme de présentation spécifique. Ainsi, c'est par ces spécificités que des comptes comme celui de Sisters Astro se positionne comme porteur d'un certain discours favorisant la création d'une communauté autour d'éléments astrologiques mais aussi de leur identité propre. Le compte crée des *posts* dans un souci de performance et de visibilité tout en favorisant des éléments discursifs distinctifs. Cela peut s'observer via la surabondance de signes, le mélange de la langue anglaise et française dans le discours, mais aussi à travers la familiarité de ce dernier avec les interjections tels que « *baby* » ou « *mdr* ». Le compte se crée une identité virtuelle et vient regrouper des éléments attractifs pour l'utilisateur allant au-delà d'un simple discours astrologique. Ce sont ces spécificités qui peuvent faciliter le *call to action* des utilisateurs : la performance en soi est réussie car les *posts* reprennent des éléments propres à Instagram tels que des photos de jeunes femmes à l'esthétisation renforcée, mais aussi la publication de nombreux *reels* qui favorisent leur visibilité au sein de l'algorithme. Ainsi, ces éléments distinctifs parviennent à ériger Sisters Astro comme une marque média tout en étant vectrice de la création d'une communauté autour du compte : Sisters Astro possède plus de 105 000 abonnés et comptabilise des milliers de likes sur ces publications quotidiennes. Le compte a d'ailleurs pu développer une boutique en ligne et de nombreuses collections de vêtements, ce qui illustre son relatif succès auprès des utilisateurs.

Ainsi, après avoir affirmé que les comptes analysés ont créé leur propre identité virtuelle et discursive, je peux à présent observer en quoi ils favorisent également la création de communautés virtuelles. Serge Proulx dans son ouvrage désigne la communauté virtuelle « comme le lien d'appartenance qui se constitue parmi les membres d'un ensemble donné d'utilisateurs. Ces participants partageant des goûts, des valeurs, des intérêts ou des objectifs communs, voire dans le meilleur des cas, un authentique projet collectif »²². Les comptes tels que @SistersAstro sont ainsi à la fois des identités propres mais également des relais à ces informations et ces valeurs, permettant de centraliser les individus autour d'un seul espace pour communiquer et recueillir des informations sur l'astrologie et les croyances qui l'entourent. Dans le cas de ces comptes, les utilisateurs qui s'y regroupent, qui y interagissent partagent en effet des intérêts communs qui plus est une forme de sensibilité à l'astrologie et aux connaissances qui en découlent. A titre d'exemple, le détenteur du compte qui vient insuffler ces idées via des posts tels que Sisters Astro qui énonce les « faits sur les Taureau » permet aux utilisateurs de se regrouper autour de ce savoir diffusé et viennent eux-même faire

²² PROULX Serge, POISSANT Louise, SENEAL Michel. (2006). *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*. Presses de l'Université de Laval.

circuler ce savoir au sein de leur communauté par exemple via un partage en *story*. Ces actions de partage ne sont réalisées que parce que le discours astrologique possède ce sentiment d'appartenance, mêlé à une identité discursive forte. C'est le cas ici dans le sens où l'esthétique du compte de Sisters Astro est soignée mais aussi qu'il y a une possibilité de montrer que l'on appartient à cette communauté, que l'on possède les savoirs nécessaires à l'intégrer et que l'on partage ces valeurs. De même, le compte @womoon.fr a fait le choix de réutiliser le nom de la marque, afin de nommer ses abonnés (voir capture d'écran ci-dessous). On retrouve à nouveau une identité virtuelle forte qui facilite un regroupement et une identification de groupes sociaux, le *post* s'adresse aux abonnés, et en lisant cette publication ils peuvent développer le sentiment d'appartenance aux « Womoon ». Nous verrons plus bas en quoi ces expressions tendent à écarter une partie des utilisateurs de manière consciente ou inconsciente.



womoon.fr Bonjour les Womoon ✨ Une prise de parole pas facile facile pour moi aujourd'hui... J'ai beaucoup hésité avant de vous parler de tout ça (mon égo me criait non non non) mais voilà, en toute vulnérabilité, ce qui se passe en coulisses en ce moment. Faites défiler les photos pour tout savoir 🍷

Le discours astrologique relayé par les différents comptes qui constituent mon corpus, m'ont amené au postulat suivant : les communautés auxquelles s'adressent ce discours semblent être des communautés sexuelles, ou des personnes appartenant au genre féminin.

B) Un discours astrologique qui semble s'adresser à des communautés spécifiques : le développement d'une « identité communautaire »

En 1997, Wilson énonçait : « la communauté virtuelle est vue par certains auteurs comme un moyen de s'affranchir de la prison du corps et par la suite d'égalisation des différences et d'émancipation des minorités sociales »²³. Nous avons vu comment le discours astrologique facilitait la création de communautés virtuelles sur Instagram, nous allons voir maintenant quelles sont les dynamiques de ces communautés et comment elles se constituent en distinction vis-à-vis d'autres communautés.

²³ PROULX Serge, POISSANT Louise, SENEAL Michel. (2006). *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*. Presses de l'Université de Laval.

1. Le discours astrologique semble renforcer un concept d'identité communautaire

Sur Instagram, l'astrologie peut être diffusée à la fois via des discours très spécifiques relatifs aux pratiques, mais également comme nous l'avons vu via un biais plus humoristique et viral tels que les *mèmes*. Ainsi des comptes tels que @notallgeminis favorise un concept de communautés mais uniquement via des *mèmes*. On retrouve dans l'intitulé même du compte une référence à la communauté des individus du signe Gémeaux tourné avec humour : « not all geminis » signifie en français « pas tous les Gémeaux » et renvoient à ce que pourrait dire un individu de ce signe astrologique lorsqu'on décrit sa personnalité en réfutant un trait des Gémeaux qu'on lui attribue presque par mauvaise foi. Cette expression vient potentiellement tourner en dérision des sceptiques ou des individus qui remettent en cause l'astrologie, ce qui renforce la légitimité du compte et de son discours via un prisme humoristique. Cela permet aussi au compte d'afficher immédiatement son identité numérique : le compte est à vocation humoristique et permet le regroupement d'individus sensible à ces codes, ces savoirs, cet humour, et enclins à le partager. On voit donc dans le cas de ce compte, que se constituer en communauté, c'est aussi se constituer en opposition et sous forme de séparation vis-à-vis d'autres individus, @notallgeminis semble émettre une moquerie sur les sceptiques et les non-croyants en l'astrologie pour mieux renforcer sa conscience de communauté. Mais on peut aussi interpréter le nom du compte comme une moquerie envers la propre communauté des Gémeaux.

Instagram permettrait ainsi à certaines minorités ou groupes d'individus de se constituer en communauté autour d'un langage et d'un discours commun : l'astrologie. Ce discours facilite la création d'une communauté virtuelle et permet d'occuper un certain espace sur la plateforme Instagram, il semble de fait s'adresser à un certain type d'utilisateurs créant ainsi une forme d'identité communautaire.

Selon le sociologue Fidel Molina Luque, l'identité communautaire « met l'accent sur la situation du groupe, et souligne la cohésion et la solidarité entre les membres qui s'identifient comme faisant partie d'une telle communauté ».²⁴ Il ajoute à son analyse la théorie de Weber selon laquelle « les individus, lorsqu'ils appartiennent à une communauté, sentent d'une façon subjective qu'ils ont des traits communs et peuvent par la suite envisager une action communautaire positive ou négative, par rapport aux autres communautés (aux

²⁴ MOLINA-LUQUE Fidel. (2002). Entre l'identité et l'identification : un problème complexe de la recherche sociologique dans le domaine de l'interculturalité. *Sociétés*.

autres identités) »²⁵ et dont le regard sur elles-mêmes et sur la vie est différent. On retrouve ces éléments dans le discours astrologique des comptes Instagram analysés. Ils diffusent une connaissance qu'ils savent commune à un large groupe d'individus, ce qui leur permet de créer du contenu qui sera partagé et reconnu (action communautaire) afin de renforcer l'appartenance et la cohésion. Néanmoins, on comprend via certains codes et signes portés par ces comptes que la communauté semble être spécifique et plutôt féminine par rapport à d'autres communautés. Et de fait, comme l'énonce Castells « L'appel à la construction d'une identité forte est le plus souvent une mesure défensive et la communauté en offre le lieu sûr »²⁶. On peut ainsi penser que les comptes astrologiques se constituent comme regroupement pour des communautés virtuelles, et sexuelles en tant que lieu d'expression privilégiée.

2. Un discours astrologique qui semble investi par des communautés spécifiques sensibles à la notion d'identité communautaire

Que ce soit dans leur identité discursive et numérique ou bien dans le discours communautaire énoncé, on peut observer que les comptes d'astrologie sur Instagram semblent s'adresser à des communautés spécifiques qui sont les communautés sexuelles voire plus particulièrement et nous le verrons plus bas, les communautés féministes. D'abord, les comptes eux-mêmes favorisent cette restriction aux communautés sexuelles. Par exemple, lors de mon analyse du post de la saison des Taureaux du compte @sistersastro j'ai pu observer que seul le pronom « *she* » était utilisé pour développer les caractéristiques de ce signe. On observe cette expression d'une communauté féminine dans les noms des deux comptes Womoon et Sisters Astro que nous avons analysé précédemment : *Womoon* étant la contraction de *women* - femmes en anglais - et *moon* - lune - et *Sisters* - soeur en français - qui témoigne à nouveau de l'expression d'une identité féminine. Ensuite on remarque que les personnes appartenant au genre féminins semblent particulièrement apprécier ces contenus astrologiques. En effet, lors de mon entretien avec Zoé Lafont, créatrice du compte Instagram @twelv.love, elle a pu m'informer du pourcentage élevé de femmes abonnées à son compte : 87,4% de femmes sont abonnées à son compte, contre 12,5% d'hommes. Au-delà du fait que le discours semble s'adresser aux femmes, selon les astrologues ce sont aussi et inversement les communautés sexuelles qui sont perçus comme les plus sensibles à ce discours. Mathilde

²⁵ Ibid.

²⁶ MOLINA-LUQUE Fidel. (2002). Entre l'identité et l'identification : un problème complexe de la recherche sociologique dans le domaine de l'interculturalité. *Sociétés*.

Fachan, astrologue et hôte du podcast Z comme Zodiaque explique l'association de l'astrologie aux femmes comme suit : « Tout ce qui est lié à l'introspection, à la connaissance émotionnelle de soi à l'intime, comme c'est le cas de l'astrologie, est malheureusement souvent conscrit au genre féminin dans notre société patriarcale »²⁷. De même Zoé Lafont m'a également soutenu ces arguments lors de notre entretien : « Les femmes, sont, et ce même en consultation de psychologue, plus à même de se poser des questions. Elles ont souvent plus envie de mieux se connaître que les hommes ». Cela peut expliquer en partie pourquoi le discours astrologique des comptes Instagram semble s'adresser aux personnes de sexe féminin. Il y a aussi une dimension socio-historique à cette association entre l'astrologie et les femmes : Les pratiques ésotériques étaient autrefois perçues comme attribuées au genre féminin comme on le remarque via les magazines féminins qui ont dès les années 1930 repris le discours astrologique dans le cadre des horoscopes. Ainsi le discours astrologique sur Instagram qui apparaît comme une remédiation des discours cités précédemment au sein de l'espace web, semble régi par les mêmes dynamiques tout en instituant de nouvelles.

En effet, comme évoqué précédemment, la communauté peut se définir en tant que mesure défensive pour un certain type d'individus qui partagent des valeurs communes. Les individus du genre féminin peuvent se retrouver ainsi dans le discours astrologique de ces comptes volontairement en opposition à des comptes à dominance masculine. D'un point de vue social et historique, les personnes du genre masculin ne semblent pas faire partie de la communauté créée par l'astrologie ou du moins l'astrologie semble exclure ce qui font l'expérience du genre masculin en tant que sphère dominante de la société. Ces comptes peuvent ainsi être porteurs d'un discours astrologique destiné aux personnes faisant l'expérience de la domination masculine. Et de fait, comme le prononce Fidel Molina Luque dans son ouvrage : « Il semblerait que l'identité communautaire ait beaucoup de rapports avec une identité de résistance collective contre l'oppression. C'est un mécanisme d'autodéfense que Castells dénomme "exclusion des exclusants par les exclus" »²⁸. Ainsi, on retrouve cette mise en opposition de manière parfois frontale au sein de ces comptes. Le compte @astrologiemoderne a récemment posté une *story* qui illustre ce phénomène d'exclusion des instances dominantes (voir capture d'écran ci-dessous).

²⁷ FROUIN Camille. (2020). *L'astrologie et les médias digitaux : nouvelles médiations de la pratique astrologique*. Sciences de l'information et de la communication.

²⁸ MOLINA-LUQUE Fidel. (2002). Entre l'identité et l'identification : un problème complexe de la recherche sociologique dans le domaine de l'interculturalité. *Sociétés*.



Il y a donc un mécanisme paradoxale qui semble s'instituer : d'un côté les communautés sexuelles paraissent évoluer dans un espace libre et dénué de domination masculine, notamment du fait de leur présence majoritaire dans les interactions et d'un autre côté on peut sentir une forme d'inversion du rapport de force lié à la connaissance de l'astrologie. Les comp astrologiques sont des espaces féminins, car ces communautés ont en commun et des connaissances liées à l'astrologie.

On peut également introduire à cette analyse la notion d'identité personnelle. En effet, Raymond Boudon dans son ouvrage La logique du social insiste sur le caractère réciproque des liens existant entre un individu et l'environnement dans lequel il évolue. Par l'entremise des concepts de processus « reproductif », « cumulatif » et « transformatif », il explique la façon dont les actions et les croyances des acteurs façonnent les structures d'interaction, et la manière dont, en retour, ces dernières influent sur leurs actions et croyances. On peut en déduire dans le cas de l'astrologie qu'un environnement tel qu'Instagram facilite la reconnaissance d'une identité commune notamment pour les communautés sexuelles. L'omniprésence du discours astrologique sur le web et dans les espaces médiatiques de nos sociétés contemporaines influence et renforce la croyance pour toutes les communautés et les utilisateurs, mais principalement les communautés sexuelles et de genre.

3. Le discours astrologique destiné aux communautés sexuelles, un processus d'auto-étiquetage ?

Comme évoqué précédemment, le discours astrologique semble produit par et pour des communautés sexuelles, notamment sur Instagram. Néanmoins, il peut être intéressant d'évoquer un potentiel processus d'auto-étiquetage dans celui de l'affiliation entre les communautés sexuelles et l'astrologie sur les réseaux sociaux numériques (RSN). Il s'agit d'abord de définir la notion d'étiquetage en elle-même. Selon Erwin Goffman, l'étiquette « qualifie, identifie, tout le groupe comme un individu, le plus souvent de façon négative »²⁹.

Cependant, « certains membres de ces minorités “stéréotypées” font valoir leur singularité, que les “autres” dénoncent, en vue de cohésion et de solidarité autour de cette identité singulière de façon positive et revendicative (black power, la fierté noire, la race etc) ». ³⁰ Selon cette théorie, on peut retrouver une forme de réappropriation d'un stéréotype par les communautés opprimées et visées pour en faire une sorte de singularité : c'est ce qu'on appelle l'auto-étiquetage ou « retournement de stigmaté » selon Goffman. On pourrait ainsi faire le même parallèle entre l'astrologie et les communautés sexuelles : elles s'auto-étiquettent comme visées et porteuses du discours astrologique en opposition aux savoirs et aux stéréotypes imposés par les groupes dominants. Ce serait donc via ces regroupements, la création d'une communauté autour du discours astrologique et la centralisation des savoirs astrologiques que serait permis un processus d'identification mais aussi une tentative d'opposition à un rapport de force institué par les autres communautés dominantes.

Ainsi dans une dernière partie nous allons voir en quoi ces communautés spécifiques et principalement les communautés sexuelles, s'établissent et se constituent autour du discours astrologique sur Instagram, développant une forme de tension entre une réappropriation militante et un principe de viralité et d'hyper-circulation du discours.

²⁹ LACAZE Lionel. (2008). La théorie de l'étiquetage modifiée, ou l' « analyse stigmatique » revisitée. *Nouvelle revue de psychosociologie*.

³⁰Ibid.

C) Les communautés sexuelles se regroupent autour du discours astrologique : entre féminisme et féminité

1. La proximité socio-historique entre féminisme et notions ésotériques

Il est nécessaire d'énoncer que les notions ésotériques, mais également l'astrologie possèdent une proximité socio-historique avec les communautés sexuelles, voire dans une certaine perspective avec le féminisme.

De fait, on sait que les horoscopes ont trouvé une place de choix dès les années 1950 dans la presse féminine. Barthes énonce dans Mythologies en quoi les horoscopes issus des magazines féminins comme ELLE ne sont d'ailleurs qu'une propagation nouvelle du « mythe petit bourgeois » et en quoi ils s'adressent à une certaine catégorie de femmes moins pour prédire leur avenir que pour les conforter dans leur quotidien. En effet, il retrouve dans ces horoscopes des signes textuels relatifs à la réalité plus qu'à l'imaginaire : « Les astres ne connaissent rien d'autre qu'un emploi du temps : *Au-dehors*, c'est l'horaire professionnel (...) *Chez vous*, c'est le repas du soir, le bout de soirée avant de se coucher. *Votre cœur* c'est le rendez-vous à la sortie du travail »³¹. Il démontre dans ce chapitre donc, l'utilité de l'astrologie pour les lectrices du ELLE en tant que miroir et affirmation de leur réalité : « on n'y trouve nul monde onirique mais plutôt une description étroitement réaliste d'un milieu social précis, celui des lectrices du journal »³².

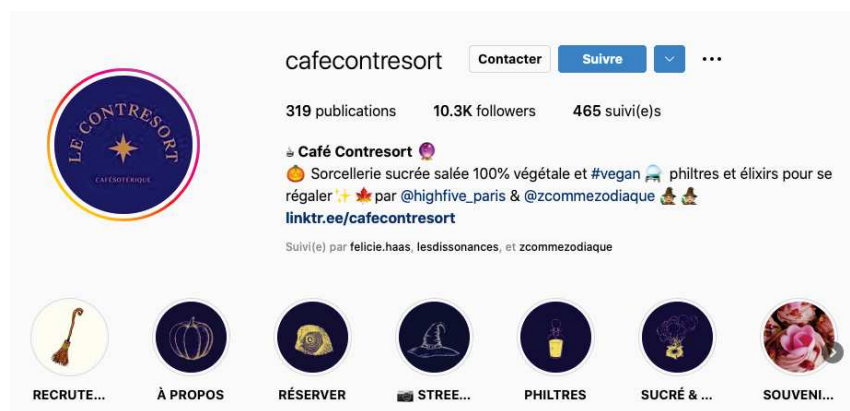
Mona Chollet retrace également dans son ouvrage Sorcières, la puissance invaincue des femmes, le chemin des pratiques ésotériques au sein des communautés de femmes et notamment à travers la notion de sorcières. Dès son apparition dans l'Histoire, la figure de la sorcière a été marginalisée, car perçue comme figure de l'indépendance féminine face à au patriarcat : « Les représentations des sorcières qui ont traversé les époques ont à la fois traduit et amplifié les préjugés à l'égard des femmes (...) Ces images négatives continuent à produire au mieux, de la censure ou de l'autocensure, des empêchements ; au pire, de l'hostilité, voire de la violence ». Elle explique que ces affiliations entre indépendatisme de la femme et sorcellerie/pratiques ésotériques ont traversé les époques. La sociologue retrace ainsi la relative réappropriation de cette figure de sorcière par les féministes dès les années 1960, et notamment avec l'ensemble de groupes féminins tels que WITCH - sorcière en anglais - qui

³¹ BARTHES Roland. (1957). *Mythologies*. Seuil.

³² Ibid.

énonce des propos de ce type : « Inutile d’adhérer à WITCH. Si vous êtes une femme et que vous osez regarder à l’intérieur de vous-mêmes, alors vous êtes une sorcière »³³.

A la lumière de ces deux exemples, on peut ainsi évoquer une forme de lien intrinsèque et historique entre les femmes, le militantisme féministe et les pratiques ésotériques ainsi que l’astrologie. De même, on retrouve aujourd’hui une forte émergence de regroupement de minorités sexuelles autour de la notion de sorcières et des pratiques comme le tarot, etc. A titre d’exemple, Mathilde Fachan a récemment créé le « Café Contresort » dont le compte Instagram est déjà suivi par 10.3k personnes et qui utilise ce concept de sorcière et de sorcellerie en offrant l’opportunité à ces femmes de se réunir dans un lieu spécifique, comme une sorte de « safe space » hors de l’espace virtuel.



