



HAL
open science

Le Web et les réseaux sociaux, dernière vague du féminisme ?

Josiane Jouët

► **To cite this version:**

Josiane Jouët. Le Web et les réseaux sociaux, dernière vague du féminisme ?. La revue des médias, 2019. hal-03835815

HAL Id: hal-03835815

<https://univ-panthéon-assas.hal.science/hal-03835815>

Submitted on 1 Nov 2022

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

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



Le Web et les réseaux sociaux, dernière vague du féminisme ?

La parole féministe s'est fortement propagée dans l'espace numérique. Une jeune génération d'activistes s'est emparée du Web et des réseaux sociaux pour défendre l'égalité entre les sexes. Cette parole participe d'un vaste mouvement social pour l'émancipation des femmes.

par *Josiane Jouët*

L'essor de sites, blogs et comptes de réseaux sociaux féministes est couramment perçu comme la troisième vague du féminisme, faisant suite à la première vague des suffragettes des années 1920, puis à la seconde vague des militantes issues du

mouvement de mai 1968⁽¹⁾ (#footnote1_odhnrkd)
. Peut-on, pour autant, considérer que le recours au numérique marque une rupture avec les modalités antérieures du féminisme ou bien s'agit-il plutôt d'une transformation des formes d'action permises par les propriétés techniques de cet outil ?

De fait, les nouvelles militantes reprennent les répertoires d'action mobilisés par les féministes historiques, mais leurs modes d'expression se ressource dans la culture numérique et leurs discours sont amplifiés par leur diffusion via les réseaux sociaux. Néanmoins, le Web n'est qu'une des faces du féminisme contemporain qui interpelle aussi les pouvoirs publics et recourt aux médias de masse pour défendre la cause des femmes.

Un féminisme de clics, jeune et très actif

À l'automne 2017, la déferlante de témoignages suscités par #MeToo demeure, à ce jour, comme le point culminant de l'utilisation des réseaux sociaux dans le combat contre les violences faites aux femmes. Dans un tweet, le 15 octobre 2017, l'actrice états-unienne Alyssa Milano accusait de viol le producteur hollywoodien Harvey Weinstein, et invitait d'autres femmes victimes à se manifester sur le fil #MeToo. L'appel s'est répandu comme une traînée de poudre, y compris en France où la journaliste Sandra Muller avait déjà publié, le 13 octobre, le mot-

dièse [#BalanceTonPorc](#)

(<https://fr.wikipedia.org/wiki/BalanceTonPorc>). Ces deux mots-dièses, puis [#MoiAussi](#), seront suivis sur Twitter par des milliers d'abonnés et de nombreuses femmes, y compris celles qui ne se réclament pas du féminisme, ont alors dénoncé les agressions dont elles ont été victimes dans leur vie privée ou professionnelle.

Toutefois, [#MeToo](#) n'est un phénomène inédit que par son ampleur car, en France comme dans d'autres pays, plusieurs associations et collectifs féministes avaient déjà lancé via Twitter ou Facebook des campagnes contre les violences que subissent les femmes.

Citons, par exemple, [#StopViol](#) du [Collectif féministe contre le viol](#)

(<https://cfcv.asso.fr/campagnes/>) qui organise aussi des permanences téléphoniques à disposition des victimes et la campagne [Viol : la honte doit changer de camp](#) (<http://www.contreleviol.fr/>) de l'association [Osez le féminisme](#) (<http://osezlefeminisme.fr/>).

Le féminisme de clics, sous forme d'alertes ou de campagnes sur divers thèmes, est récent et est devenu rapidement très actif. Il émerge progressivement dans les années 2000 et surtout au tournant des années 2010, [quand surgissent de nouveaux collectifs féministes que nous avons étudiés en 2015 et 2016](#)

(<https://www.cairn.info/revue-reseaux-2017-1-page-21.htm>) **(2)** (#footnote2_ladpg6g) . L'engagement des féministes en ligne participe d'un mouvement social (<https://www.cairn.info/revue-societes-contemporaines-2012-1-page-17.htm>)
redevenu très vivace, mais aussi fragmenté par l'émiettement des revendications. Sur le Web, toutes les tendances s'expriment, allant d'un féminisme qualifié de réformiste pour ses appels à l'égalité femmes-hommes dans la vie professionnelle et sociale, à un féminisme plus sectoriel fondé sur la demande de la reconnaissance des identités sexuelles comme le groupe G.a.r.c.e.s de Sciences Po (<https://collectiffeministe.wordpress.com/>) ou ethniques comme le collectif afro-féministe Mwasi (<https://mwasicollectif.com/>).

Sur le Web, toutes les tendances s'expriment, allant d'un féminisme qualifié de réformiste pour ses appels à l'égalité femmes-hommes dans la vie professionnelle et sociale, à un féminisme plus sectoriel.

Certains collectifs se cantonnent à un domaine particulier (les publicités sexistes pour Les Chiennes de garde (<http://www.chiennesdegarde.com/>) ou la défense de

la parité pour [La Barbe](https://twitter.com/labarbelabarbe) (<https://twitter.com/labarbelabarbe>), tandis que d'autres sont plus généralistes comme [Osez le féminisme](http://osezlefeminisme.fr) (<http://osezlefeminisme.fr>) ou [Les Effronté.es](https://effrontees.wordpress.com/) (<https://effrontees.wordpress.com/>), ces dernières étant aussi très actives dans la défense des minorités et se positionnant à l'extrême-gauche. Si toutes les militantes condamnent le viol et les agressions physiques ou verbales, des lignes de fracture divisent les collectifs dans leur positionnement sur le voile ou sur la prostitution. Cette diversité des groupes militants se greffe ainsi sur les tensions qui traversent aujourd'hui le corps social.

S'assurer une forte identité numérique et une large visibilité

Tous les collectifs féministes veillent à s'assurer la visibilité la plus large possible par la publication régulière d'un flux abondant de posts. Les sites web constituent l'identité pérenne des groupes qui y archivent leurs actions, par exemple, des campagnes comme celles d'[Osez le féminisme](http://osezlefeminisme.fr/nos-campagnes/) (<http://osezlefeminisme.fr/nos-campagnes/>) ou des interventions en direct comme celles du collectif La Barbe dans les tables-ronde de diverses manifestations constituées exclusivement d'hommes. Très actives sur les réseaux sociaux, les militantes y annoncent leurs actions (organisation d'événements, campagnes, interventions, réunions) et visent à susciter des commentaires ou des

témoignages de leurs abonnés. Elles nourrissent aussi leurs comptes Facebook ou Twitter par une veille sur le sexisme, relaient des informations issues de plusieurs sources (médias, associations, recommandations d'événements culturels, ouvrages, films...) et elles renvoient à de nombreux liens hypertextes ou comptes Twitter ([Les Effronté.es](https://twitter.com/efFRONTees) (<https://twitter.com/efFRONTees>), [Les Chiennes de garde](https://twitter.com/search?q=Les%20chiennes%20de%20garde&src=typd) (<https://twitter.com/search?q=Les%20chiennes%20de%20garde&src=typd>)...).

L'image renvoyée est celle d'un féminisme hyper-connecté, jeune et joyeux tout en étant engagé.

Sur le Web, se déploie un féminisme vivant, imprégné par la culture pop qui recourt massivement aux images. Les collectifs travaillent leur identité numérique, affichent « leur marque » par des logos et jouent sur les couleurs. Ainsi, La Barbe s'affiche avec des barbes postiches, tandis que [Georgette Sand](http://www.georgettesand.org/) (<http://www.georgettesand.org/>) s'expose par un visuel rétro de teinte sépia avec un nœud dans les cheveux. Le graphisme peut-être plus ou moins sobre ou sophistiqué, mais les posts font souvent une large place à l'humour — un mode d'expression déjà courant auprès des féministes de la seconde vague — et à des photos déposées sur leurs comptes Instagram ou à des vidéos souvent diffusées sur YouTube. Les militantes produisent des

contenus multimédias faisant montre de qualités artistiques et elles n'hésitent pas, parfois, à se mettre en scène. Mentionnons à titre illustratif les vidéos des Effronté.es