2. Le discours astrologique : des signes similaires au discours produit par les minorités sexuelles

Premièrement, on retrouve dans le discours astrologique l’expression de destinataires privilégiés : les communautés sexuelles. Nous avons pu voir également que cela est lié à un mécanisme double et qui s’auto-alimente : ce sont principalement des individus qui se perçoivent comme appartenant au genre féminin qui suivent et interagissent avec les comptes astrologiques et inversement ces comptes s’adressent à ces minorités, cela est observable dans leurs signes discursif et visuel.

On observe ainsi des similitudes entre le discours adressé à ses minorités par d’autres comptes et le discours astrologique : notamment un discours sous-jacent d’indépendantisation de la femme, mais aussi dans la prégnance de la notion de « safe space » et de « self-care ». Ce discours peut en effet se retrouver dans certains comptes qui regroupent les minorités sexuelles autour d’un discours dit-féministe.

³³ Manifeste de WITCH (Women’s International Terrorist Conspiracy of The Hill). (1968). New York.

Au sein des posts de Womoon et de SistersAstro j'ai pu observer de nombreux éléments qui se rapprochaient de ce discours : d'abord via la notion de « self-care ». En effet, l'astrologie comme nous l'avons défini plus haut est une sorte de langage pour mieux se connaître et peut être affilié à la notion de bien-être, de développement personnel comme on le retrouve au sein du compte @womoon.fr qui mêle *posts* astrologiques et *posts* sur le yoga, les rituels et les oracles. Rappelons également que la légende du compte est « la marque pour enfin prendre soin de soi » qui est presque mot pour mot la définition française du « self-care ». Cependant, il semblerait que la notion de « self-care » ait aussi intégré depuis plusieurs années la sphère et le discours féministe, s'extrayant ainsi de l'unique sphère du bien-être. Comme le souligne Sophie Chartier dans le média québécois La Gazette des femmes : « Pour les féministes, qui doivent constamment se défendre contre les propos misogynes, faire l'éducation à l'égalité ou être à l'écoute lorsque des consœurs vivent des drames, le fait de prendre une pause devient revendicateur »³⁴. Ainsi, prendre du temps pour soi, dans un monde où « les femmes sont traditionnellement celles qui s'occupent des autres »³⁵, revêt d'une sorte de signification plus profonde voire engagée. On peut en déduire que prendre soin de soi signifie intrinsèquement, ne plus prendre soin des autres pendant un temps et ainsi sortir des normes patriarcales qui régissent la société. On retrouve donc ce genre de notions qui mêlent féminisme et *self-care* dans le discours astrologique diffusé par certains comptes Instagram tels que @womoon.fr (voir capture d'écran ci-dessous).



³⁴ La Gazette des femmes. CHARTIER Sophie. (2017, 26 mai). *Le self-care : une nouvelle injonction?* Consulté le 5 août 2022.

³⁵ Ibid.

En effet, si on prend l'exemple de ce post, on peut y avoir plusieurs signes et éléments discursifs rattachés aux trois éléments que sont l'astrologie, le *self-care* et la mise en avant d'une forme d'indépendantisation de la femme. Premièrement, on retrouve des signes et un champ lexical lié à l'astrologie : un emoji « boule de cristal », mais aussi le mot « guidance astrologique » ou encore « météo des énergies astrales ». On retrouve la notion de *self-care* dans l'image du post : une femme masse une autre femme, cette dernière semble vivre un moment de bien-être, ses yeux sont fermés. De plus, le post évoque la méditation, une pratique souvent reliée au bien-être et au développement personnel. Enfin, il est intéressant de voir qu'au sein de ce post qui informe du prochain *live* du compte, se tisse un discours qu'on peut qualifier de féministe du moins qui prône une forme d'empouvoirement féminin : on retrouve des appellations comme « femme souveraine », « puissante » et « rayonnante ». Certains comptes astrologiques construisent donc leur discours autour de ces différentes notions favorisant ainsi un principe de communauté rassemblant principalement des femmes. On retrouve ici des similitudes entre les discours féministes ou adressés aux individus qui font l'expérience du sexe en tant que classe, et le discours de ces comptes. La notion de *self-care* dont l'imaginaire semble rattaché au fait pour les femmes de prendre soin de soi, vis à vis des différentes charges mentales qu'elles subissent - du moins qui est repris comme tel dans les sphères féministes - est donc également repris dans la sphère astrologique et dans des comptes qui s'adressent à ces communautés.

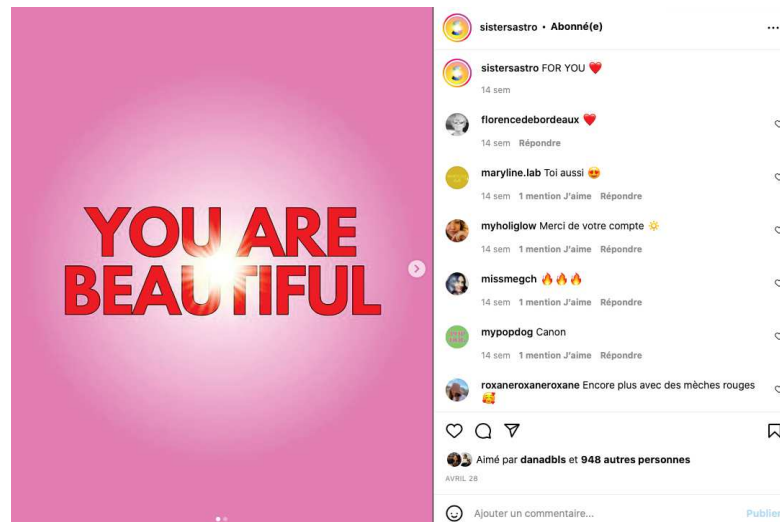
Une autre similitude qu'on retrouve dans le discours des comptes prônant une forme d'indépendantisation de la femme, et au sein des comptes d'astrologie c'est l'utilisation du principe de « *self-love* » - amour propre en français. Cependant, il me paraît important de notifier que cette notion (comme celle de *self-care*) est perçue comme rattachés au discours féministe dans les médias mais que ce ne sont que des imaginaires et des signes d'un discours spécifique rattaché notamment au réseaux socio-numériques. Ces affiliations n'ont pas été théorisées par les auteurs et autrices féministes. De fait, le *self-love* est une sorte de tendance à prôner l'amour de soi et de son corps et est également utilisé principalement par les minorités sexuelles qui subissent des violences morales et physiques liées à leurs corps et exercées par les groupes dominants. Le *self-love* semble aussi s'ériger en tant que résistance au culte de la minceur établi dans nos sociétés patriarcales. Ainsi, on retrouve ce type d'association entre féminisme et *self-love* dans des articles de magazines féminins par exemple de la manière suivante : « Résister au contrôle des corps, et aux diverses formes de

body shaming, c'est un combat féministe »³⁶. De même que dans ce discours adressée aux femmes, l'on retrouve cette notion de *self-love* et d'empouvoirement qui peut faire penser à un discours féministe. On la retrouve également sur Instagram dans des comptes comme @aufeminin et au sein des comptes astrologiques comme Sisters Astro. @Aufeminin est un compte Instagram qui diffuse et repartage des vidéos ou contenus qui ont trait aux luttes contre les inégalités ou plus largement aux différents éléments qui composent la vie d'une femme au quotidien. Au sein de la biographie du compte on retrouve tout de même un élément qui institue une forme de positionnement féministe avec l'expression « l'égalité se construit au quotidien ». Cependant c'est un compte qui semble se positionner plutôt du côté du lifestyle et du divertissement que d'une réelle lutte sociale et de fait le contenu que diffuse le compte semble parfois moins importer que la forme : le *feed* est homogène coloré et allie des vidéos, des *posts* imagés et du texte, on y observe une certaine esthétique. Néanmoins ce compte relaie des informations et du contenu portés sur l'égalité homme-femme et sur l'empouvoirement de la femme. Ainsi, on y retrouve des notions de « self-love » et de « body positive » (voir capture d'écran ci-dessous). Si on observe les # sous le post on retrouve différents éléments liés aux notions évoqués précédemment dont le #selflove mais aussi #bodypositive et #selfacceptance.



De même, on retrouve ces éléments discursifs au sein du compte Sisters Astro autour des posts à portée astrologique (voir captures d'écran ci-dessous).

³⁶ Terra Femina. VOLFSON Olga. (2015, 9 octobre). *Pourquoi apprendre à aimer son corps est un acte féministe*. Consulté le 6 août 2022.



Le *feed* de Sisters Astro étant ponctué de messages prônant l'amour-propre mêlé à du contenu astrologique, on peut en déduire que ce sont deux discours qui sont complémentaires pour satisfaire leur cible d'abonnés plutôt féminines voire féministes.

Enfin, au sein des comptes qui diffusent un discours astrologique tout comme au sein de ceux qui diffusent un discours uniquement accès sur le féminisme et l'empouvoirement féminin, on retrouve la volonté de créer un espace sûr et de liberté de parole pour les femmes, de « safe-space ». Cette notion peut se définir comme suit : « un endroit permettant aux personnes habituellement marginalisées, à cause d'une ou plusieurs appartenances à certains groupes sociaux, de se réunir afin de communiquer autour de leurs expériences de marginalisation »³⁷. De même, la chercheuse Rachel Kenney Moira énonce que cette notion de *safe-space* « implique un certain permis de parler et d'agir librement, représente une force collective (...) et pas seulement un espace physique, mais aussi un espace créé par la rencontre de femmes à la recherche d'une communauté »³⁸. On retrouve ici bel et bien les caractéristiques des comptes Instagram que j'ai cité précédemment : ils s'érigent en espace de liberté d'expression plus particulièrement pour des minorités opprimées comme les minorités sexuelles et participent à la création de communauté. Ce sont des dynamiques que l'on retrouve à la fois dans les comptes comme Sisters Astro ou Womoon que dans des comptes qui évoquent des sujets sociétaux et féminins plus larges comme Auféminin.

Ainsi dans le discours astrologique, on retrouve des similitudes avec une forme de féminisme via la volonté d'unifier un espace autour de luttes et de valeurs communes. C'est d'ailleurs comme cela que Maëva Ballon et Flaz Torres définissent ce qu'est être féministe dans leur article paru en 2021 : « Être féministe c'est aussi dire "nous" au lieu de "je", sans

³⁷ Source : Wikipédia

³⁸ KENNEY MOIRA Rachel. (2001). Mapping Gay L.A. : The Intersection of Place and Politics.

gommer nos identités particulières (...) C'est mettre au cœur de nos actions la sororité comme arme de déstabilisation du positionnement familial et patriarcal. C'est prendre du plaisir dans notre militantisme en construisant ensemble de la chaleur et de la joie, comme autant de moments de résistance face à nos souffrances quotidiennes »³⁹.

On retrouve dans le discours astrologique cette notion de « nous » (par exemple avec l'appellation les « Womoon » instituée par le compte Instagram éponyme) mais aussi une forme d'identification via le signe astrologique et la connaissance de l'astrologie comme savoir commun. On retrouve également la notion de « gommer les identités particulières » puisque les communautés sexuelles, quelle que soit leur identité particulière peuvent se retrouver dans le discours des comptes astrologiques : soit par la description d'un signe astrologique soit par les discours de liberté, les messages de *self-love*... Les comptes astrologiques viendraient faire office dans le cadre du féminisme d'espace de reconnaissance commune entre personnes faisant l'expérience de la construction du genre féminin : via les *mèmes* ou via des *posts* autour du bien-être, du rituel et des conseils. De plus, une notion intéressante introduite par les deux chercheuses est celle de la sororité que l'on a déjà évoqué précédemment et que l'on retrouve dans le nom-même du compte Sisters Astro et dans la biographie de Womoon « communauté de soeurcières ». Enfin la notion de « chaleur » et de « joie » qui sont évoqués dans la citation précédente se retrouvent dans ces comptes notamment dans l'aspect coloré des *feeds* Instagram notamment celui de Sisters Astro (voir capture d'écran ci-dessous). Cette chaleur visuelle vient se mêler à des textes relativement longs et plutôt sérieux qui s'ancrent dans un discours d'émancipation et de quête de soi et qui semblent adressé à des personnes issues du genre féminin.



³⁹ BALLON, Maeva, & TORRES, Flaz. (2021). Les archives, un outil dans la construction d'un rapport de force féministe : l'exemple d'un groupe féministe et syndical. GLAD!, 11.

On observe donc des éléments discursifs, des signes et des imaginaires collectifs assez similaires entre l'astrologie et le féminisme, qui peut nous permettre d'évoquer un lien étroit entre ces deux notions notamment sur les réseaux sociaux. De fait, nous allons voir dans une dernière partie, en quoi la proximité entre ces deux notions semble renforcée et facilitée par les RSN.

3. Un espace privilégié pour un discours codifié : les réseaux socionumériques (RSN)

Avec l'arrivée du web 2.0 et des réseaux sociaux, de nombreuses pratiques ont connu un réel bouleversement, c'est en ce sens qu'on peut également parler de remédiation de l'astrologie dont on retrouvait auparavant le discours dans la presse et les médias traditionnels. L'arrivée des réseaux sociaux a multiplié les espaces de parole mais aussi les détenteurs de cette parole : chaque individu sur Internet peut se prétendre comme appartenant à telle ou telle communauté, ou porter telle ou telle connaissance via son propre espace personnel (son compte sur les réseaux sociaux). De même, on retrouve dans le web 2.0 un foyer et un espace privilégié pour l'expression et la diffusion d'idées féministes et de pratiques astrologiques. Le web 2.0 est une notion inventée par Darcy di Nucci en 1999, puis diffusée en 2004 par Tim O'Reilly. Elle exprime le passage d'une communication verticale, propre aux médias traditionnels, à une communication horizontale, permise par les réseaux sociaux.

Ainsi, au sujet du développement des idées féministes sur les réseaux sociaux voici ce que Diane Milelli, ancienne étudiante du CELSA énonce dans son mémoire à propos du « cyber-féminisme » : « Par son aspect interactif, le “web 2.0”, déplace les frontières du militantisme en offrant de nouveaux outils pour faire entendre sa voix, (...) »⁴⁰. Elle explique également que ce sont des espaces qui favorisent une légitimité des femmes parce qu'elles sont femmes de s'exprimer sur des sujets féminins, dans un processus d'auto-attribution. On peut ici faire le même parallèle avec l'astrologie. Les femmes parce qu'elles se reconnaissent en tant que minorités sexuelles, se sentent légitimes à s'exprimer et se positionner en tant que prescriptrices du discours astrologique sur les réseaux sociaux. Elles ont également le pouvoir de choisir la manière de le diffuser : de manière spécifique et détaillée ou via des codes

⁴⁰ MILELLI Diane. (2019). *Les nouvelles formes de militantisme féministe : le cyberféminisme sur Instagram dans l'ère post #MeToo*. Dumas

humoristiques comme les *mèmes*, tous ces éléments circulent et construisent des communautés, favorisent le partage de valeurs communes.

Enfin, l'astrologie étant une pratique qui possède de nombreux codes visuels et un imaginaire de signes plutôt riche, il peut sembler qu'Instagram soit l'espace privilégié de sa circulation tant il permet l'exposition et la diffusion de ces codes. On le voit par exemple avec l'utilisation des émojis qui favorisent l'imaginaire astrologique comme la boule de cristal, ceux des signes astrologiques ou encore les étoiles. Certains comptes mettent visuellement en avant ces codes pour favoriser la circulation des posts. (voir capture d'écran ci-dessous extraite d'un post de Sisters Astro). Ici on voit un à la fois le signe du Cancer qui s'affiche en second plan devant l'image, ainsi que l'annonce du nouvelle lune sous ce signe « Cancer New Moon » introduite par une police plutôt esthétisée, rappelant l'univers astrologique et ésotérique.



L'astrologie profite d'une viralité et d'un processus d'identification fort, favorisé par les outils numériques et les codes de réappropriation notamment par des communautés virtuelles spécifiques. Sur Instagram, on retrouve donc facilement des typologies d'individus qui apprécient s'auto-étiqueter comme appartenant à la communauté astrologique (via par exemple le partage en story d'un *post* ou d'une information relatives à leur signe astrologique). Cependant on observe également un processus et des dynamiques internes à ces communautés. En effet, la parole y semble principalement portée par et pour les communautés sexuelles dans un objectif de réappropriation de la sphère astrologique afin de créer des *safe-space*.

Cependant, au sein d'Instagram s'institue une réelle tension vis-à-vis du discours astrologique qui s'y profile. On observe l'apparition d'enjeux et de rapports de forces spécifiques : à la fois une réappropriation militante clairement affirmée, l'expression d'une nouvelle forme de féminisme via la création de communautés sexuelles autour du concept astrologique, mais également des discours relativement stéréotypés. La plateforme est traditionnellement considérée comme un espace d'exposition de soi à travers la publication d'éléments sur son profil. On parle souvent d'Instagram comme du « réseau de l'image », et «

réseau de la superficialité »⁴¹. En ce sens, on peut se demander si le discours astrologique qui vient se loger au sein de la plateforme tendrait également à devenir superficiel. On a donc dans cet objet d'étude une tension entre un savoir précis qui permet de partager des valeurs communes mais aussi une injonction à une forme d'hyper-circulation et de viralité liée à des images et des textes qui facilitent l'identification et l'interaction (abonnement et likes). Ainsi, j'observerai dans ma deuxième partie en quoi ces éléments stéréotypés sont potentiellement la conséquence d'une forme de remédiation de l'astrologie issue des magazines féminins qui a longtemps été perçue comme une pratique superficielle, notamment dans le cas des horoscopes. Nous verrons également que l'astrologie reste un sujet de dépolitisation marqué par des discours perçus comme féministes comme j'ai pu l'évoquer plus haut. Et de fait, comme l'énonce Camille Frouin : « L'astrologie est devenue un instrument de lutte sociale et identitaire et un lieu privilégié d'inclusivité et de combats d'ordre socio-politique »⁴².

2ème partie - Le discours astrologique, un objet de dépolitisation pour les communautés sexuelles et féministes : entre marginalisation et stéréotypisation

Dans cette seconde partie, je vais illustrer la tension que j'ai pu observer lors de mon analyse de corpus entre une certaine marginalisation intrinsèque à la création du discours astrologique et au regroupement de communautés opprimées, et entre un aspect stéréotypé de ce discours. J'aimerais observer en quoi le fait de se constituer en communauté vient à exclure le reste des groupes sociaux et en quoi avoir des codes marqués engendre une tension entre expression de son unicité et marginalisation.

A) Le discours astrologique : entre réappropriation et dépolitisation par les communautés sexuelles et féministes

1. Un discours réapproprié

L'astrologie sur Instagram suscite des processus d'auto-identification et rassemble des communautés virtuelles autour d'une croyance à la fois circulante et unificatrice. Elle prend ainsi plusieurs formes : les *mèmes*, des *posts* explicatifs sur les mouvements des planètes, des

⁴¹ MILELLI Diane. (2019). *Les nouvelles formes de militantisme féministe : le cyberféminisme sur Instagram dans l'ère post #MeToo*. Dumas.

⁴² FROUIN Camille. (2020). *L'astrologie et les médias digitaux : nouvelles médiations de la pratique astrologique*. Sciences de l'information et de la communication.

posts descriptifs et imagés sur les caractéristiques d'un signe, sur ces compatibilités... L'astrologie parce qu'elle a cet aspect circulant et populaire est diffusée sous toutes ces formes sur Instagram, cependant comme nous avons pu l'observer précédemment, la mise en image et en discours de l'astrologie semble créée par et pour les communautés sexuelles. Ainsi, après avoir étudié les similitudes entre les discours astrologiques et ceux de l'empouvoirement féminin, je vais à présent observer ce que cela implique.

Premièrement, le discours astrologique semble faire l'objet d'un processus de réappropriation par les femmes et les sphères féministes. En effet, ces communautés semblent s'auto-identifier comme porteuses du discours astrologique comme par essence et potentiellement pour des raisons socio-historiques que j'ai évoqué plus haut. Assimiler un discours astrologique à un discours féministe semble sur Instagram un phénomène relativement récurrent et qui semble presque établi. De fait, le compte de Sisters Astro par exemple, ne semble pas avoir besoin de se justifier sur l'emploi du pronom « she » dans ces posts récapitulatifs sur les saisons des signes. En effet, dans le post étudié, comme dans les autres on retrouve des phrases telles que « L'art d'être fière de qui elle est » ou encore en anglais « maybe she's a secret member of a mafia group » (voir Annexe 3). Les posts utilisent de manière systématique des pronoms féminins, on peut donc penser qu'ils s'adressent principalement aux femmes sans perspective d'inclusivité. La fondatrice du compte est d'ailleurs une femme (Jenny Finkelstein) et les créatrices de comptes astrologiques sont souvent des personnes appartenant au genre féminin, la cible d'abonnés est elle aussi relativement féminine. Néanmoins, alors que certains comptes comme @glossy_zodiac ou @notallgeminis diffusent un discours astrologique principalement basé sur les *mèmes* et misent sur la viralité, certains comptes portent un discours plus spécifique qui mêle une forme d'expression de luttes et d'idées féministes avec l'astrologie.

En effet, comme j'ai pu l'étudier plus haut, les concepts ésotériques, les horoscopes et l'astrologie sont plus aisément rattachés aux communautés sexuelles. Inversement il semblerait que celles-ci se réapproprient le discours astrologique pour diffuser des idées féministes et rappeler les différentes luttes sociales auxquelles font face ces minorités. Cela passe notamment par un processus d'identification personnelle de ces individus dans ces rapports sociaux. Ainsi, comme l'énonce Razmig Keucheyan dans son ouvrage Identité personnelle et logique du social, « le fait pour un individu de se trouver dans un système d'interaction lui confère certaines propriétés. Celles-ci ne sont pas intrinsèques, puisqu'une personne isolée ne pourrait les détenir. Cela permet d'interagir socialement avec autrui

appartenant à cette communauté »⁴³. On peut en déduire que le fait d'appartenir aux communautés sexuelles permet une forme d'intégration dans les communautés astrologiques qui y sont liées et une forme de légitimité à y exprimer un discours spécifique et engagé. On pourrait également supposer que le fait d'intégrer le discours astrologique représente une manière d'intégrer plus facilement les communautés sexuelles tout en instituant ce double discours à la fois d'empouvoirement et de pratiques astrologiques.

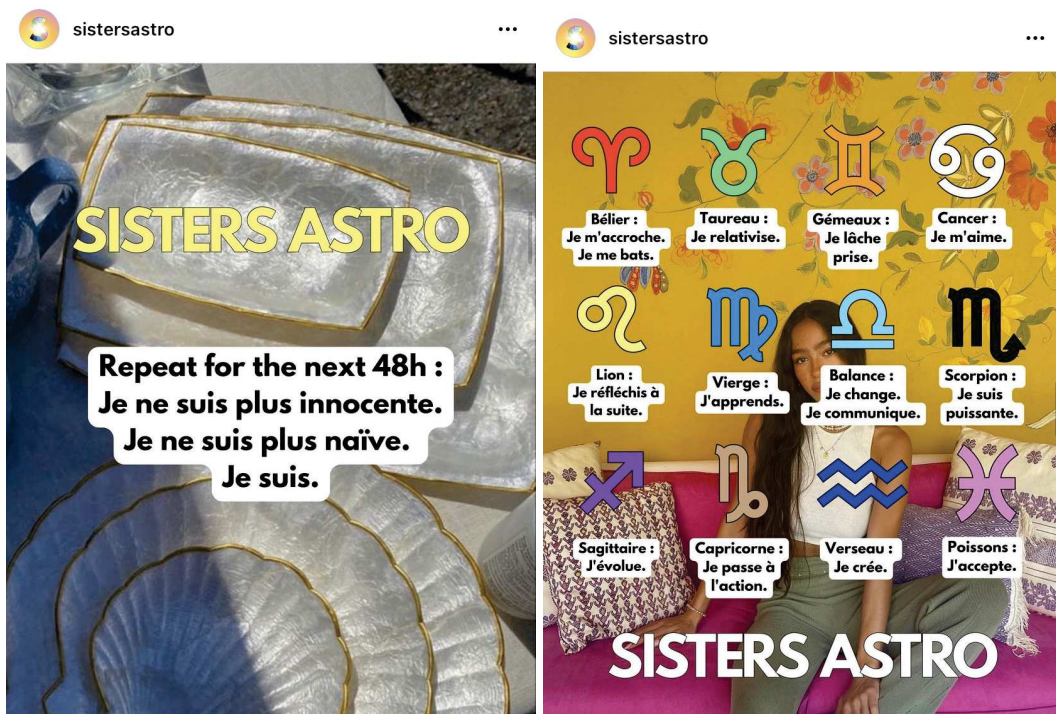
Démontrer des signes d'appartenance via un concept astrologique faciliterait un certain type d'interactions sociales via un concept perçu à la fois comme circulant et via un processus puissant d'identification. On pourrait même penser que l'astrologie, par sa circulation, par son accessibilité, par sa popularité est le terrain privilégié pour diffuser d'autres messages plus engagés et politiques. Comme évoqué plus haut, le fait que les comptes astrologiques s'érigent en *safe space* et autour du concept de communautés favorisent des actions sociales (comme les expressions d'empouvoirement au sein d'un discours) car comme le définit Max Weber : « Une action est considérée comme sociale lorsque son sens subjectif découle de l'influence qu'exercent sur elle les comportements d'autres individus »⁴⁴. On pourrait alors émettre l'hypothèse que l'action d'influence via la transmission d'un discours astrologique, est caractérisée comme une action sociale qui plus est engagée car elle y mêle astrologie et féminisme. C'est en ce sens que l'on peut dire que des comptes comme Womoon ou encore SistersAstro se réapproprient le discours astrologique pour y diffuser des notions plutôt féministes ou favorisant une forme d'empouvoirement féminin : le compte et la boutique en ligne de Womoon se positionne en tant que « communauté de soeurcières » nous rappelant le concept de sororité intrinsèquement relié à celui de féministe - dans le sens d'une communautarisation pour faire bloc face aux instances dominantes. On retrouve donc dans la biographie de @womoon.fr l'appellation « communauté de soeurcières », dont le mot « soeurcières » peut évoquer l'imaginaire de la sorcière, figure imaginaire féminine et emblématique de la lutte pour l'indépendance et de l'oppression masculine. Comme le précise Mona Chollet « la sorcière est à la fois la victime absolue, celle pour qui on réclame justice, et la rebelle obstinée, insaisissable »⁴⁵. Ainsi, assimiler le discours astrologique (pour Womoon via des récapitulatifs sur les mouvements des planètes et des conseils à appliquer) à des éléments discursifs féministes comme le terme « soeurcières » revêt d'une forme de réappropriation et de réinvestissement de ce discours

⁴³ MOLINA-LUQUE Fidel. (2002). Entre l'identité et l'identification : un problème complexe de la recherche sociologique dans le domaine de l'interculturalité. *Sociétés*.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ CHOLLET Mona. (2018). *Sorcières : La puissance invaincue des femmes*. La Découverte.

astrologique. On retrouve également des signes discursifs relatifs à l'empouvoirement féminin au sein du compte Sisters Astro bien que d'une façon plus édulcorée. A titre d'exemple pour ce compte, au sein du post du 30 mai relatif à la nouvelle lune, on retrouve l'injonction suivante pour le signe Scorpion (qui semble être une affirmation positive) : « Je suis puissante » énoncée au féminin. De même sur la dernière image du post du 28 juillet de @sistersastro on retrouve de nouvelles affirmations qui concernent à présent les femmes Lion « Je ne suis plus innocente. Je ne suis plus naïve. Je suis. » (voir les captures d'écran ci-dessous). On retrouve donc ici comme un imaginaire de réaffirmation de la puissance de la femme à travers des justifications astrologiques.



Les femmes paraissent donc plus légitimes à produire et recevoir le discours astrologique : comme on l'a vu cela est notamment dû à un processus d'auto-étiquetage mais aussi à un discours ciblé et réapproprié par les communautés sexuelles. Ainsi à travers ce discours, s'initient d'autres éléments discursifs liés à la sphère féministe et à l'empouvoirement, les comptes Instagram énoncés étant perçus comme des espaces de liberté d'expression. Cependant, on peut retrouver au sein de ce discours sous-jacent un processus de dépolitisation marqué.

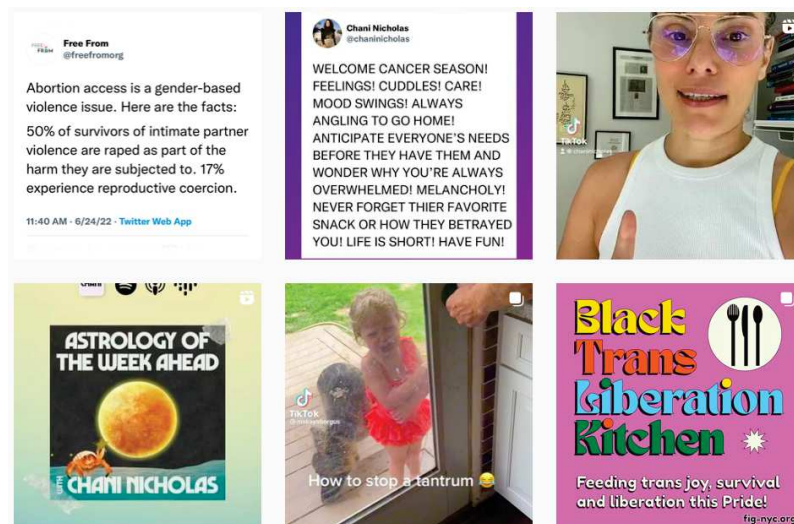
2. Un discours dépolitisé

Les processus de politisation ou de dépolitisation traduisent d'une lutte pour l'acquisition ou la conservation de positions de pouvoir politique. Ainsi le militantisme des communautés féministes et de genre viendrait s'immiscer au sein du discours astrologique afin d'asseoir un certain pouvoir et une influence via un objet qu'ils se réapproprient et qu'ils maîtrisent. De plus, l'astrologie est un objet qui n'appartient pas à une forme de politisation traditionnelle. Barthes lorsqu'il évoque le mythe en tant que parole dépolitisée, définit ce terme comme suit : « Il faut naturellement entendre : *politique* au sens profond, comme ensemble des rapports humains dans leur structure réelle, sociale, dans leur pouvoir de fabrication du monde ; il faut surtout donner une valeur active au suffixe *dé* : il représente ici un mouvement opératoire, il actualise sans cesse une défection »⁴⁶. Le discours astrologique qui circule semble ainsi sujet à une dépolitisation en ce sens qu'il introduit une forme de connivence avec le discours féministe. Le discours astrologique semble ainsi intrinsèquement, ou de fait assimilé à un discours qui revêt l'expression des luttes sociales et de l'empouvoirement féminin. Les comptes astrologiques ont ainsi une forme de liberté de diffusion d'idées politiques comme « allant de soi » au sein du discours astrologique, permettant une diffusion à la fois massive et sous-jacente d'idées politiques. On peut même en déduire que cela permet aux communautés sexuelles l'exercice d'une sorte de *soft power*, un militantisme presque masqué via la réappropriation du discours astrologique.

De même, lorsque Barthes évoque le mythe comme une parole dépolitisée il l'évoque en ce sens « qu'il purifie les choses, les innocente, les fonde en nature et en éternité, il leur donne une clarté qui n'est pas celle de l'explication, mais celle du constat »⁴⁷. De même pour l'astrologie et le féminisme, les deux discours s'entremêlent sur les comptes Instagram sans en expliquer les fondements, comme une affiliation logique et puisant sa source dans des réalités explicatives et rationnelles. Ainsi, on retrouve également des comptes comme celui de Chani Nicholas, qui mêle sans apparente justification, des posts expressément féministes et politiques et des posts astrologiques (voir captures d'écran ci-dessous). Il semble donc difficile de délier le discours politique de celui de l'astrologie au sein de certains comptes, mais le concept même de « safe space » possède cette notion politique en ce sens qu'elle rassemble un certain type de communauté, en excluant d'autres.

⁴⁶ BARTHES Roland. (1957). *Mythologies*. Seuil.

⁴⁷ Ibid.



De plus, on peut même évoquer le fait que l’astrologie par essence est politique en ce sens qu’elle crée un discours, une idéologie et des croyances. Dépolitiser le discours astrologique sur Instagram c’est donc pour les communautés sexuelles offrir un espace privilégié à des expressions de luttes contre les inégalités mais surtout à une forme d’empouvoirement féminin à travers un champ lexical de la puissance féminine. Certains comptes puisent leur essence dans une forme d’association entre *safe-space* et astrologie comme on peut le voir fréquemment dans les noms des comptes, comme une identité discursive : on le retrouve dans Womoon, que j’ai analysé précédemment mais également dans d’autres comptes comme @astrologouine qui mélange le mot astrologie et le mot « gouine », expression familière pour désigner les femmes homo-sexuelles (voir capture d’écran ci-dessous). On voit ici une affiliation directe entre une identité sexuelle affirmée et représentative d’une minorité et la pratique astrologique. Le compte possède pas moins de 25,4k d’abonnés ce qui témoigne de son relatif succès et de son influence sur la plateforme. Même si ce succès ne tient pas uniquement au nom du compte, on peut trouver dans cette appellation “astrologouine” un message clair : le fait d’afficher clairement son orientation sexuelle permet de faciliter l’engagement de ces communautés et d’y diffuser un discours dépolitisé.

Pour conclure, sur le processus de dépolitisation, j’évoquerai cette expression de Barthes dans l’ouvrage *Mythologies* : « Les hommes ne sont pas avec le mythe dans un rapport de vérité mais d’usage : ils dépolitisent selon leurs besoins »⁴⁸. On peut donc penser ici que les communautés sexuelles ont trouvé nécessaire d’introduire des messages politiques

⁴⁸ BARTHES Roland. (1957). *Mythologies*. Seuil.

de manière édulcorée au sein des comptes astrologiques sur Instagram. Cela semble potentiellement faire sens pour permettre la diffusion de ces idées féministes et d'empouvoirement au sein d'un espace qui semble par essence leur appartenir, que ces communautés semblent pleinement maîtriser. Comme l'énonce la fondatrice du compte @astrologouine dans un post datant du 30 septembre 2020, « L'astrologie est un espace autonome où les règles oppressives n'ont pas leur place » (voir capture d'écran ci-dessous). On peut évoquer une forme d'inversion du rapport de force au sein de ces espaces, et on sent bien le caractère affirmatif voire autoritaire de cette inversion. Ces espaces sont prétendument dominés par des femmes ce qui permet la diffusion rapide et concrète des idées féministes, sous couvert de représentations astrologiques.



3. Un discours excluant ?

En effet, ces différentes suppositions amènent de nouvelles interrogations, de nouvelles tensions : le discours astrologique tant il est réapproprié et dépolitisé n'en devient-il pas excluant ? Ce discours qui s'érige en safe space, par qui et pour qui est-il produit exactement ? Est-ce que par le fait même de se réapproprier l'astrologie et d'y instituer des discours politiques les communautés sexuelles facilitent une forme de marginalisation du discours et de ces mêmes idées ?

J'ai évoqué précédemment en quoi le processus d'auto-étiquetage paraissait fondamental pour l'établissement du discours astrologique diffusé par les communautés sexuelles. Cependant, on peut également voir dans ce processus de création d'étiquettes une forme de marginalisation.

Tout d'abord, dans l'essence même de la pratique astrologique s'initie un processus d'étiquetage entre les croyants et les non-croyants, voire même les sachants et les non-sachants. En effet, du 10 mai au 3 juin 2022 a eu lieu la rétrograde de Mercure introduisant un changement de mouvement de la planète qui, selon les astrologues, influe sur les processus communicationnels des individus. Ce phénomène a été accompagné par de nombreux *posts* humoristiques (voir capture d'écran ci-dessous).



Cependant, ce n'est qu'en faisant partie de la communauté astrologique et en ayant un certain savoir de ce que signifie cette rétrograde que nous pouvons interagir et partager ce contenu, car comme n'importe quel *mème* sa signification est sous-entendue et nécessite des références des connaissances. On retrouve ainsi dans les comptes astrologiques le développement de *private joke* ou comme l'énonce Marion Ink de « plaisanteries d'initiés »⁴⁹ qu'elle conceptualise comme « l'apprentissage jusqu'à la maîtrise d'un cadre, de ses normes et de leurs partages avec les personnes en coprésence »⁵⁰. Ici on pourrait identifier ce même type de dynamique de plaisanteries réservées aux sachants, au sein de l'espace virtuel qu'est Instagram. Les sachants étant principalement représentés par des femmes, et à la lumière de la séparation « eux/nous » on peut évoquer une séparation entre sachants et non-sachants voir une séparation femmes-hommes ou féministes-non-féministes. En établissant un discours réservé aux femmes – rappelons les pronoms *she* ou elle et les adjectifs constamment au féminin chez @sistersastro et les *mèmes* représentant principalement des femmes - , le discours astrologique semble stigmatisé et réservé à ces communautés sexuelles. Cela semble

⁴⁹INK Marion. (2016). Plaisanteries d'initiés. Définition et usages. *Réseaux* 2016 n°3/4

⁵⁰Ibid.

exclure la possibilité d'une intervention masculine dans ces *safe-spaces*. Ce processus de séparation est impliqué dans de nombreuses situations qui font intervenir un contact entre des individus, des catégories et des groupes stigmatisés et non stigmatisés. Néanmoins, comme l'observe Lionel Lacaze : « La stigmatisation est entièrement dépendante du pouvoir social, économique et politique – il faut du pouvoir pour stigmatiser »⁵¹. Les communautés sexuelles, au sein des comptes astrologiques et par une forme de renversement du pouvoir, parviendrait à créer volontairement ou non une forme de stigmatisation des non-sachants et qui plus est potentiellement des hommes blancs et hétérosexuels. Les dominants au sein de ces communautés sont les femmes, mais les femmes pratiquant l'astrologie auquel on affine une forme d'empouvoirement féminin via un processus d'auto-étiquetage. Cette réappropriation et cette dépolitisation du discours astrologique favoriserait donc la création d'étiquettes et de stigmates autour de ces pratiques et de ceux qui les façonnent et les consomment. Ce discours s'érige peu à peu en sujet de luttes sociales : les non-croyants hétérosexuels de sexe masculin ne semblent pas avoir leur place au sein du discours. Le discours astrologique est d'autant plus exclu qu'il en devient parfois très spécifique sur Instagram. Bien loin des *mèmes* et des horoscopes, le compte @astrologiemoderne vient instituer un discours restreint à ceux qui ont des connaissances très précises de l'astrologie : on y parle thème astral, position des planètes et maisons. Néanmoins, le compte est suivi par plus de 85k personnes ce qui montre l'engouement des utilisateurs autour de l'astrologie même lorsqu'elle est plus technique.

Le discours astrologique semble donc produit par et pour les femmes, représentant une forme de *safe space*, lieu d'une forme de liberté d'expression tissant des liens entre féminisme et astrologie. Des communautés féministes et féminines se retrouvent plus particulièrement dans ce discours à travers des codes et une position dominante. Mais cette réappropriation et cette dépolitisation de l'astrologie facilitent des phénomènes d'exclusion intrinsèque des communautés prétendument dominantes au sein nos sociétés patriarcales.

De plus, nous allons voir en quoi codifier ce discours et le « féminiser » crée des dynamiques divergentes voire contradictoires.

⁵¹ LACAZE Lionel. (2008). La théorie de l'étiquetage modifiée, ou l'« analyse stigmatique » revisitée. *Nouvelle revue de psychosociologie*.

B) La codification du discours astrologique crée des dynamiques divergentes au sein des sphères féministes

Le discours astrologique hors de ses processus de réappropriation est par essence codifié en ce sens qu'il nécessite des notions et des connaissances. C'est d'ailleurs ce qui participe à sa circulation et son processus communautaire. J'ai étudié précédemment en quoi ces codes affiliés à des messages et des représentations d'empouvoirement féminin pouvaient apparaître comme excluants. Je vais à présent m'attacher à observer ce qu'implique cette codification au sein même de la sphère féministe.