[#JouirDeMesDroits](#)

(<https://www.youtube.com/watch?v=B3sM68kf2jM>) ou

la mise en scène « [C'est la chatte](#)

(<https://www.youtube.com/watch?v=-rLvuka4BO4>) »

produite par les militantes de Georgette Sand diffusée sur leur site et [sur YouTube](#)

(<https://www.youtube.com/watch?v=-rLvuka4BO4>).

L'image renvoyée est celle d'un féminisme hyper-connecté, jeune et joyeux tout en étant engagé.

Un nouveau profil de militantes

Les nouvelles militantes ont majoritairement entre 20 et 35 ans et appartiennent à la génération qui, dès l'enfance, a été imprégnée de culture audiovisuelle et familiarisée avec l'internet dont elles maîtrisent les codes d'usage (langage, buzz, etc.). Elles utilisent avec dextérité Wordpress et les outils du DIY (Do It Yourself) pour réaliser des publications créatives. Alors que la technique a toujours été un bastion réservé aux hommes, la convivialité des dispositifs numériques leur a permis de s'affranchir du recours aux experts masculins et de gagner en autonomie. Si l'appropriation de la culture numérique est un dénominateur commun à toutes les jeunes femmes, l'impératif d'une compétence

technique conduit à l'émergence d'un nouveau profil de militantes dans la hiérarchie des collectifs. Nos entretiens ont identifié que les sites web étudiés et les posts sur les réseaux sociaux sont souvent produits par des activistes qui appartiennent au monde professionnel de la communication (journalistes, vidéastes, relations publiques...).

Ces femmes sont donc expertes dans l'élaboration de la stratégie éditoriale et dans la dimension communicationnelle du militantisme.

Ces femmes sont donc expertes dans l'élaboration de la stratégie éditoriale et dans la dimension communicationnelle du militantisme. Les générations antérieures du féminisme ont certes eu recours aux médias alternatifs (les tracts, la presse militante, puis le cinéma et surtout la vidéo), mais elles étaient une poignée à maîtriser l'usage de ces médias à l'inverse d'aujourd'hui. Il est d'ailleurs significatif que les sites des collectifs créés par des féministes de la seconde vague, Les Chiennes de Garde par exemple, fonctionnent davantage sur le mode traditionnel des communiqués de Presse et sont moins créatifs en visuels numériques.

Un autre fossé générationnel se repère au niveau politique. Les femmes de la troisième vague sont très politisées envers toutes les questions touchant les droits des femmes et les discriminations qu'elles subissent. Toutefois, elles ont majoritairement abandonné la matrice idéologique d'une transformation radicale de toute la société. À l'inverse des féministes des années 1970 marquées par le courant marxiste-léniniste et par les écoles de critique sociale, les activistes du XXI^e siècle font preuve d'un plus grand pragmatisme et concentrent leur énergie sur les luttes des femmes. Pour être moins intellectuel, leur engagement n'en est pas moins vigoureux. Il se manifeste aussi sur un mode plus ponctuel, selon les causes à défendre, à l'instar des mobilisations dans les autres mouvements sociaux⁽³⁾ (#footnote3_0uxokb6) .

L'atout majeur de l'activisme numérique réside bien dans le relais instantané des informations postées sur les réseaux sociaux qui permet un grand élargissement de la diffusion.