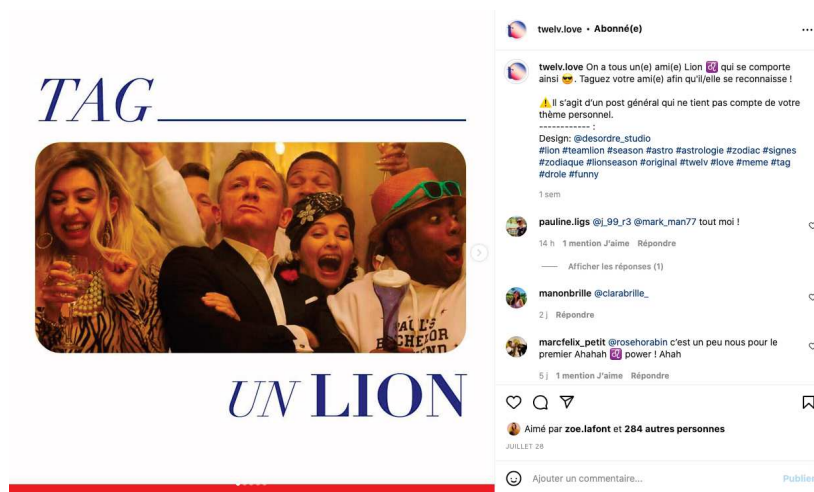
1. La stéréotypisation du discours astrologique un processus médiatique inhérent à la diffusion du discours astrologique

La codification du discours crée une double dynamique. D'une part, elle facilite la reconnaissance de ce discours parmi ceux qui circulent sur Instagram (via les signes, les émojis et le vocabulaire astrologique par exemple). Cependant, il semblerait que le discours astrologique a toujours été codifié via une forme de féminité et de féminisation des codes. De plus, il semblerait qu'une forme d'injonction à vulgariser viendrait renforcer une certaine codification voire une stéréotypisation du discours. En effet, comme le définit Yves Jeanneret la vulgarisation est une « opération de médiation qui permet de transmettre le savoir scientifique au grand public »⁵², on peut affirmer que l'astrologie en ce sens est sujet à ce phénomène renforcé par son essor sur les réseaux socio-numériques. C'est d'ailleurs ce que m'a confié Zoé Lafont, astrologue et créatrice du compte @twelv.love lors de notre entretien : « On est obligé de vulgariser pour toucher le plus grand nombre possible, mais en vulgarisant, on perd quand même toute la complexité et la richesse de ce qu'est l'astrologie ». Néanmoins, Zoé affirme elle-même suivre des comptes qui semblent créer des sortes de codes et de stéréotypes autour de l'astrologie (je détaillerais plus tard en quoi nous pouvons émettre cette hypothèse). En effet, lorsque je lui ai évoqué le compte Sisters Astro, l'astrologue et psychologue m'a affirmé la chose suivante : « J'essaie de les suivre, la Community Manager m'en a parlé »⁵³. Cela montre bien que les enjeux sur Instagram sont bien ceux d'une forme de visibilité et de circulation, incitant à reprendre certains codes et à tendre vers une forme de vulgarisation. Ainsi, on retrouve dans les derniers posts du compte

⁵² FROUIN Camille. (2020). *L'astrologie et les médias digitaux : nouvelles médiations de la pratique astrologique*. Sciences de l'information et de la communication.

⁵³ Voir Annexe 2.

de Zoé Lafont @twelv.love des *mèmes* : soit l'objet par excellence de la vulgarisation de l'astrologie (voir capture d'écran ci-dessous).



Camille Frouin dans son article pour la revue Effeuilage décrit cette vulgarisation via les *astromèmes* : « Malgré leur caractère autoréférentiel, on retrouve dans les *astromèmes* la notion de vulgarisation de la pratique, au sens d'une accessibilité renforcée, puisque les *mèmes* sont des discours formatés, concis, qui prennent sens par eux-même, (...) »⁵⁴. Il est également important de notifier que malgré la volonté de l'astrologue Zoé Lafont de produire du contenu authentique et proche des pratiques astrologiques, cela semble une tâche relativement difficile, voire un frein à une forme de reconnaissance sur la plateforme : « Je voulais faire des *posts* "psycho" pour accompagner un petit peu des gens sur la partie amour, donc on a fait des *posts* explicatifs sur la jalousie, sur les relations toxiques mais ils ne marchent pas trop »⁵⁵ (voir un exemple de posts plus rédigés qui peuvent apparaître sur le compte @twelv.love, ci-dessous).

⁵⁴ FROUIN Camille. (2020). *L'astrologie et les médias digitaux : nouvelles médiations de la pratique astrologique*. Sciences de l'information et de la communication.

⁵⁵ Voir Annexe 2.

POURQUOI VOUS CHERCHEZ L'AMOUR ?	
BÉLIER Vous avez envie de vibrer et de vous sentir exister.	BALANCE Vous cherchez quelqu'un avec qui tout partager.
TAUREAU Vous avez besoin d'être en sécurité sur le plan affectif.	SCORPION C'est une nécessité, surtout pour assouvir votre libido.
GÉMEAUX Vous aimez flirter et avoir des papillons dans le ventre.	SAGITTAIRE Cela vous procure de l'adrénaline.
CANCER Vous avez envie de fonder une famille.	CAPRICORNE Vous voulez combler ou réparer un manque.
LION C'est pour rendre les autres verts de jalousie.	VERSEAU Vous ne cherchez pas, ça vous tombe dessus !
VIERGE Vous avez besoin de vous rassurer.	POISSONS Vous avez trop d'affection à donner.

De même, alors qu'on connaît les stigmates liés aux horoscopes de la presse féminine, de nombreux comptes en reprennent les codes sur Instagram, comme le compte fondé par Zoé Lafont qui écrit d'ailleurs elle-même des horoscopes dans *Version Fémina*. En clair, même lorsque l'on essaie de s'éloigner d'une forme de vulgarisation astrologique, il n'est pas rare que l'on reproduise des stigmates.

Cependant, l'horoscope de presse traditionnel valorise peu cette dimension communautaire, puisqu'il ne permet pas de mettre en relation les individus ayant pour dénominateur commun un intérêt voire une passion pour l'astrologie, ou bien un même signe solaire. A l'inverse, les médias digitaux offrent de nombreux outils qui favorisent une appropriation et par la suite une revendication de son signe zodiacal.

On peut donc conclure, que les *mèmes* en tant que remédiation astrologique du discours via un vecteur humoristique sur le web représentent l'exemple concret de la vulgarisation et de la stéréotypisation de l'astrologie. Laura Goudet, professeure à l'université de Rouen écrit à ce propos : « Les *mèmes* offrent un espace discursif dans lequel déverser un discours stéréotypique pourtant sans cesse renouvelé, d'où la notion de "cliché variable", qui impose la réactualisation et la publication de mèmes, tout en maintenant le cadre thématique initial. L'archétype repose sur le lien indissociable entre l'être figurant sur l'image, le fond, et les types d'énoncés qui y sont tenus. Elle est garantie et conservée par le titre. »⁵⁶

Enfin l'affiliation entre codes de réseaux sociaux et codes astrologiques vient créer de vraies tendances à vulgariser le discours via des émojis, des hashtags, qui accentuent une

⁵⁶ GOUDET Laura. (2016). Le dispositif iconotextuel des mèmes : clichés variables et subversion des genres. *Fragmentum*.

forme de codification et étiquettent le discours astrologique avec des éléments plutôt légers et souvent perçus comme féminins, voire « *girly* ».

2. Créer des codes féminins exacerbés au sein du discours astrologique : le cas de @glossy_zodiac

@glossy_zodiac est un compte principalement de *mèmes* astrologiques formulés en anglais, et publié anonymement. Il possède 4,9 millions d'abonnés contre 4 abonnements : 3 comptes de *mèmes* astrologiques et le compte de la marque de vêtements Fashion Nova (voir capture d'écran ci-dessous).



Sur le feed et à travers la biographie on remarque une féminisation exacerbée voire une stéréotypisation du compte et de l'objet astrologique : la photo de profil représente une poupée (*Bratz* ou *Barbie*) avec des papillons et aux tons roses. Le nom du compte lui-même possède ce caractère féminin dans l'appellation *glossy* - qui signifie brillant en anglais et qui peut faire penser à *gloss*, tout ceci en parallèle du fait que la poupée sur la photo semble posséder du gloss, ses lèvres brillent. Le nom du compte possède un cœur et une fleur rose également accolés au mot *astrology* et qui sont totalement intégrés à l'élément textuel, comme une forme de fusion entre l'astrologie et son caractère féminin et léger.

En dessous de ce nom on retrouve à nouveau un élément plutôt perçu comme féminin : le compte est classé en catégorie « salon de beauté », un élément qui de prime abord, ne possède pas de liens directs avec l'astrologie mais qui vient s'ancrer dans l'univers des éléments évoqués précédemment, notamment le gloss. En effet, dans l'imaginaire collectif, le salon de beauté renvoie également à la notion de s'apprêter mais est plutôt perçu comme féminin.

En clair sur cette première page du compte il y a plus de signes que de textes et ces signes favorisent une perception très féminisée du compte : des couleurs roses, une *Bratz*, du gloss et la définition du compte en tant que salon de beauté.

De même si on balaye les *posts*, on remarque que les *mèmes* sont imagés uniquement par des photos de femmes (tout comme nous l'avons évoqué dans le cas du compte Sisters Astro) inspirant une forme d'exclusion d'autres destinataires tels que les hommes et les autres communautés de genre. On retrouve ainsi sur cette page des similitudes avec le compte de Sisters Astro. Cependant nous sommes ici sur un compte de *mèmes* dont la légitimité des informations astrologiques peut être remise en cause : le compte et les sources sont anonymes. Néanmoins, le réinvestissement des codes liés à la féminité illustre le caractère circulant de l'astrologie via cette mise en forme - on l'observe également cette efficacité de la circulation par le nombre d'abonnés élevé dont bénéficie le compte.

Au delà d'une féminisation de l'astrologie via des codes iconographiques, on peut remarquer que @glossy_zodiac semble jouer avec des tendances : d'abord celle du *mèmes* qui profitent d'une hyper-circulation sur les réseaux sociaux mais aussi sur la trend de la « nostalgie des années 1990 et 2000 » (voir captures d'écran ci-dessous de *mèmes* issus du compte).



En effet, depuis quelques années, l'esthétique des années 90 en termes de mode vestimentaire, de coiffure, de maquillage et d'objets semble remise au goût du jour et facilité par les RSN. Par exemple, on a pu récemment retrouver sur TikTok un filtre qui modifie le visage sous les traits de ceux de Pamela Anderson, personnalité phare de cette époque dont la popularité a été relancée par la série Disney +, *Pam&Tommy*. Des comptes Instagram sont d'ailleurs dédiés à cette tendance comme le compte @90'sanxiety qui poste des photos de stars prises dans les années 1990-2000 (le compte est suivi par 2,4 millions de personnes).

Cet engouement pour l'esthétique des années 1990 semble principalement adressé aux femmes et diffusé par des femmes, on le reconnaît via les signes qu'on retrouve sur le compte @glossy_zodiac : le rose, les Bratz (poupées très en vogue dans les années 1990-2000) mais aussi dans les *mèmes* avec l'utilisation fréquentes d'images relatives au contenu de cette époque : *High School Musical*, *Friends* ou bien des dessins animés comme *Les Supers Nanas*.

Ainsi on peut penser que toutes ses références viennent plutôt attirer un public maîtrisant les *mèmes*, les réseaux sociaux mais également plutôt féminin. De plus l'astrologie ne semble être qu'un prétexte pour favoriser la circulation des *mèmes*. Le compte @glossy_zodiac allie plusieurs tendances (l'astrologie, l'esthétique des 90's, et la culture du *girly*) pour en faire un compte à la viralité importante.

On peut penser ici que l'astrologie est moins perçue comme une science que comme un objet de circulation, de partage et d'identification par un public relativement féminin. Cependant, ce type de comptes aux codes exacerbés vient mettre en tension le discours astrologique diffusé par d'autres comptes comme Womoon ou Sisters Astro : en effet ici on reprend bien tous les codes de la féminité, mais les processus d'auto-étiquetage de réappropriation et de dépolitisation n'apparaissent pas dans le discours. Malgré des codes féminins, qui regroupent principalement des femmes ou des personnes ayant des attraits pour ces différentes tendances et ces références à la fois astrologiques et de la pop-culture, aucun message ne témoigne d'une forme de puissance féminine ou d'empouvoirement féminin. Alors qu'on pouvait penser que l'exacerbation des codes servaient à politiser le discours astrologique le rendre communautaire voire excluant, le discours de @glossy_zodiac possède une mise en image et en texte consciemment esthétiques et féminins, sans apparente volonté de créer un contre-regard sur cette féminisation.

Alors que certains comptes viennent tisser des relations avec leurs abonnés tout en offrant un espace de liberté d'expression et de *safe-space* autour de l'astrologie, certains comptes stéréotypés, sur-codifiés semblent venir contredire ou desservir ces messages d'empouvoirement. En effet, l'exacerbation de codes très *girly* stéréotypise et féminise le discours astrologique en l'affiliant au rose et au maquillage tandis que des comptes tels que Womoon paraissent avoir comme objectif de se détacher des stéréotypes intégrés dans les représentations sociales de la femme occidentale. On a donc une forme de distorsion du discours astrologique entre réappropriation militante et féminisation exacerbée qui vient ainsi créer des représentations doubles et antagonistes. On peut en déduire que ces doubles représentations viennent même s'auto-délegitimer et s'auto-invisibiliser. En effet, il ne

semble plus si évident que les codes réappropriés par les communauté sexuelles s'inscrivent dans un objectif de dépolitisation et pas seulement de stéréotypisation. C'est justement ce qu'interrogent deux chercheurs dans leurs travaux sur le contre-regard : « Les concepts de contre-regard, contre-visualité ou de représentations contre-hégémoniques sont relativement flottants. Comment établir en effet le potentiel subversif ou disruptif d'une représentation ou de la contestation du sens d'une production visuelle ? »⁵⁷ . En effet, dans ces travaux, on retrouve toute une analyse sur la réappropriation de la monstration de soi et de l'objectivation du corps au sein des pratiques militantes et revendicatives. On peut ici faire le même parallèle entre la paradoxale réappropriation de codes féminins pour parler d'astrologie et de féminisme et l'expression de ces codes sans discours militant. On retrouve ici aussi cette forme de subjectivité au sein de la réappropriation : est-ce qu'en exacerbant les codes institués par nos sociétés pour se les réapproprier le message militant apparaît comme clair et lisible pour les utilisateurs? Ou bien, au contraire, est-ce que ces codes exacerbés viennent simplement délégitimer le discours militant ? C'est ce que je vais observer dans un dernier point sur les logiques de stéréotypisation du discours.

3. A travers la codification : une invisibilisation du discours féministe ou la propagation d'un féminisme modéré

Aborder le féminisme via le biais d'un discours astrologique est une pratique qui certes semble assez répandue sur la plateforme Instagram mais pourrait parallèlement tendre à euphémiser un discours militant plus revendicateur, plus expressif. En effet, comme j'ai pu le notifier à travers mes divers éléments de corpus, l'entremêlement entre codes féminins et codes féministes rend la frontière entre discours engagé et discours stéréotypé relativement floue.

Par exemple, on peut souligner le fait que le discours astrologique réunit des communautés sexuelles et féministes autour d'un discours produit par et pour elles mais centré sur une notion de bien-être de recueillement et moins sur les luttes sociales. L'astrologie sur Instagram peut ainsi apparaître comme un pan adouci d'une forme de féminisme centré sur le *self-care* plus que sur les luttes contre les inégalités et leur visibilité.

Pour certains chercheurs cette notion de délégitimation voire d'invisibilisation du discours féministe, par des messages décentrés des simples luttes peut-être facilité par les

⁵⁷ RIBONI, Ulrike Lune, & BERTHO, Raphaële. (2020). Introduction. *Études de communication*, 54.

réseaux socio-numériques. En effet, une tension au sein de ces espaces et du discours féministe semble prégnante : en rendant facilement accessible ce discours militant, en permettant une forme de liberté de la parole et de toutes les paroles, les RSN facilitent aussi une forme d'ordinarisation de ce discours, qui perd de sa légitimité, de sa puissance par le fait même qu'il devient virtuel, viral. L'appropriation des formats offerts par le web pour les féministes restent une opportunité effective mais Diane Milelli énonce également que « les réseaux sociaux semblent avoir eu un impact décisif sur la structuration de “l'espace de la cause des femmes” »⁵⁸. Le web 2.0 étant un espace de liberté de la parole, il permet la circulation des pensées féministes et favorise la reconnaissance mutuelle de ces minorités sexuelles via la création de communautés virtuelles. L'astrologie peut être considérée comme l'extension de cette hyper-circulation sur des plateformes où aujourd'hui les discours perçus comme « extrémiste » sont souvent censurés et décriés. La frontière entre féministe et extrémiste est perçue comme fine pour beaucoup d'utilisateurs qui vont ainsi se désintéresser d'un féminisme qui leur semble trop virulent. Ainsi on peut se demander si l'astrologie ne serait pas un moyen de revendication et d'identification à la fois détourné et « plus lisse », plus « *mainstream* » et plus circulant sur les RSN. Le discours astrologique teinté d'empouvoirement féminin apparaît sur les plateformes comme un « féminisme modéré » qui profite d'une circulation plus aisée. D'ailleurs, les algorithmes des RSN modèrent les propos jugés trop virulents : l'astrologie apparaît comme un moyen de diffuser ce discours militant, ce discours d'empouvoirement en évitant également le *shadow ban* d'Instagram. Ainsi dans leur article « L'IA dans la modération : censure des contenus LGBT sur TikTok et Twitter et terreau de nouvelles formes sémiotiques », Virginie Julliard et Thibault Grison constatent que « la délégation de la modération à l'IA va de pair avec la discrimination à l'encontre des minorités sexuelles, de genre et race. ». Cet énoncé montre tout l'intérêt que l'on peut trouver à la diffusion d'un discours d'empouvoirement sous couvert d'un discours connexe non-problématique tel que l'astrologie.

De fait au sujet de l'expression d'un féminisme ordinaire voici comment l'exprime Karine Espineira dans ses travaux sur la transidentité : « Par là, nous entendons que ce discours féministe, par le support sur lequel il est produit, s'installerait dans le quotidien des abonné.e.s des comptes et se déclinerait en un féminisme “en toile de fond” »⁵⁹. On retrouve

⁵⁸ MILELLI Diane. (2019). *Les nouvelles formes de militantisme féministe : le cyberféminisme sur Instagram dans l'ère post #MeToo*. Dumas

⁵⁹ ESPINEIRA Karine. (2008) *La Transidentité de l'espace médiatique à l'espace public*. L'Harmattan, pp.196

ces éléments de définition dans la description des dynamiques de codification et d'expression militante au sein du discours astrologique.

C) Le discours astrologique en perpétuelle tension entre réappropriation, viralité et stéréotypisation

1. Créer des codes exacerbés : entre réappropriation et perpétuité des représentations

J'ai observé au cours de ma recherche dans quelle mesure les signes et les codes liés à l'astrologie permettaient une forme d'unification d'un groupe social, une reconnaissance mutuelle et même la création d'une identité propre. Ces éléments étant repris principalement par des communautés préexistantes (sexuelles et féministes), on peut alors parler d'une forme de réappropriation. Ces communautés viennent mêler au discours astrologique un discours engagé, un discours communautaire dépolitisé et féministe. Cependant, j'ai aussi pu évoquer le fait que ce discours parce qu'il est réapproprié par les communautés sexuelles en devient très codifié, la codification suscite alors une féminisation accrue impliquant différentes tensions dans l'appréhension de ces signes par les utilisateurs. La féminisation du discours astrologique participe-t-elle au processus de réappropriation ou peut-elle être comprise à l'inverse comme une stigmatisation ?

En effet, comme nous l'avons vu avec la notion de « contre-regard »⁶⁰, un des objectifs des communautés sexuelles, raciales ou de genre sur les RSN est parfois de se réapproprier des codes stigmatisants les concernant pour les exacerber et en devenir les porteurs afin d'inverser une forme de supériorité sociale induite par ceux qui les propagent initialement. Cependant, comme nous l'avons vu, sur les RSN, l'interprétation de cette forme de réappropriation est subjective tout comme son impact et sa compréhension, la limite entre les codes des deux instances est difficilement observables. On peut ainsi se demander si le fait d'exacerber les codes féminins au sein du discours astrologique ne facilite pas simplement la circulation des représentations genrées et stéréotypées des communautés sexuelles. Par exemple, alors que le compte @SistersAstro prône une forme d'empouvoirement féminin et d'indépendantisation de la femme à travers la quête de soi, le bien-être, les rituels et l'astrologie, on retrouve un discours parallèle très stéréotypant à l'image de ce que l'on peut retrouver dans la presse féminine. Ainsi, dans le post « Taurus

⁶⁰ RIBONI, Ulrike Lune, & BERTHO, Raphaële. (2020). Introduction. *Études de communication*, 54.

Season »⁶¹ que j’analyse au sein de mon corpus on retrouve ce double discours. On y retrouve à la fois des éléments discursifs et un champ lexical qui définit la femme Taureau comme relativement indépendante tels que « l’art d’être fière de qui elle est » ou encore « l’art de savoir ce qu’elle veut » et en même temps des éléments stéréotypants et qui initient une image plutôt superficielle et féminine au Taureau perpétuant des représentations connotées péjorativement et qui sont plutôt réductrices tels que « l’art de faire du shopping every.single.day » et « investir dans une bonne crème serait sa deuxième leçon pour garder votre éternelle jeunesse. (Un petit coup de botox aussi [...]) »⁶². Cette dernière phrase est intéressante car elle rappelle le mythe de la publicité de la profondeur évoqué par Roland Barthes dans son ouvrage *Mythologies* : « La médecine permet d’ailleurs de donner à la beauté un espace profond (...) et de persuader aux femmes qu’elles sont le produit d’un sorte de circuit germinatif où la beauté des efflorescences dépend dans la nutrition des racines »⁶³. Il y remarquait ainsi en quoi la publicité facilitait une forme d’injonction à l’hydratation « en profondeur » de la peau, message à destination des femmes, et qui viendrait améliorer leur aspect physique.



Dans le cas du post Instagram de @SistersAstro, on retrouve ces éléments stéréotypants et qui sont supposés caractériser le signe du Taureau : la femme Taureau aurait pour habitude d’avoir une crème qui lui permet de garder son « éternelle jeunesse » et c’est ce qui caractérise en partie ce signe selon le compte. De plus, le fait qu’il y ait la notion de botox qui s’en suit vient renforcer une forme de stéréotypisation accrue, le botox étant une

⁶¹ Voir Annexe 3.

⁶² Voir Annexe 3.

⁶³ BARTHES Roland. (1957). *Mythologies*. Seuil.

pratique socialement perçue comme féminine, et très superficielle, cet élément vient d'ailleurs contredire de nouveaux verbatims que l'on retrouve plus bas dans le phototexte : « Belle = Naturelle »⁶⁴. En clair, on retrouve un discours qui s'apparente à celui de la presse féminine, tant il perpétue des représentations de la femme comme superficielle et surtout tant on s'axe dans la description du Taureau sur des notions de beauté et d'éléments physiques propres à ce signe.

En ce sens, on peut affirmer qu'il y a une ambiguïté dans le discours astrologique porté par et pour les femmes au sein des comptes comme @SistersAstro, qui représentent à la fois des *safe-space* pour les communautés et instituent une forme d'empouvoirement féminin, tout en renforçant des stéréotypes prégnants dans nos sociétés patriarcales. Le discours restreint les caractéristiques du signe astrologique à ceux de la beauté et de la superficialité relatifs à (selon le compte) une forme féminité. A cette ambivalence s'ajoute des comptes de *mêmes* comme @glossy_zodiacs qui eux aussi viennent délégitimer cette forme de réappropriation féministe en assumant des codes féminisés sans expression de luttes sociales à travers un potentiel discours astrologique : comme j'ai pu l'observer précédemment on y retrouve mêlé aux éléments astrologiques des notions de beauté et des éléments féminisés comme le rose, le gloss et des références à la pop culture.

2. Des codes exacerbés qui favorisent la viralité du discours

On peut ainsi penser que malgré un discours en tension entre représentation et stéréotypisation, celui-ci tend à circuler et à regrouper des communautés autour de valeurs communes. Ainsi, le fait-même que ces discours soient stéréotypés et codifiés facilite leur circulation sur les RSN et permet ainsi d'agrandir les communautés virtuelles affiliées à ces comptes. Et de fait, les comptes astrologiques viennent proliférer un discours sur une égalité de genre et une égalité des individus via des notions de communauté allant au-delà du sexe et de l'identité mais plutôt via des communautés astrologiques : Taureau / Verseau et des sensibilités au langage astrologique. Sous le joug d'une communauté de personnes appartenant principalement au genre féminin, l'astrologie vient diffuser un discours féministe mais plus facilement partageables. On retrouve d'ailleurs cette notion de viralité d'un discours des minorités grâce au RSN dans un article de Thérèse Courau. En effet, la chercheuse y évoque en quoi le blog *Paroles de queerzine* permet via le web une plus grande liberté d'expression des communautés de genre à travers des codes exacerbés par ces

⁶⁴ Voir Annexe 3.

communautés elles-mêmes : « L'espace de sociabilité conversationnel est transféré sur la page Facebook du collectif où les posts sont commentables. Les textes et les corps deviennent “likables” et surtout “partageables”, “recommandables” sur les réseaux sociaux qui fonctionnent comme des interfaces parole_corps_technologie (...), ils servent ainsi la politique *queer* de (des)identification stratégique et de prolifération de représentations inédites des genres et des sexualités »⁶⁵. En effet, le fait que les éléments au sein du discours astrologique soit codifié, peut faciliter une forme de reconnaissance de l'appartenance de ces codes à une certaine communauté, mais aussi une forme de viralité liée à la vulgarisation évidente du discours à travers la codification.

De plus, Thérèse Coureau dans son article énonce que « *Parole de Queer* donne en effet la parole aux subalternes et favorise les conditions de possibilité de l'accès des minorités – entre autres sexuelles – à la création de contenus médiatiques vecteurs de visibilité et de nouvelles coalitions et sociabilités politiques »⁶⁶ : peut-on dire la même chose du discours astrologique sur Instagram?

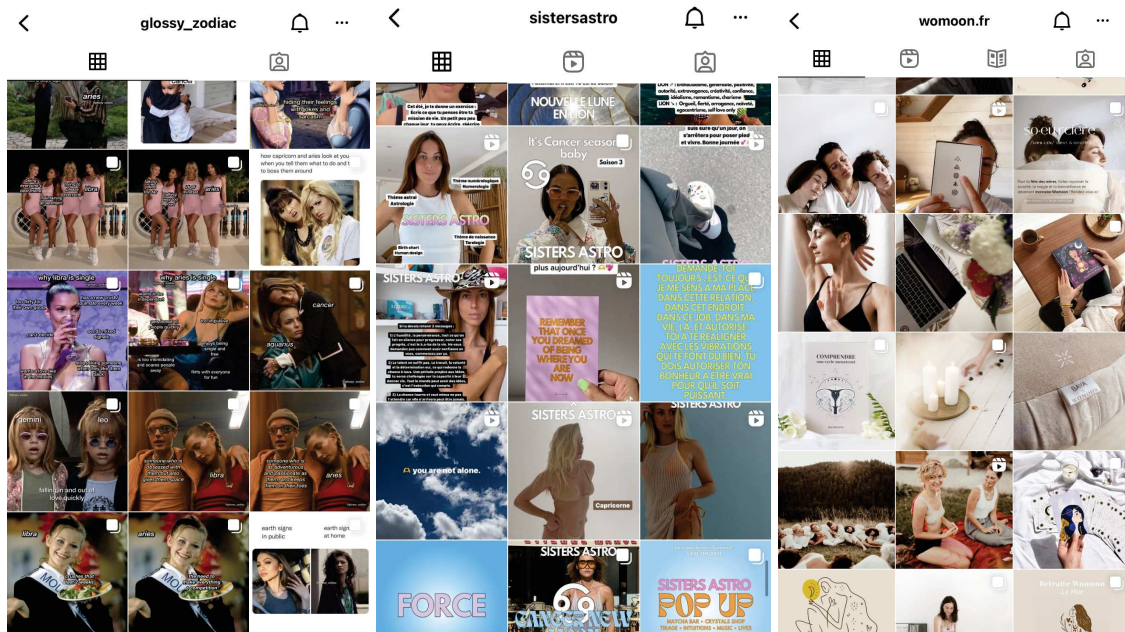
3. Codes et communautés : une réappropriation féministe inclusive et intersectionnelle ?

Au cours de ma recherche et à la lumière de mon corpus et des différentes interviews j'ai pu énoncer une dernière hypothèse au sujet des processus de réappropriation et du sentiment d'appartenance lié au discours astrologique : ce discours semble porté et représenté majoritairement par des femmes blanches et issues d'un certain milieu social. En effet tout comme on parle parfois d'un « féminisme blanc » - dont la surreprésentation sur les RSN est d'ailleurs vivement critiquée - on peut émettre l'hypothèse que le discours astrologique est lui-même tissé autour d'un féminisme et d'un empouvoirement porté principalement par des femmes blanches. D'abord, on remarque que les créatrices des comptes astrologiques sont souvent non-racisées et que la majorité d'entre elles habitent en région parisienne (à quelques exceptions près comme Shera ou Shana Lyès). On peut aussi remarquer l'absence relative de représentations de femmes racisées que ce soit au sein des *mèmes* de

⁶⁵ COUREAU Thérèse, « Parole de queerzine : archive_corps_technologie », *Itinéraires* [En ligne], 2017-2 | 2018

⁶⁶ COUREAU Thérèse, « Parole de queerzine : archive_corps_technologie », *Itinéraires* [En ligne], 2017-2 | 2018

@glossy_zodiacs qu’au sein des posts informationnels de @sistersastro et @womoon.fr (voir captures d’écran ci-dessous).



Françoise Vergès définit le féminisme blanc comme suit « Le féminisme blanc défend les “droits des femmes”, réclame l’égalité avec les “femmes” et “hommes” restant des catégories abstraites. La question coloniale et raciale reste absente de ses analyses, elle est jugée inopérante pour comprendre comment le féminisme blanc et la “femme blanche” ont été configurés et reconfigurés »⁶⁷. Alors que nous avons évoqué l’aspect engagé du discours astrologique introduit dans les comptes qui appartiennent à mon corpus, on peut à la lumière de cette définition questionner cet engagement et la forme qu’il prend. En effet, ces comptes mettent l’accent sur une forme d’indépendantisation féminine et de puissance féminine via la quête de soi et l’astrologie, mais cela ne semble pas englober une partie des femmes, dont les luttes sociales peuvent être différentes. L’astrologie dans ces comptes viendrait favoriser une forme d’empouvoirement féminin, mais cet empouvoirement semble destiné, possible et accessible à un certain type de femmes issus d’ores et déjà d’un milieu social qui leur permettent d’évoquer ce genre de problématiques. A l’inverse, certaines, femmes racisées ou non, d’un certain milieu social et habitant hors de la région parisienne s’identifient potentiellement moins à ce discours car elles y sont peu représentés, mais aussi parce que leurs problématiques sont parfois différentes (précarité, difficultés d’accès à l’emploi, racisme, harcèlement et violences).

⁶⁷ VERGES, Françoise. (2017). Toutes les féministes ne sont pas blanches. *Le Portique*.

Si à travers l'astrologie s'exprime des idées féministes et d'empouvoirement, on peut émettre l'hypothèse que traiter de questions raciales et d'intersectionnalité ne semble pas être nécessaire ou conscientisé comme utile, tant ce discours semble porté par et pour des communautés de femmes spécifiques. Les *mèmes* excluent, même dans l'humour la représentation de femmes racisées (comme on le voit en balayant le feed de @glossy_zodiacs), ce qui rend difficile le développement d'un sentiment d'appartenance à ces communautés pourtant perçues comme des « safe spaces ».

On peut également penser que le discours astrologique porte de manière universelle cette notion d'unification de création de communautés basée sur les signes astrologiques, et que cela apparaît comme trop « politique » d'aborder le sujet de l'intersectionnalité.

De plus, on sait que l'astrologie et sa pratique sont à la fois populaire mais réservée aux femmes d'un certain milieu social car les comptes semblent cibler des individus ayant un certain pouvoir d'achat et qui semblent posséder le temps et la liberté individuelle et professionnelle de s'accorder des moments de bien-être via la pratique astrologique, via le développement personnel. En effet, nous avons vu en quoi tout cet univers était souvent affilié au yoga et aux rituels - on retrouve notamment ce lien fort entre bien-être et astrologie au sein du compte de la marque Womoon. Au sein des deux comptes @sistersastro et @womoon.fr on retrouve un aspect marketing très important, les deux comptes peuvent d'ailleurs se définir comme des marques-médias : on peut y acheter des collections de vêtements, bijoux, carnets, coffrets liés à l'astrologie.

Le discours astrologique que l'on retrouve sur Instagram à travers à la fois des comptes identitaires et spécifiques ainsi que des comptes circulants et humoristiques, sont sujet à de nombreuses tensions et des dynamiques intrinsèques complexes : on y retrouve à la fois un processus de dépolitisation à travers des éléments discursifs favorisant des idées féministes et communautaires sous couvert d'astrologie, comme on y retrouve également une codification accrue qui déclenche la prolifération de stéréotypes et de représentations. Le discours astrologique bien que perçu comme engagé et féministe, viendrait finalement perpétuer des représentations et surtout s'adresser à des communautés sexuelles plutôt restreintes. En clair, le discours astrologique de ces comptes, bien qu'il crée des formes de *safe-space*, vient aussi perpétuer des représentations établies et produites par nos sociétés patriarcales sans questionner davantage les questions politiques et sociales qui les régissent. Ce discours, parce qu'il est dépolitisé et populaire, intéresse les marques créant de nouveaux processus de réappropriation. C'est ce que Mary Daly énonce dans son ouvrage : « Le

patriarcat nous a volé notre cosmos et nous l'a rendu sous la forme du magazine Cosmopolitan et des cosmétiques »⁶⁸.

3ème partie - Un discours astrologique qui regroupe des notions de safe space et de communautés conscientisées par les marques et qui facilite une forme de réappropriation marketing

Comme évoqué précédemment, on reconnaît en l'astrologie un pouvoir à la fois unificateur et d'identification individuelle que l'on retrouve dans très peu d'autres domaines, s'ajoutant à cela l'effervescence de ces dernières années. Et de fait, le but ultime des marques et des médias semble être de fédérer autour de leur identité et de leurs produits autant que l'astrologie fédère autour de ces connaissances et de tout son univers propre. L'astrologie se diffuse dans les conversations, dans les interactions virtuelles et réelles, sans besoin nécessaire de créer du contenu ou de la publicité, ce sont les groupes sociaux, ce sont les autres qui perpétuent son essor et son existence en tant que tendance. Les objectifs atteints par l'astrologie en tant que tendance, semblent également être ceux des marques : on dit souvent que la meilleure publicité pour un produit et une marque c'est celui ou celle qui en parle, ce qui convainc le plus à l'achat c'est la recommandation par un pair et le bouche-à-oreille. De fait, certaines marques ont vu dans l'essor de l'astrologie une stratégie marketing pour à la fois accroître leur visibilité et leurs ventes mais également potentiellement pour être affiliés par leurs acheteurs à un certain type de positionnement. L'astrologie bien qu'elle soit tendance et qu'elle profite d'une hyper-circulation sur les RSN restent assez peu visible dans les médias traditionnels et est semble être appréciée par les jeunes et principalement les personnes du genre féminin. Cibler ces *personas* via l'astrologie devient ainsi une pratique marketing favorable à l'activité lucrative de la marque mais aussi à son image - elle se dote alors d'une image d'entreprise qui sait s'adresser à ces cibles, voire une entreprise « *woke* » et féministe - je reviendrais plus tard sur ces hypothèses.

Tisser un discours de marque autour du discours astrologique devient donc monnaie courante notamment sur Instagram, le lieu de prédilection de la circulation de l'astrologie dans tout son esthétisme. L'astrologie ferait ainsi l'objet d'une réappropriation et d'une captation par les marques. Dans son ouvrage, Franck Cochoy définit la captation des publics comme « l'ensemble des opérations qui s'efforcent d'avoir prise, d'attirer vers soi, de garder

⁶⁸ DALY Mary. (1979). *Gyn/Ecology the Metaethics of Radical Feminism*. Beacon Press.

ce ou ceux que l'on a attiré(s) »⁶⁹ et il énonce que cette notion provient du terme latin « *captatio benevolentiae*, une figure rhétorique consistant à attirer la sympathie d'un auditoire en jouant sur l'empathie, la séduction, l'adduction, intéressement, l'encerclement, la fidélisation (...) »⁷⁰.

Dans cette dernière partie, j'observerai donc en quoi l'astrologie permet aux marques et aux marques-médias une captation aisée d'un certain type de public et en quoi cette captation perpétue certaines dynamiques notamment de stéréotypisation évoquées plus haut. J'observerai en conclusion en quoi ces captations ressemblent à d'autres processus institués par les marques, notamment autour des communautés sexuelles et de genre.

A) Au delà des potentielles ambitions militantes : des ambitions marketing claires pour les comptes eux-mêmes porteurs du discours astrologique

1. Le processus d'identification et la tendance astrologique favorise par essence une notion lucrative

L'astrologie permet une divulgation des codes et des processus d'auto-identification forts qui peuvent devenir universels : croire en l'astrologie et être du signe Taureau c'est s'y identifier, faire partie à la fois de la communauté astrologique mais aussi de la communauté des Taureau, c'est en être fier et le montrer. Revendiquer visuellement et publiquement son signe astrologique (via des vêtements ou des bijoux) ne pose donc aucun problème à un consommateur s'il aime l'astrologie, au contraire, il va plutôt avoir tendance à acheter cet objet qu'un autre car il a un sens, une signification lié à ses connaissances en astrologie. De plus, les personnes appartenant à des communautés de signes aiment s'y identifier dans le sens où l'astrologie leur a prédéfini des caractéristiques et une personnalité de manière à la fois subjective et commune à plusieurs autres individus. L'astrologie peut être dans ce cadre perçue comme une passion, un hobby qu'on aime voir et avoir tout le temps et partout avec soi (tout comme un enfant passionné d'équitation peut potentiellement vouloir acheter tout ce qui se réfère au cheval et à cette passion pour l'animal et l'activité tels que des vêtements, des livres, des carnets, ...). Les marques peuvent ainsi facilement se détourner de leur charte et de

⁶⁹ COCHOY Franck. (2004). *La captation des publics : c'est pour mieux te séduire, mon client ...* Presses universitaires du Mirail, coll. Socio-Logiques.

⁷⁰ Ibid.

leurs promesses le temps d'un instant pour investir le domaine de l'astrologie qui leur permet de toucher une cible large, l'astrologie étant aujourd'hui très appréciée.

Les marques peuvent également facilement se réapproprier l'astrologie en ce sens que cette pratique possède un univers visuel et des représentations extrêmement riches et circulantes. On l'a vu notamment dans les comptes comme Sisters Astro, il est facile d'affilier à l'astrologie un univers coloré, de nombreux sigles et signes (les signes astrologiques mais également les étoiles, la lune, les planètes...), tous ces éléments favorisent et facilitent la création pour les marques de produits ou de collections liés à cet univers. La captation marketing en est ainsi facilitée car les consommateurs vont reconnaître facilement ces différents signes relatifs à l'astrologie ce qui va les séduire, voire les mener vers un achat.

2. Une mise à profit du concept de communauté par les comptes astrologiques

Tout d'abord, il s'agit d'observer que les comptes appartenant au corpus et porteurs du discours astrologique exhibent eux-mêmes des ambitions marketings relatives à l'astrologie et à son essor. En effet, l'argument de la communauté et de la *safe space* est réinvesti par les marques-médias et permet à ces comptes de développer des produits qui peuvent apparaître comme nécessaire à la pratique astrologique et/ou à l'intégration de ces dites-communautés. On peut prendre l'exemple de Womoon, qui de fait avant d'être un compte Instagram relayant les calendriers lunaires, est une boutique en ligne qui vend des objets notamment autour des rituels de lune et des cycles. Comme cela est explicité sur le site Womoon est la « marque pour enfin prendre soin de soi » ce qui sous-entend que l'accès au bien-être et aux éléments astrologiques passent notamment par l'achat de produits dans cette boutique. La marque initie ainsi une forme de tension entre des codes spécifiques et un savoir légitime et légitimé par une spécialisation des acteurs, et une hyper-circulation qui favorise un argument marketing. De fait, la marque-média offre de nombreuses possibilités d'achat liées à ces domaines tels que des séances, des rituels, des agendas, etc. L'astrologie et l'ésotérisme sont intrinsèques à la création de la marque, ils participent à son essence, mais on retrouve également un discours de communauté et d'empouvoirement féminin qui va attirer une certaine cible et la convaincre plus aisément. Dans cet exemple, on retrouve donc une stratégie de communication efficace de la marque qui mêle un discours astrologique informationnel avec un discours communautaire et la nécessité d'obtention des biens de la boutique pour développer ces compétences astrologiques mais aussi et surtout, pour « prendre soin de soi ». C'est le média lui-même qui parle et justifie l'aspect commercial via le discours astrologique.