De fait, l'organisation des collectifs repose sur une poignée de militantes assidues aux côtés d'activistes occasionnelles, comme c'était d'ailleurs déjà le cas dans les groupes féministes de la seconde vague. Toutefois, selon l'acuité de l'actualité des luttes, les appels à manifestations, pétitions ou témoignages suscitent l'engagement de leurs abonnées sur les réseaux sociaux. L'atout majeur de l'activisme numérique réside bien dans le relais instantané des informations postées sur les réseaux sociaux qui permet un grand élargissement de la diffusion. Alors que les journaux féministes des années 1970 ne touchaient qu'un faible lectorat, les publications numériques bénéficient d'une audience nettement accrue. Le nombre d'abonnés aux comptes sociaux(4) (#footnote4_ft7f8ij) est disparate, le premier cercle étant constitué des militantes, mais on observe aussi beaucoup de féministes ordinaires, non engagées sur le terrain, mais très sensibilisées à la cause des femmes. Les publications sont aimées, parfois commentées et partagées par les abonnées sur leurs propres comptes, entraînant ainsi une démultiplication de leur circulation dans les espaces personnels. Le féminisme sur le Web est ainsi composé de petites communautés agissantes qui, en dépit de leur fragmentation, participent toutes d'un plus vaste mouvement social.

Le Web féministe, un espace médiatique alternatif

La vivacité du féminisme numérique pourrait laisser penser qu'il s'agit d'un univers purement virtuel et clos sur lui-même. Or, il n'en est rien — à plusieurs titres. D'une part, si les militantes utilisent leurs messageries personnelles pour échanger et organiser leurs actions, elles se rencontrent régulièrement. Elles organisent aussi des réunions ou des rencontres conviviales, comme des apéros dans des cafés, pour accueillir des sympathisantes voire recruter de nouvelles activistes. D'autre part, elles font du lobbying auprès des médias en contactant les journalistes sensibilisés au sexisme pour qu'ils couvrent leurs actions (événements, campagnes). Leurs comptes abondent de mentions d'articles de presse, de reportages télévisuels sur divers sujets dont elles relèvent le contenu sexiste, mais elles peuvent aussi se féliciter de leur couverture favorable à la libération des femmes. Ainsi, la reprise, en juillet 2018, de [la vidéo diffusée par le quotidien *Le Parisien*](http://www.leparisien.fr/societe/harcelement-de-rue-une-video-pour-ouvrir-les-yeux-30-07-2018-7837971.php) (<http://www.leparisien.fr/societe/harcelement-de-rue-une-video-pour-ouvrir-les-yeux-30-07-2018-7837971.php>) d'un homme agressant une femme près d'un café souleva une vague d'indignation sur les réseaux féministes.

En un sens, le Web féministe est un espace médiatique alternatif qui apporte un regard critique sur les grands médias, mais qui les alimente aussi en informations sur les questions de société touchant les femmes. Les

féministes s'adressent également à des personnalités politiques favorables à leurs causes pour que leurs revendications aboutissent à des modifications de textes législatifs ou réglementaires. Les campagnes menées en faveur des grandes causes, comme celle pour l'égalité professionnelle, sont soutenues par plusieurs collectifs qui font alors preuve de solidarité. La campagne lancée par une association constituée en 2014 contre le harcèlement de rue, [Stop harcèlement de rue](http://www.leparisien.fr/societe/harcelement-de-rue-une-video-pour-ouvrir-les-yeux-30-07-2018-7837971.php) (<http://www.leparisien.fr/societe/harcelement-de-rue-une-video-pour-ouvrir-les-yeux-30-07-2018-7837971.php>), déclinée sur Facebook, Instagram et Twitter, fut reprise par tous les collectifs féministes.

Toutes ces actions largement publicisées se sont traduites par une forte hausse des plaintes pour viols et agressions sexuelles.

La mobilisation générale la plus forte à ce jour, des militantes et des féministes ordinaires, s'est produite dans le sillage de #MeToo qui, devant le volume des témoignages, devint un phénomène social très couvert par les médias et débattu dans l'espace public. L'appel à encourager les femmes à saisir la justice conduisit à la « [Loi du 3 août 2018 renforçant la lutte contre les violences sexuelles et](#)

sexistes

(<https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2018/8/3/JUSD1805895L/jo/texte>)

», qui fut néanmoins jugée comme insuffisante pour la protection des mineurs (notamment par [Le Groupe_F](https://twitter.com/LeGroupe_F/status/976392384392171520) (https://twitter.com/LeGroupe_F/status/976392384392171520)).