Via l'astrologie et ses posts, Sisters Astro semble vouloir toucher une cible féminine, qui va faire circuler ces posts. Mais le compte n'a pas uniquement cette ambition : elle veut toucher une cible marketing via des codes très précis. En effet le compte se positionne comme une marque-média qui réinvestit le discours astrologique à des fins commerciales. En effet, on retrouve rapidement sur le compte un bouton d'interaction « Voir la boutique », une fonctionnalité récente d'Instagram qui permet d'accéder à un espace d'achat sans sortir de la plateforme, une technique efficace pour faire d'Instagram une première vitrine commerciale au compte sans insérer les ambitions commerciales de manière trop abruptes dans le *feed* (voir capture d'écran ci-dessous).

509 Publications **105 K** Abonnés **696** Abonnements

SISTERS ASTRO world ✨
Shop, media, events 🌿
Spirituality to find your authenticity...
by Jenny Fink 🦋🐕🌴
linktr.ee/sistersastro
Voir la traduction

Suivi(e) par **noholita, astrotruc** et **17 autres personnes**

Voir la boutique

Abonné(e) ▾ **Écrire** Adresse e-mail +👤

SHOP **PRESS** **EVENTS** Feelings 💕 **CRYSTALS**...

On remarque à nouveau cette volonté de créer du contenu mais aussi de vendre via le discours astrologique dans l'organisation des *stories à la une*. En effet, cette organisation n'est pas forcément volontaire mais elle est significative de l'enjeu marketing du compte : chaque onglet des stories à la une affiche une sorte d'image de couverture qui introduit ce que l'on va trouver dans ce récapitulatif. Le premier regroupement s'intitule SHOP et la police du mot est plus grande que la police des autres onglets : « Press », « Events » et « Crystals ». Dans ces onglets on observe moins un discours porté sur l'astrologie qu'un discours de marque-média sans aucun signe textuel ou visuel lié à l'astrologie (voir capture d'écran ci-dessus). On comprend ainsi que Sisters Astro n'est pas seulement un compte partageant des éléments et des conseils astrologiques : il y a aussi un but lucratif et une nécessité de venir créer le lien entre l'astrologie et les produits de la marque. Par exemple, Sisters Astro

est à l'origine de plusieurs collections de bijoux en partenariat avec une marque de joaillerie nommée Jadeva mais aussi de vêtements, en partenariat avec Zalando. Le lien entre l'astrologie et cette collection de vêtements étant le suivant : la couleur des vêtements proposés correspond à la couleur d'un signe par exemple un ensemble de jogging de la couleur vert sera affilié au signe du Taureau, car c'est la couleur qui caractérise ce signe astrologique. Ainsi, on retrouve cette expression de l'identité communautaire à travers des éléments astrologiques qui s'éloignent néanmoins des spécificités de cette pratique. De plus, porter le jogging vert dans la rue, ne permettra pas d'exprimer clairement au reste de la population que l'individu appartient à la communauté des Taureau, cela permet en quelque sorte l'expression d'une signification en soi, pour la personne, au moment de l'achat tout en créant des éléments peu distinctifs pour autrui, et ainsi pouvant paraître moins « stigmatisant » ou moins « revendicateur ». Dans ce cas de figure on s'éloigne d'un discours spécialisé et technique sur l'astrologie pour se rapprocher d'un discours marketing utilisant l'astrologie comme prétexte d'achat.

3. Le dilemme lié au discours astrologique entre authenticité et captation marketing

Lors de notre entretien, Zoé Lafont a exprimé ce paradoxe entre une volonté de proliférer un discours astrologique spécifique et authentique sans pouvoir exclure l'aspect marketing et lucratif de cette activité. En effet l'astrologue qui a pour ambition future de créer sa propre application cherche pour l'instant à faire connaître le compte de cette future application de dating du nom de @twelv.love. Cependant, elle ajoute à propos du compte : « Je ne veux pas que ça devienne une espèce de plaque tournante publicitaire pour l'application »⁷¹. L'aspect publicitaire est donc réfuté puisqu'elle tient à créer du contenu spécifique à Instagram avec des posts explicatifs sur les signes, mais plutôt porté sur l'amour, ce qui semble être une stratégie souvent adoptée par les marques. Mais j'ai observé également que malgré qu'elle invalide relativement les actions marketing de Sisters Astro, « Ce n'était pas du tout un compte que j'avais dans ma ligne de mire »⁷², elle admet s'en inspirer sous les conseils de son équipe « J'essaie de les suivre, la Community Manager m'en a parlé »⁷³. Il semble indéniable que les comptes comme Sisters Astro ou Womoon circulent et permettent à

⁷¹ Voir Annexe 2.

⁷² Ibid.

⁷³ Ibid.

leur créateur de rentabiliser la création de contenus astrologiques à travers des partenariats. De même, alors que Zoé semble vouloir créer des posts astrologiques précis et informationnelles : « On peut faire un peu de rigolade, mais moi, je cherche toujours une petite vérité astrologique derrière »⁷⁴, elle affirme néanmoins avoir déjà mis à profit ses connaissances en astrologie pour des marques : « On a un partenariat (...) avec My Jolie Candle. Ils vont sortir 366 bougies, une bougie par jour. On a donc écrit tout l'hiver des petits portraits astrologiques. (...) C'est un texte différent chaque jour »⁷⁵. On voit bien ici tout le paradoxe qu'il y a entre une volonté par ces astrologues du web 2.0 de créer du contenu authentique et tout l'aspect lucratif qu'on connaît aujourd'hui de l'astrologie, qui attire les marques et qui vient modifier les ambitions et les perceptions, mais également marketiser un discours issu d'une discipline spécifique et dont les savoirs sont multiples. D'ailleurs lors de notre entretien Zoé Lafont m'a affirmé plusieurs fois que l'on ne peut pas parler d'astrologie en parlant uniquement du signe solaire « Il ne faut pas s'arrêter aux signes solaires ni à l'ascendant, ça ne suffit pas. Il faut vraiment comparer toutes les planètes »⁷⁶.

Les marques qui s'intéressent à l'astrologie ont deux objectifs : attirer les passionnés d'astrologie tout en rendant le message publicitaire clair, efficace et concis. Ainsi il semble relativement évident que les marques s'intéressent à l'astrologie dans son sens populaire et circulant plutôt que dans toutes ses spécificités qui viendrait toucher des cibles « niches » et amoindrir une forme de rentabilité de cette réappropriation astrologique.

B) La conscientisation d'une tendance : l'astrologie comme argument de vente pour les marques

1. La tendance astrologique reprise par les marques : une manière de toucher une cible large

Barthes formulait déjà dans les années 1950, les relations qui liaient les lectrices du ELLE avec les horoscopes dans leur dimension capitaliste et qui permet de perpétuer une forme de « mythe petit bourgeois » : « Les astres ne postulent jamais un renversement de l'ordre, ils influencent la petite semaine; respectueux du statut social et des horaires patronaux »⁷⁷. En d'autre terme, le lien entre circulation de l'astrologie et capitalisme semble assez prégnant, et l'est d'autant plus aujourd'hui via les nouveaux espaces médiatiques

⁷⁴ Ibid.

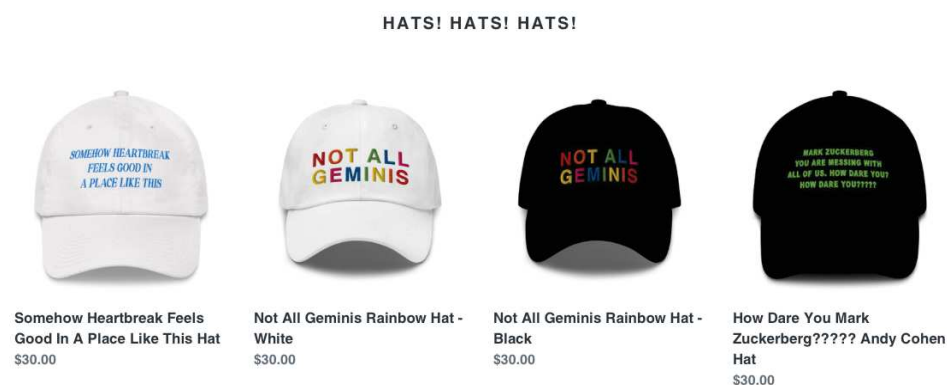
⁷⁵ Ibid.

⁷⁶ Voir Annexe 2.

⁷⁷ BARTHES Roland. (1957). *Mythologies*. Seuil.

favorisés par le web 2.0. Comme le remarque Camille Frouin dans son mémoire : « L'astrologie, plus que le tarot ou la chiromancie par exemple, a un potentiel de déclinabilité marketing très fort puisqu'elle adresse un discours ciblé aux clients qui, à travers leur signe astrologique, peuvent affirmer leur individualité »⁷⁸.

De plus, comme évoqué plus haut, l'astrologie ayant un univers visuel très marqué et original, il permet aux marques de créer du contenu sans recréer toute une charte graphique et simplement en s'inspirant d'éléments comme les douzes signes du zodiaque, leurs couleurs, leurs caractéristiques. Ainsi, comme l'exprime Camille Frouin : « A peu de frais, les marques donnent ainsi l'impression de proposer un contenu personnalisé à ses client•e•s »⁷⁹. On le voit par exemple avec le compte Instagram de mèmes @notallgeminis, qui s'inspire de cette expression très circulante pour créer différents produits (voir capture d'écran ci-dessous du site de merchandising de @notallgeminis).



Cependant on peut retrouver chez ces différentes marques qui se réapproprient l'astrologie, une volonté potentielle de cibler un public niche via des codes et des discours spécifiques. Grâce à l'astrologie on peut penser que ces marques ont l'ambition de toucher ces cibles tout en instituant un discours très peu politique, voire dépolitisé donc peu problématique.

2. Un lien parfois tangible entre l'astrologie et le produit ou la marque et qui perpétuent la stéréotypisation

⁷⁸ FROUIN Camille. (2020). *L'astrologie et les médias digitaux : nouvelles médiations de la pratique astrologique*. Sciences de l'information et de la communication.

⁷⁹ FROUIN Camille. (2020). *L'astrologie et les médias digitaux : nouvelles médiations de la pratique astrologique*. Sciences de l'information et de la communication.

On retrouve cependant, et le plus souvent un lien assez relatif voire superficiel entre l'astrologie et les produits issus de cette pratique.

De même, on remarque parfois, que le lien entre une marque et l'astrologie est parfois même absent, notamment sur Instagram, l'astrologie faisant office de simple vitrine à une marque ou une entreprise, c'est le cas sur le compte @glossy_zodiac. Alors que ce compte affiche assez peu de messages astrologiques autre que des éléments humoristiques, on retrouve pourtant une ambition marketing au sein du compte, mais dont le lien avec l'astrologie est relativement lointain. Par exemple, le compte possède 4,9 millions d'abonnés contre 4 abonnements qui sont 3 comptes de *mèmes* astrologiques et le compte de la marque Fashion Nova une marque de vêtements de fast-fashion destinée aux personnes du genre féminin. On retrouve également la marque Fashion Nova épinglée en *story à la une* : les stories n'ont aucun lien direct avec l'astrologie et sont simplement des pubs pour la marque de textile. On peut penser que ce potentiel partenariat a été émis du fait de l'essor très important du compte qui s'observe à travers le nombre d'abonnés. Le compte perd ainsi de son sens astrologique pour s'ériger en vitrine d'une marque de fast-fashion. L'astrologie est en ce sens perçue comme un phénomène, auquel on accole des ambitions commerciales comme une publicité pour une unique marque qui profitera d'une visibilité en même temps que celle des *mèmes* astrologiques. Le compte, comme je l'ai évoqué plus haut, ne porte d'ailleurs aucune forme d'engagement mais au contraire vient stéréotyper l'astrologie par des codes perçus comme féminins et exacerbés : ici on voit à nouveau à quel point le discours astrologique réinvesti par une marque peut être stéréotypé et perdre de son sens lorsque le lien entre la marque et l'astrologie est lui-même quasi-absent. On peut néanmoins observer à nouveau l'expression de la cible qui est visée à la fois par le discours astrologique de ce compte mais aussi par le discours commercial de Fashion Nova : ce sont des femmes ayant un relatif pouvoir d'achat, d'ailleurs le slogan de la marque est le suivant « Fashion Online for Women ».

Il ne semble ainsi pas forcément nécessaire pour les marques de justifier avec beaucoup de précisions le lien entre une collection et l'astrologie, le fait même de créer un produit relatif à un signe permet de contracter des ventes tant l'aspect communautaire et revendicateur est important dans l'astrologie, tant c'est aussi une tendance. Ainsi on retrouve ce type de logique dans les bijoux de fantaisie dont les pendentifs relatifs aux signes astrologiques se déclinent sous toutes les formes et au sein de toutes les marques allant de Maje à Lou.Yetu en passant par Asos, Histoire d'Or et Hipanema.

3. Relier un discours marketing à un discours astrologique : le cas du partenariat entre la FDJ et Sisters Astro

Sisters Astro a dans un post datant de mai 2022, effectué un partenariat avec la Française des Jeux (FDJ). Dans ce post, on peut observer en quoi l'extension du discours astrologique à un discours plus large sur les différentes pratiques ésotériques représente un réel enjeu marketing pour la marque-média Sisters Astro. Ce post a été publié dans le feed de Sisters Astro le mardi 10 mai 2022 à l'occasion du vendredi 13 approchant.

Le vendredi 13 possède une signification, un lien indirect avec l'astrologie mais ici il est en quelque sorte justifié par le partenariat à l'aide de la numérologie. La numérologie est l'ensemble de croyances et de pratiques fondées sur l'attribution de propriétés à des nombres, propriétés variables selon le contexte. Le post va analyser selon cette pratique, la signification du numéro 13. On a donc à nouveau un discours relativement spécifique sur le sujet abordé, bien qu'il soit indirectement lié à l'astrologie. Toujours dans la légende on retrouve l'enjeu de légitimation du discours par la phrase « Contenu de ce post réalisé avec @delphineraimondi Numérologue »⁸⁰.

Le partenariat entre Sisters Astro et la FDJ est identifiable par plusieurs éléments : les 3 logos FDJ, le trèfle et SUPER LOTO sur la première image du carrousel et l'identification du compte instagram de la FDJ dans la légende du post. Pour justifier et établir le partenariat entre la Française des Jeux et Sisters Astro plusieurs arguments sont mobilisés. D'abord, celui de la superstition : si on croit que le vendredi 13 est un jour de chance alors il faut aller jouer au loto. Cependant, avant d'aller jouer au loto il faut écouter son intuition afin de bien choisir ses chiffres. Ici il est intéressant de voir que plusieurs évocations se mêlent dont la superstition (soit le fait de croire que certains actes, certains signes entraînent mystérieusement des conséquences bonnes ou mauvaises) et l'intuition (soit le sentiment ou la conviction de ce qu'on ne peut vérifier, de ce qui n'existe pas encore) et ce via la numérologie.

Ces trois éléments vont permettre à Sisters Astro de diffuser grâce à ce post un discours très précis et spécifique : l'incitation à aller jouer au loto en se basant sur ses propres intuitions via la numérologie. Sisters Astro se positionne en tant que porteur des informations nécessaires à l'utilisateur pour jouer au loto, c'est le média au sens de médium entre le loto de la FDJ et l'utilisateur.

⁸⁰ Voir Annexe 4.

D'un point de vue discursif et sémiologique : le post possède un fond rouge et pas de photo comme on peut le voir habituellement sur le compte, le fond rouge attire l'oeil et est d'ailleurs très peu présent dans le feed : le post se démarque, on peut y voir un enjeu marketing de faire ressortir le partenariat avec la FDJ via l'une des couleurs du logo de la marque. Le post se détache ainsi de l'image « lisse » et « douce » diffusée par les couleurs pastels des autres posts : celui-ci doit en particulier attirer le regard et se distinguer par son aspect publicitaire. Cependant on retrouve des éléments inhérents à la ligne éditoriale de Sisters Astro notamment le mélange du français et de l'anglais dans les images du carrousel, d'abord en français puis avec la 4e image qui ne porte que ce message : « 13 is my lucky number tap yes »⁸¹. On retrouve ce discours à l'expression familière et intime dans les posts du compte hors-partenariat.

A travers ce post, on peut remarquer les ambitions commerciales et l'enjeu marketing et pas uniquement informatif du compte Sisters Astro. Le partenariat avec la FDJ pour améliorer la visibilité du loto ayant une cible plutôt perçue comme âgée et masculine, en y ajoutant la notion de numérologie et d'intuitions afin de toucher une cible marketing très précise qui est celle de la communauté de Sisters Astro, plutôt féminine et jeune. Ici on a un remédiation du discours astrologique pour l'inscrire dans une dimension marketing en mêlant jeu du hasard avec intuition et numérologie. L'astrologie et la numérologie viennent justifier le fait que le vendredi 13 porte chance et qu'il faut aller jouer au loto.

Il est important de noter que le compte Sisters Astro ne dénature pas ces posts et sa charte graphique au profit de la publicité : le post conserve les mêmes codes visuels même typographie, la même manière de s'exprimer (français anglais, tutoiement) mais avec l'intégration du logo de la FDJ une couleur plus marquée, et un discours légèrement moins décontracté, plus solennel et sérieux (pas d'interjections type « baby » ou « mdr » comme dans les posts analysés précédemment).

En conclusion de cette étude de cas, on peut évoquer en quoi le discours astrologique justifié par les comptes informationnelles eux-mêmes facilitent et légitiment une forme de captation marketing, ici par la FDJ. Tout en conservant une ligne éditoriale et une charte reconnaissable et qui participe à la création de sa communauté, le compte monétise ses connaissances astrologiques afin de construire sa notoriété et de participer à la visibilité avec la Française des Jeux.

⁸¹ Voir Annexe 4.

C) L'astrologie : une opportunité pour les marques de toucher une cible féminine et féministe via un discours dépolitisé

1. L'astrologie en tant que tendance, l'expression d'une forme d'engagement pour les marques

Les marques font aujourd'hui face à des enjeux d'image et d'engagement fort, notamment auprès des jeunes générations que ce soit un engagement sociétal, environnemental voire politique. Cependant, les marques qui souhaitent s'engager afin de toucher leur cible, font parfois des écueils dans leur manière de communiquer, récoltant ainsi des « *bad buzz* » voir aujourd'hui des *boycotts*, phénomène accentué par les réseaux sociaux qui permettent de mettre en lumière aisément ses erreurs marketings. L'engagement est donc devenu une sorte d'injonction en réaction à des formes de *cancel culture* de plus en plus prégnante, les marques doivent redoubler de vigilance quant à leur communication mais aussi quant à la provenance de leurs produits avec l'essor du *drop-shipping*. L'engagement des marques ne se situe pas seulement au niveau environnemental mais également au niveau sociétal, on retrouve des enjeux d'inclusivité et de visibilité des minorités au cœur des actions marketings. Selon un article du MC Factory, « Des mouvements sociaux comme #MeToo ou #BlackLivesMatter, des sujets comme l'inclusion et la transidentité ont désormais leur place dans la RSE des marques »⁸².

Cependant, comme l'exprime l'article du webzine MC Factory : « l'engagement sociétal des marques est une évidence. Ce qui l'est moins, c'est la communication autour de ces actions concrètes. Et pour les marques, l'ère du marketing activiste requiert alors d'inventer de nouveaux modèles de prise de parole »⁸³. Parmi les enjeux de communication des marques on retrouve donc celui de toucher leur cible via un discours à la fois engagé et non-problématique.

2. Un discours marketing qui touche une cible tout en étant « non-problématique »

Tout d'abord, le discours astrologique des marques s'inscrit dans une tendance, leur permettant à la fois de paraître engagé mais aussi proche des jeunes générations. Les marques

⁸² MC Factory. *Quel rôle sociétal pour les marques en 2021 ?* (2021, 15 avril). Consulté le 29 août 2022.

⁸³ Ibid.

qui se réapproprient l'astrologie s'investissent ainsi d'une image assez moderne tout en créant des produits dont la force de vente sera leur lien avec l'astrologie.

Comme évoqué précédemment, l'astrologie est souvent, sur Instagram, mêlé à un discours d'empouvoirement féminin, tout en étant par ces codes, très stéréotypés. Le discours marketing à travers l'astrologie pourrait permettre aux marques de porter ce discours d'empouvoirement ou du moins de toucher la cible sensible à ces messages, sans s'engager particulièrement dans un discours politique et potentiellement perçu comme problématique. En effet, les marques conscientisent potentiellement ce principe : les femmes, notamment celles ayant un certain pouvoir d'achat, mais également les femmes jeunes, sont sensibles au discours astrologique en ce sens que sur Instagram il leur définit un espace de liberté et de réappropriation de leur identité.

Comme nous l'avons vu, le lien entre le discours féministe et le discours astrologique est parfois exprimé au sein des comptes astrologiques, on peut donc évoquer le fait que les marques auraient compris cette association ainsi que la création de communautés autour de ces discours. Créer du contenu astrologique serait ainsi attirer l'attention de ces cibles spécifiques via l'astrologie. De plus, l'astrologie étant relativement absente des médias traditionnels et des institutions, car étant stigmatisée par les instances traditionnelles de manière générale, les marques qui font le choix du discours astrologique s'érigent ainsi en contradiction avec ces instances. Cela renforce à nouveau cet aspect moderne et d'engagement subjectif via un discours à la fois codifié et fédérateur.

Prenons l'exemple de la marque Merci Handy, marque de cosmétiques connue pour ses gels hydro-alcooliques et qui a créé une collection de gels à l'effigie des 12 signes du Zodiaque. La marque justifie ce lien entre l'astrologie et le produit via leur parfum spécifique : « Pour chaque signe, on a imaginé un gel avec un nouveau parfum exclusif, emblématique du caractère unique de chacun d'entre vous. De quoi incarner ton signe jusqu'au bout des doigts (...) Par exemple, pour les Poissons, le parfum est « mystérieux et intuitif (comme tous les poissons) aux notes de citrus, larmes de sirènes et muguet enchanté »⁸⁴. On peut observer l'effort qui a été opéré par la marque pour assigner certaines odeurs à un certain type de caractère lié à un signe astrologique : le message et le packaging reprennent les codes de l'univers de l'astrologie avec des couleurs intenses et une forme d'onirisme dans la description des parfums « larmes de sirènes » pour les Poissons, « énergie cosmique » pour

⁸⁴ *Astro Set: Une nouvelle façon de célébrer nos différences, signé Merci Handy*. (2021, 12 mars). Paulette Magazine. Consulté le 10 juillet 2022.

les Scorpions, etc. Tous ces éléments favorisent une forme d'identification à la fois intrinsèque au signe concerné mais également liée au produit.

De plus, il est intéressant d'observer comment les médias parlent de ce type d'initiative marketing, la valorisent, voire lui donnent un sens, une forme d'engagement liée notamment à la manière de communiquer de la marque. Ainsi, ce nouveau set de gels de Merci Handy a résonné notamment dans la sphère des magazines féminins, Paulette Magazine en a consacré un article en mars 2021, soulignant déjà une forme d'engagement de la marque à travers le titre de l'article : « Une nouvelle façon de célébrer nos différences, signé Merci Handy »⁸⁵. L'expression « célébrer nos différences » témoigne de l'ambition de la marque de représenter une société multiple et inclusive, grâce à des éléments astrologiques. De plus, Paulette Magazine se définit comme un magazine féminin « inspiré et inspirant » et produit de nombreux articles relatifs à une forme d'engagement pour les communautés sexuelles et de genre, accentuant ainsi son imaginaire de magazine engagé dans des formes de luttes sociales. Par exemple, dans la rubrique « Actus » du site de Paulette, on retrouve de nombreux articles exprimant les besoins et les actions de ces minorités (voir capture d'écran ci-dessous de la première page de la rubrique « Actus » de Paulette Magazine).

ACTUS



PAR CLÉMENCE BOUQUEROD
4 AOÛT 2022

HAWAYA : « ON A VOULU SAVOIR CE QUE VOULAIENT LES CÉLIBATAIRES MUSULMAN.ES EN FRANCE »



LIRE PLUS



PAR ASSISTANT REDAC
21 JUILLET 2022

LA COLLECTION ENGAGÉE DE GHD X LA LIGUE CONTRE LE CANCER

LIRE PLUS



PAR CLÉMENCE BOUQUEROD
20 JUILLET 2022

MARIE CAY : « C'EST IMPORTANT DE PARLER DE SEXUALITÉS QUEER PARCE QU'ELLES SONT TRÈS PEU REPRÉSENTÉES »

LIRE PLUS

Enfin, si on observe la rubrique « Qui sommes-nous? » du webzine on retrouve 4 adjectifs avec lesquels se qualifie Paulette : « communautaire, prescripteur, représentatif et engagé ». Ainsi, le fait pour la collection astro de Merci Handy d'être relayé par ce type de presse qui s'auto-proclame engagée, voire féministe semble légitimer également une forme d'engagement de la marque elle-même et surtout permettre à celle-ci de cibler facilement une

⁸⁵ *Astro Set: Une nouvelle façon de célébrer nos différences, signé Merci Handy.* (2021, 12 mars). Paulette Magazine. Consulté le 10 juillet 2022.

un public spécifique. La marque s'ancre dans un discours intrinsèque au magazine ce qui lui permet de toucher les communautés sexuelles et de genre (qui sont principalement représentés au sein de Paulette Magazine). Merci Handy se dote grâce à cela d'un discours presque perçu comme engagé dans la « célébration de nos différences » simplement avec l'argument du marketing astrologique. La marque touche ce cœur de cible parfois réticent à l'achat de produits de certaines marques qui n'expriment pas ou peu une forme d'inclusivité ou d'engagement dans les différentes luttes sociales, via un discours dépolitisé permis par l'astrologie.

Cependant, ces différents processus de réappropriation de l'astrologie par les marques mettent en lumière des enjeux et des tensions inhérents au discours astrologique porté par les comptes Instagram : si on considère ces comptes, ces discours et ces marques comme engagés dans un discours féministe et/ou d'empouvoirement féminin via les simples codes de l'astrologie, on participe en quelque sorte à nouveau à invisibiliser des revendications plus affirmées par certaines instances et à diffuser une forme de « féminisme modéré » ou de « féminisme ordinaire »⁸⁶.

3. Après le féminisme-washing et le pink-washing, pourrait-on parler d'astro-washing?

Si on reprend l'argument que les marques diffusent une forme de féminisme modéré et touchent des cibles spécifiques tout en se détournant d'un discours expressément engagé, on peut évoquer des similitudes avec d'autres processus marketing de plus en plus décrié comme le *pinkwashing* et le *feminism-washing*.

Ces anglicismes sont conçus sur le même modèle que celui du *greenwashing*, expression devenue répandue dans les années 2006-2007, face à l'augmentation de ce phénomène. Wikipédia définit ce concept comme suit : « Le *greenwashing*, ou écoblanchiment, est un procédé de marketing ou de relations publiques utilisé par une organisation pour se donner une image trompeuse de responsabilité écologique. La plupart du temps, les dépenses consenties concernent davantage la publicité que de réelles actions en faveur de l'environnement et du développement durable »⁸⁷. De même, le terme *pinkwashing* est utilisé pour « critiquer une technique de communication fondée sur une attitude bienveillante vis-à-vis des personnes LGBTQ+ par une entreprise ou par une entité politique,

⁸⁶ ESPINEIRA Karine. (2008) La Transidentité de l'espace médiatique à l'espace public. L'Harmattan, pp.196

⁸⁷ Source : Wikipédia

qui essaye de modifier son image et sa réputation dans un sens progressiste, tolérant et ouvert »⁸⁸.

Les marques sont souvent sujettes à la critique d'une forme de *pinkwashing* tandis qu'elles semblent vouloir répondre à une demande mais également attirer un nouveau cœur de cible engagé et difficile à capter. En effet, « D'après une étude de l'agence Ogilvy réalisée en 2017 aux Etats-Unis, la moitié des consommateurs – et 64% de ceux qui se présentent comme des alliés LGBTI – déclarent être plus susceptibles de préférer des produits de marques “LGBTI-friendly”, et fuir les autres ». De même le webzine Challenges évoque que « Le stéréotype “gay-friendly” est aussi caricatural qu'efficace pour mobiliser des valeurs modernes et progressistes dans l'imaginaire, passer pour défenseur de la tolérance ou prescripteur de tendances »⁸⁹. Ce phénomène incite certaines marques, notamment aux Etats-Unis à se positionner en tant que marque inclusive du point de vue des communautés de genre. Cependant cet engagement est souvent contradictoire avec certaines valeurs prônées par l'entreprise. De même, il arrive que cet engagement ne s'observe qu'à travers des campagnes de communication sans pouvoir en observer de réels impacts à long-terme au sein de l'entreprise. Certaines campagnes « gay-friendly » s'avèrent par moment mal reçues par ces communautés lorsqu'elles manquent de fond et d'un discours proposant des actions réelles en faveur de la lutte contre les discriminations sexuelles. On retrouve des exemples de « bad buzz » lié à ces campagnes, dans un article du magazine Challenges : « Nike espérait voir la vie en rose avec la capsule “BeTrue 2018”, une collection de quatre paires de baskets à la mode dont les semelles reprenaient le classique dégradé multicolore (...) L'association Act Up New York (...) s'est insurgée contre cette façon de faire : il n'y a rien de commun entre des baskets et les problèmes rencontrés par la communauté. La somme reversée aux œuvres de charité n'a pas été communiquée, mais l'association l'imagine faible au regard des 36 milliards de dollars de chiffre d'affaires de Nike cette année-là »⁹⁰. Les marques semblent ainsi rencontrer des difficultés à toucher ces cibles spécifiques que sont les communautés sexuelles et de genre via un discours cohérent et réellement engagé, et elles favorisent ainsi des phénomènes de *pinkwashing*. De fait comme l'évoque le journaliste de Challenges : « Pour éviter le “pink washing”, l'homosexualité ne doit être évoquée que si ça a du sens par rapport au produit »⁹¹. Néanmoins peut-on évoquer des similitudes entre ce type de

⁸⁸ Source : Ibid.

⁸⁹ Challenges. LEJEUNE, L. (2021, 26 juin). *La vérité sur le « pink washing », cette pratique marketing qui exploite les personnes LGBTI.*

⁹⁰ Challenges. LEJEUNE, L. (2021, 26 juin). *La vérité sur le « pink washing », cette pratique marketing qui exploite les personnes LGBTI.*

⁹¹ Ibid.

phénomène et celui de la réappropriation du discours astrologique perçu comme engagé, par les marques ?

De fait, si l'on part du principe que l'astrologie regroupe certains types de communautés, notamment les communautés sexuelles qui s'organisent en tant que *safe space* autour des comptes astrologiques, on peut supposer que ces dynamiques ont été conscientisées par les marques. En effet, on peut penser que les marques qui se réapproprient un discours astrologique (intrinsèquement féminin voire féministe) ont pour ambition de toucher des cibles précises sans pour autant s'engager de manière concrète pour ces communautés, on pourrait ainsi parler « d'*astrowashing* ».

A travers le discours astrologique et la création de gamme et de collection autour de l'astrologie et de ses significations, les marques ciblent à la fois les jeunes via la tendance et en même temps les communautés sexuelles et féministes via le discours communautaire, inclusive et d'empouvoirement féminin portés par l'astrologie. Mais utiliser l'astrologie comme argument de vente c'est savoir toucher ces cibles précises sans se positionner de manière trop virulente au sein de l'espace public, voire en détournant le concept de *féminisme washing*. On observe cette dynamique qui consiste à se réapproprier cette tendance pour évoquer une forme d'engagement qui ne trouve pas sa réalité dans l'entreprise au sein de la marque Lou YETU par exemple. En effet la marque qui était très tendance il y a quelques années a su se réapproprier les codes de l'astrologie pour faire une collection de bijoux à l'effigie de chaque signe, elle a su ainsi attirer une cible sensible à ce type d'objets relatifs à l'astrologie et se doter d'une image plutôt tendance et féminine, tout en s'affichant « made in france ». Cependant début 2021, la marque fait l'objet d'un scandale mis en lumière par le compte Instagram @balancetastartup : d'anciens salariés accusent la marque de mentir à ses consommateurs.trices sur la provenance réelle des bijoux mais dénoncent également les conditions de travail au sein de l'entreprise. On peut ainsi en déduire que la marque bien qu'auparavant dotée d'une image douce, féminine, tout en réinvestissant des discours d'engagement écologique et des concepts perçus comme liés au bien-être à une forme d'empouvoirement féminin comme l'astrologie, la marque n'a pas effectué d'engagement réel, et au contraire participait à des formes de harcèlement et favorisait une publicité mensongère sur ces engagements environnementaux.

Les marques qui se réapproprient le discours astrologique semblent favoriser une forme de stéréotypisation et de banalisation de l'astrologie tout s'investissant d'un discours perçu comme empreint d'engagement. En effet, le fait que les marques diffusent un discours

astrologique justifiant la création de produits peut induire à nouveau une forme de délégitimation et de stigmatisation de cette pratique. La justification du lien entre l'astrologie et le produit n'est parfois pas forcément évoquée et vient banaliser cette forme de réappropriation, vient lui faire perdre son sens premier, celui d'être « langage » et « guide » pour les individus en quête d'identité, en quête de réponses.

CONCLUSION

Après avoir minutieusement défini mon terrain de recherche ainsi que mes corpus, j'ai défini **trois hypothèses** pour traiter mon objet d'étude.

La **première hypothèse** consiste à observer si le discours astrologique permet aux communautés sexuelles de se retrouver autour de codes spécifiques, favorisant des processus d'auto-identification et d'identité communautaire, mais également de marginalisation et de stéréotypisation. A la lumière de nombreux cas et des analyses que j'ai exemplifié tout au long de mon travail, il est possible d'affirmer cette hypothèse. En effet, les comptes astrologiques comme Sisters Astro et Womoon, profite de l'espace Instagram pour diffuser un discours astrologique perçu comme bienveillant et qui facilite la création de communautés autour de l'astrologie. J'ai pu également observer que de nombreux codes, de nombreux éléments discursifs et visuels favorisent la création de communautés spécifiques qui s'identifient à ces codes grâce à leurs connaissances en astrologie. De ce fait, l'astrologie exclut en ce sens qu'elle nécessite l'appréhension d'un langage et de connaissances. Mais les comptes Instagram porteurs de ce discours crée de nouvelles formes d'exclusion et de marginalisation déjà présentes dans les magazines féminins et quand bien même nécessaire au renforcement communautaire : en s'adressant aux femmes, ces comptes développent un discours d'empouvoirement féminin qui prend une place croissante dans le discours astrologique et initiant ce lien comme « allant de soi ». Au sein de cette hypothèse et au cours de ma recherche, j'ai aussi pu observer un élément très paradoxale dans cette représentation de l'astrologie comme féminine et inclusive via des éléments de discours : celui-ci ne semble pas simplement exclure les hommes hétérosexuels ou les communautés dominantes mais également des femmes racisées et issues d'un certain milieu social. En effet, au regard des différents posts et à quelques exceptions près, alors que le discours astrologique sur Instagram est épris d'un discours dépolitisé sur l'indépendantisation féminine, celle-ci semble réservé à un certains types de femmes, celles qui possèdent un certain pouvoir d'achat et qui réside en dans des grandes villes. J'ai pu induire cette hypothèse à la fois via l'observation d'une absence relative des représentations des femmes racisées dans les posts, mais aussi via cette culture du bien-être et du self-care qui semble accessibles à des femmes ayant un certain pouvoir d'achat car qui passe par l'achat de différents produits (comme par exemple Womoon qui vend des agendas astrologiques à 45 euros). Ces éléments viennent

ainsi mettre en tension l'affirmation connexe des comptes diffusant un discours astrologique présentés comme des « safe space » inclusives.

La deuxième hypothèse exprime en quoi la dépolitisation du discours astrologique réinvesti par les communautés sexuelles et féministes semble favoriser une invisibilisation et une délégitimation du discours féministe tout en participant à la création de safe space et à un processus d'auto-identification. Il m'a été en effet possible d'affirmer cette hypothèse via la mise en lumière du discours de certains comptes. En effet, on peut l'observer à travers la création de comptes qui lient problématiques des communautés de genre et astrologie comme le compte @astrologouine suivi par plus de 25k personnes, mais aussi à travers des comptes comme @womoon dont le discours astrologique mêlé à celui de l'empouvoirement féminin reste relativement ambigu, on observe une forme de dépolitisation d'un discours engagé. J'ai pu aussi affirmer par d'autres exemples - notamment liés au processus de stéréotypisation induit par la tendance astrologique et son hyper-circulation - que le fait que le discours astrologique soit perçu comme engagé favorise un féminisme modéré, et marginalise des discours féministes perçus comme plus virulents ou revendicateurs, mais aussi plus engagé de manière concrète dans les luttes sociales. Cependant, la notion de "safe space" est aussi relativement présente dans les discours astrologiques que j'ai pu étudier, comme une manière d'intensifier les processus d'auto-identification mais aussi de communautés. J'ai pu aussi voir en quoi la notion même de « safe space » avait une connotation dépolitisé puisqu'elle fait référence à des minorités sexuelles qui ne trouvent pas forcément un "lieu sûr" et une liberté d'expression aussi importante dans le débat public que dans les comptes astrologiques, qui favorise également les notions de « self-care » et de « self-acceptance ». Ces notions mêlées au discours astrologique m'ont permis d'affirmer qu'un processus de dépolitisation et de réappropriation militante s'opère de manière sous-jacente au sein des comptes astrologiques. Néanmoins, le discours astrologique sur Instagram, parce qu'il profite d'une hyper-circulation, est également stéréotypé, stéréotypisation suscitée à la fois par les comptes astrologiques - à travers les *astromèmes* par exemple - mais également favorisée par les marques et les utilisateurs eux-mêmes.

La troisième hypothèse suppose le fait que l'astrologie et le regroupement des communautés soit conscientisé par les marques et facilite ainsi la réappropriation du sujet par ces instances lucratives via la captation marketing d'une cible efficace et concrète en contournant les enjeux d'un discours féministe et perçu comme plus sensible. Cette hypothèse vient se décentrer du simple discours astrologique des comptes Instagram, pour observer en quoi les marques capitalisent également sur l'astrologie depuis quelques temps.

J'ai pu ainsi affirmer que les marques se réapproprient bel et bien l'astrologie pour diffuser leurs produits ou pour créer du contenu notamment sur Instagram, qu'il soit justifié ou non. J'ai pu également voir que ces marques parvenaient ainsi à toucher une cible souhaitée notamment via des relais médiatiques, comme on l'a vu avec le post de la Française des Jeux sur le compte Sisters Astro, mais également avec l'article de Paulette Magazine sur la collection astrologique de Merci Handy. Néanmoins, il m'a été plus difficile d'affirmer de manière concrète et exemplifiée que les marques, en investissant le discours astrologique, conscientisent le fait qu'elles touchent une cible sensible aux notions de féminisme. Il aurait été intéressant en ce sens d'interviewer une marque ayant créé une capsule astrologique et d'en analyser le discours, mais aussi de sonder les consommateurs.trices de ces marques ainsi que de l'astrologie. Malgré cela, le développement de cette hypothèse m'a permis d'affirmer, que le fait pour les marques de se réapproprier le discours astrologique favorisait une forme de vulgarisation de celui-ci pour le faire circuler et faire fructifier une campagne de communication ou une collection. J'ai pu ainsi rejoindre l'argument émis dans la seconde hypothèse comme quoi l'astrologie diffusée par les instances sur Instagram et du fait de sa tendance, était sujette à des stéréotypes, tout comme la communauté qui en découle. L'investissement des codes féminins pour évoquer l'astrologie semble presque circonstanciel sur Instagram et fait persister une forme de tensions entre création d'espace de liberté pour les communautés sexuelles et marginalisation voire délégitimation du discours astrologique sur-féminisé.

D'un point de vue méthodologique, j'ai également eu des difficultés, de prime abord à observer de manière objective mon terrain ainsi que mon objet d'étude. En effet, étant passionnée d'astrologie la prise de recul n'a pas toujours été évidente, mais c'est grâce à la constitution et à l'analyse poussée de mon corpus que j'ai pu délimiter correctement mon sujet et me centrer sur ce qui faisait sens : il a fallu par exemple que je m'éloigne d'un point de vue trop socio-historique pour me focaliser sur les dynamiques émises par Instagram. J'ai eu également des difficultés à analyser et à prendre de la distance face à certains éléments comme l'entretien effectué avec Zoé Lafont. De fait, à la suite de cet entretien, j'ai dû redéfinir en quelque sorte mon argumentation autour de l'astrologie sans l'élargir à l'ésotérisme et à la presse féminine. De plus, j'ai mis plusieurs semaines à soutirer des éléments d'analyse au sein des verbatims de l'astrologue. Cela m'a demandé d'accentuer un regard très scientifique sur cet entretien, qui m'avait passionné d'un point de vue personnel. Dans mes précédents travaux, j'avais eu l'occasion d'utiliser les verbatims issus de mes

entretiens tels quels, pour appuyer mon propos. Cette année et avec cette interview il m'a fallu ne pas rester en surface mais plutôt faire une analyse du discours de Zoé Lafont afin d'en tirer un contenu utile à mon étude.

La plateforme Instagram qui a été au centre de ma recherche et qui m'a permis d'enrichir largement mon corpus, m'a semblé être l'espace parfait pour observer la véracité de ses hypothèses. En effet, ce réseau social est lui-même connu pour ces paradoxes entre superficialité, monstration de soi et identité communautaire autour de certains comptes. De plus, ce réseau social semble très investi par les marques qui y voient un enjeu de visibilité, favorisé par les nombreuses fonctionnalités marketing et commerciales de la plateforme (par exemple le *call to action* « voir la boutique »). La réappropriation de l'univers astrologique par les marques semble ainsi avoir une place de choix au sein de la vitrine que représente Instagram. Cependant, il aurait été intéressant d'observer comment s'articulent les communautés astrologiques virtuelles sur d'autres réseaux sociaux comme Twitter, Youtube mais aussi TikTok, réseau social au sein duquel les contenus astrologiques sont de plus en plus présents.

Au sein de ma recherche, j'ai à quelques reprises évoqué le lien puissant entre les différentes représentations qui investissent l'astrologie, l'ésotérisme et le développement personnel. Pour des raisons de délimitation de mon sujet, je n'ai pas pu investir le domaine de la sorcellerie et approfondir les notions de *soeurcières* qui possèdent pourtant de nombreux exemples de foyer de communauté, notamment sur Instagram, avec la naissance de lieux de rencontres tels que le Café Contresort créé par Mathilde Fachan. Pour une future recherche il serait intéressant de décrypter ce qui lie de manière si importante le féminisme et la sorcellerie et comment aujourd'hui ces notions sont portées à la fois par des comptes Instagram mais en quoi ces notions sont elles aussi, reprises par des marques. Les sorcières semble être aujourd'hui et pour des raisons socio-historiques, la figure ésotérique du féminisme et de la femme indépendante par excellence. C'est en établissant mon corpus sur Instagram que je me suis plusieurs fois retrouvée en tension entre les notions astrologiques et toutes celles qui relèvent de l'ésotérisme et de la sorcellerie. Finalement, tous ces éléments à la fois épris d'un imaginaire collectif onirique et d'une puissante connotation féministe pourrait faire l'objet d'une étude future en tant que facilitateur de regroupement de communautés sexuelles et de genre mais également en tant que réappropriation marketing. De fait, il m'aurait paru très digne de considération d'interviewer des personnes qui connaissent ces deux phénomènes et qui les mêlent au sein de leur discours comme

l'astrologue Mathilde Fachan. En effet, Mathilde est à la fois créatrice du podcast Z comme Zodiaque mais elle écrit également des articles pour ELLE sur l'astrologie, tout en participant à la création du Café Contresort où s'institue de multiples pratiques ésotériques comme la tarologie et où est repris l'univers de la sorcellerie. En ce sens, il semble - au cours d'un potentiel travail sur ce sujet - intéressant de se rendre dans ce café afin d'y faire une observation de l'espace, des différentes interactions et de la fréquentation de ce dernier.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages et articles de revue

- BALLON, Maeva, & TORRES, Flaz. (2021). Les archives, un outil dans la construction d'un rapport de force féministe : l'exemple d'un groupe féministe et syndical.
- BARTHES Roland. (1957). Mythologies. Seuil.
- CHARAUDEAU Patrick. (2005). Le discours politique. Les masques du pouvoir. Paris, Vuibert.
- CHOLLET Mona. (2018). *Sorcières : La puissance invaincue des femmes*. La Découverte.
- COCHOY Franck. (2004). *La captation des publics : c'est pour mieux te séduire, mon client ...* Presses universitaires du Mirail, coll. Socio-Logiques.
- DALY Mary. (1979). *Gyn/Ecology the Metaethics of Radical Feminism*. Beacon Press.
- DIDI-HUBERMAN Georges. (2007). *L'image ouverte, Motifs de l'incarnation dans les arts visuels*. Gallimard.
- KUNTH Daniel, & ZARKA Philippe. (2005). *L'astrologie*. Presses Universitaires de France.
- FROUIN Camille. (2021a). *L'astrologie et les médias digitaux : nouvelles médiations de la pratique astrologique*. Dumas.
- FROUIN Camille. (2021b). L'astrologie sur Instagram. *Effeillage*.
- GOUDET Laura. (2016). Le dispositif iconotextuel des mèmes : clichés variables et subversion des genres. *Fragmentum*.
- INK Marion. (2016). Plaisanteries d'initiés. *Réseaux*.
- JULLIARD Virginie, & GRISON Thibault. (2022). L'IA dans la modération : censure des contenus LGBT sur TikTok et Twitter et terreau de nouvelles formes sémiotiques
- KENNEY MOIRA Rachel. (2001). Mapping Gay L.A. : The Intersection of Place and Politics.
- LACAZE Lionel. (2008). La théorie de l'étiquetage modifiée, ou l'« analyse stigmatisée » revisitée. *Nouvelle revue de psychosociologie*.
- MILELLI Diane. (2019). *Les nouvelles formes de militantisme féministe : le cyberféminisme sur Instagram dans l'ère post #MeToo*. Dumas.

- MOLINA-LUQUE Fidel. (2002). Entre l'identité et l'identification : un problème complexe de la recherche sociologique dans le domaine de l'interculturalité. *Sociétés*.
- MORIN Edgar. (1990). *Croyance astrologique moderne*. L'Age d'Homme.
- PROULX Serge, POISSANT Louise, SENEAL Michel. (2006). *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*. Presses de l'Université de Laval.
- RIBONI, Ulrike Lune, & BERTHO, Raphaële. (2020). Introduction. *Études de communication*, 54, 7-18.
- VERGES, Françoise. (2017). Toutes les féministes ne sont pas blanches. *Le Portique*, 39-40.
- VOLTAIRE. (1763). *Traité sur la tolérance*. Flammarion.

Pages web et articles de presse en ligne

- **Challenges**. LEJEUNE, L. (2021, 26 juin). *La vérité sur le « pink washing », cette pratique marketing qui exploite les personnes LGBTI*.
- **Femina**. ROUDEN Elsa. *Qui sont les 28% de Français qui croient en l'astrologie ?* (2020, 13 août). Consulté le 14 juillet 2022.
- **La Gazette des femmes**. CHARTIER Sophie. (2017, 26 mai). *Le self-care : une nouvelle injonction?* Consulté le 5 août 2022.
- **MC Factory**. *Quel rôle sociétal pour les marques en 2021 ?* (2021, 15 avril). Consulté le 29 août 2022.
- **Paulette Magazine**. BOUQUEROD C. *Astro set : Une nouvelle façon de célébrer nos différences, signé Merci Handy*. (2021, 12 mars). Consulté le 10 juillet 2022.
- **Terra Femina**. VOLFSOHN Olga. (2015, 9 octobre). *Pourquoi apprendre à aimer son corps est un acte féministe*. Consulté le 6 août 2022.

Enseignements dans le cadre du CELSA :

- AÏM Olivier, *Théorie de la Communication et pensées des médias* - Licence 3 Médias

ANNEXES

ANNEXE 1 : Guide d'entretien pour l'interview avec Zoé Lafont.

Questions introductives :

- Zoé, peux-tu te présenter et présenter tes différentes activités ?
- Quel est selon toi le lien entre ton métier de psychologue et celui d'astrologue ?
- Quels articles rédiges-tu au sein du magazine Version Fémina ? Des articles uniquement web ou papier également ?
- Quelles sont tes actions au sein du compte Twelv.love ?
- J'ai vu qu'il y avait également un site Internet, quelle est sa différence avec le compte twelv.love ?

Thématique n°1 : Le discours astrologique sur Instagram (créations de communautés, etc)

- Quand as-tu créé le compte @twelv.love et pourquoi?
- Il semblerait que le compte @twelv.love soit principalement accès sur le thème de l'amour et de l'astrologie (à en voir la biographie "lov & astro", le nom twelv.love et les différents posts) est-ce un choix de ta part et de la part de Christine Haas ? Si oui pourquoi?
- Quel est le % de femmes et d'hommes qui suivent le compte @Twelv.love ?
- Selon toi pourquoi certaines communautés s'intéressent plus que d'autres à l'astrologie ?
- Selon une étude récente, 41% des Français croient en l'astrologie, selon toi, pourquoi l'astrologie resurgit de manière exponentielle ces derniers temps notamment chez les jeunes générations et sur les RS?
- Quels sont les posts qui suscitent le plus d'interactions (partages, likes) ? Pourquoi selon toi ?
- As-tu une impression de regrouper ou de créer une communauté autour de ton compte via un discours astrologique
- As-tu fait des choix graphiques au niveau de tes posts instagram, de quoi t'es-tu inspirée et pourquoi?

2ème thématique : La presse féminine

- Est-ce que tu abordes différemment l'astrologie dans la presse par rapport à Instagram?
- Sais-tu quel est le public cible des articles "astro" parus sur le site de Version Femina?
- Penses-tu que le discours astrologique dans la presse féminine a évolué depuis quelques années/depuis la résurgence de l'astrologie sur les RS?
- J'observe personnellement des connotations notamment visuelles entre la presse féminine et Instagram : à ton avis est-ce que ces deux médias s'auto-influencent sur la façon de mettre en image et en écriture l'astrologie ?
- On reproche souvent à la presse féminine de ne pas faire évoluer les codes sociaux, qu'il y ait encore des articles liés à la beauté et à la minceur, une manière de s'exprimer stéréotypée et très féminisée, est-ce que tu observe cela au sein des articles sur l'astrologie dans les magazines de manière générale ?

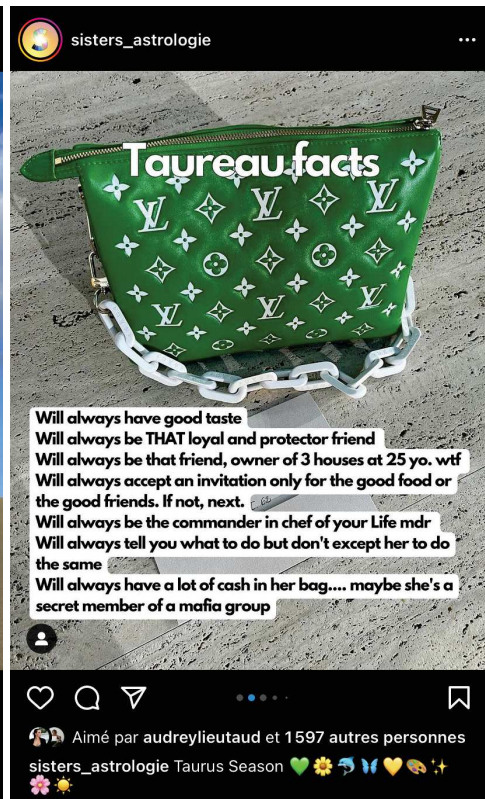
3ème thématique : Marques et réappropriation

- Selon toi, est ce que l'on peut considérer que l'astrologie permet des regroupements de communautés notamment de femmes autour d'une croyance commune et qui agirait comme un espace de safe space ?
- J'ai remarqué en analysant certains comptes Instagram qu'il y a souvent un discours d'émancipation féminine, de liberté, de bien-être, voire de communautés de "soeurcières". Penses-tu qu'on peut voir dans le discours astrologique et plus largement ésotérique un discours féministe ?
- Quel est ton avis sur ces communautés ?
- En se revendiquant comme communautés de femmes on peut avoir tendance à penser que c'est un discours excluant qui marginalise, en sachant que l'astrologie est déjà marginalisé et perçu comme féminin, as-tu un avis sur cela ?
- Beaucoup de marques se réapproprient l'astrologie et son discours pour promouvoir des nouveaux produits des collections capsules, que penses-tu de ce phénomène ?
- As-tu toi-même pensé à développer une forme de marque ou de marque-média autour de l'astrologie et de ton compte Instagram par exemple?
- Quel est ton regard sur l'astrologie actuelle et celle de demain dans les médias ?

ANNEXE 2 : Entretien

L'entretien a été retiré de la version diffusée en ligne.

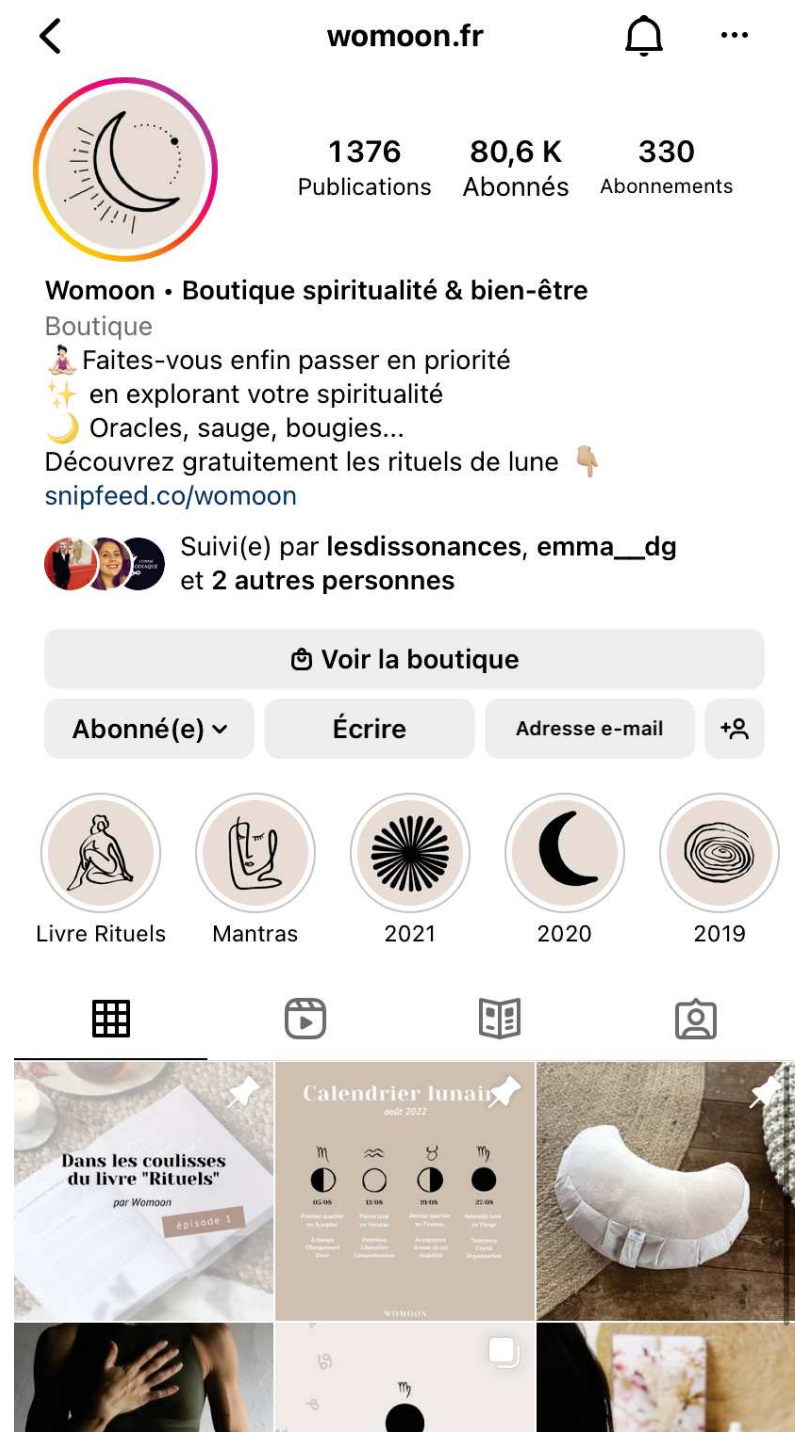
ANNEXE 3 : Captures d'écran du post du compte @SistersAstro introduisant la saison des Taureau, datant du 17 mai 2022.



ANNEXE 4 : Captures d'écran de la publication du compte @SistersAstro en partenariat avec la Française des Jeux datant du 10 mai 2022.




ANNEXE 5 : Capture d'écran du feed Instagram et de la biographie du compte @womoon.fr.





ANNEXE 6 : Capture d'écran du feed Instagram et de la biographie du compte @glossy_zodiac.

< **glossy_zodiac** 🔔 ...





1077 **4,8 mio** **4**
Publications Abonnés Abonnements




astrology ♡🌸
Salon de beauté
your daily dose of zodiac memes ✨
give credit if you repost.
@FashionNova
Voir la traduction

Suivi(e) par  
et 16 autres personnes

Abonné(e) ▾ Écrire +👤

 
fashionnova bingos

📱 🏠

<p>♎ libra ♎ @glossy_zodiac</p> <p>avoids conflicts at all costs</p> <p>can sweet talk their way out of anything</p> <p>overthinks everything to the max</p> <p>always has an amazing aesthetic</p> <p>gets distracted very easily</p> <p>has a new crush every 3 seconds</p> <p>libra in public</p> <p>libra at home</p>	<p>♈ aries ♈ @glossy_zodiac</p> <p>main character energy</p> <p>bold af</p> <p>secretly a softie</p> <p>uses their outdoor voice 24/7</p> <p>not afraid to put people in their place</p> <p>aries in public</p> <p>aries at home</p>	
		

libra venus moodboard

RÉSUMÉ

Ce travail de recherche étudie le phénomène de réappropriation du discours astrologique notamment sur Instagram, et effectué par diverses instances. J'y ai étudié et analysé l'expression à la fois visuelle et discursive des comptes astrologiques tels que @sistersastro, @womoon.fr ou encore @glossy_zodiac.

Dans un premier temps j'y ai observé en quoi Instagram en tant que plateforme qui permet la circulation du discours astrologique crée également une forme de tension autour de cet objet : cet espace médiatique favorise la création de communauté tout en facilitant une forme d'individualisation et de codification du discours. J'ai analysé comment s'articule le principe de la communauté autour de l'astrologie et quelles sont les tensions qui s'y réfèrent via plusieurs exemples issus de mon corpus.

Dans une deuxième partie j'ai tenté d'illustrer la tension que j'ai pu observer lors de mon analyse de corpus entre une certaine marginalisation parfois volontaire et intrinsèque à la création du discours astrologique et au regroupement de communautés opprimées, et d'autre part l'aspect stéréotypé de ce discours. J'ai ainsi observé en quoi le fait de se constituer en communauté vient à exclure le reste des groupes sociaux et en quoi avoir des codes marqués engendre une tension entre expression de son unicité et marginalisation.

Le discours astrologique hors de ses processus de réappropriation est, par essence, codifié en ce sens qu'il nécessite des notions et des connaissances. C'est d'ailleurs ce qui participe à sa circulation et à son processus communautaire. J'ai étudié également en quoi ces codes étaient liés à des messages et des représentations d'empouvoirement féminin qui pouvaient apparaître comme excluants. J'ai aussi observé ce qu'implique cette codification au sein même de la sphère féministe.

Enfin, j'ai pu remarquer que le discours astrologique des comptes de mon corpus, bien qu'il crée des formes de *safe-space*, venait aussi perpétuer des représentations établies et produites par nos sociétés patriarcales sans questionner davantage les problématiques politiques et sociales qui les régissent. Ce discours, parce qu'il est dépolitisé et populaire, intéresse les marques et crée de nouveaux processus de réappropriations. J'ai donc tenté d'analyser les processus de réappropriation du discours astrologique qui ont été effectués par certaines marques dans un objectif de captation d'une cible spécifique.

MOTS-CLÉS

Astrologie

Féminisme

Communauté

Dépolitisation

Stéréotype

Instagram

Réseau social

Identités

Genre

Captation

Réappropriation

Marketing

Tendance

Hyper-circulation