La dimension consensuelle de la lutte contre le viol et le harcèlement explique aussi le succès de la vaste manifestation du 24 novembre 2018, lancée sur Twitter par Caroline de Haas, [Nous Toutes](https://twitter.com/Nous_Toutes)

(https://twitter.com/Nous_Toutes), qui rassembla 50 000 participants, des femmes mais aussi des hommes, appartenant à divers milieux sociaux et politiques. Toutes ces actions largement publicisées se sont traduites par [une forte hausse des plaintes pour viols et agressions sexuelles](https://www.lemonde.fr/societe/article/2019/01/31/forte-hausse-des-plaintes-pour-violences-sexuelles-en-2018_5417410_3224.html?xtor=EPR-33281036-%5Ble_brief%5D-20190201-)

(https://www.lemonde.fr/societe/article/2019/01/31/forte-hausse-des-plaintes-pour-violences-sexuelles-en-2018_5417410_3224.html?xtor=EPR-33281036-%5Ble_brief%5D-20190201-).

La forte montée de la parole des femmes : des soutiens et des violentes attaques

La prolifération de sites féministes et des campagnes sur les réseaux sociaux est significative d'une forte montée de la parole publique des femmes dans l'espace numérique qui déclenche des soutiens, y compris de la part de quelques hommes, mais aussi de virulentes attaques. Sur le Web, le cybersexisme se déploie depuis des années et

cela dans le monde entier, comme l'ont étudié des chercheuses anglophones@ Jessica KELLER, Kaitlynn MENDES, Jessica RINGROSE « [Speaking “unspeakable things”: documenting digital feminist responses to rape culture](#)

(<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09589236.2016.1211511>)

» in *Journal of Gender Studies*, Vol 27, N°1, p.23-36, publié en ligne le 28 juillet 2016.@. Les commentaires misogynes dans les fils de discussion sur Twitter ou Facebook sont repérés et effacés par les modératrices des sites, mais les militantes féministes sont aussi victimes d'insultes graves, d'intimidations, voire de menaces de mort, et certaines ont dû fermer leurs comptes de réseaux sociaux.

Sur le Web, le cybersexisme se déploie depuis des années et cela dans le monde entier.

L'expansion des violences en ligne envers les femmes a été mentionnée dans un rapport de l'Assemblée nationale en 2015 ([Rapport d'information fait au nom de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes sur le projet de loi pour une République numérique](#) (<http://www.assemblee-nationale.fr/14/rap-info/i3348.asp>)), et a conduit en octobre 2016 au lancement, par le centre Hubertine Auclert, de la campagne [Stop cybersexisme](#) (<https://www.stop-cybersexisme.com/>). Alors que

des attaques informatiques sont fomentées par des hackers qui, de concert, se livrent à des raids numériques pour bloquer les sites féministes, ces actes sont condamnés par l'article 11 de la loi du 3 août 2018. Cet encadrement juridique, certes nécessaire, s'avère néanmoins insuffisant comme l'atteste le rapport [Premier état des lieux du sexisme en France](http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/stereotypes-et-roles-sociaux/actualites/article/1er-etat-des-lieux-du-sexisme-en-france-lutter-contre-une-tolerance-sociale-qui) (<http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/stereotypes-et-roles-sociaux/actualites/article/1er-etat-des-lieux-du-sexisme-en-france-lutter-contre-une-tolerance-sociale-qui>) publié le 17 janvier 2019. De fait, davantage encore que dans l'espace physique, le Web se prête au déchaînement de propos haineux et sexistes émanant, le plus souvent sous couvert d'anonymat, des défenseurs de la domination masculine et du patriarcat. En témoigne notamment la récente « affaire » de la « Ligue du Lol », [qui affecte une partie du monde journalistique français](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/02/11/ligue-du-lol-un-journaliste-de-liberation-mis-a-pied-a-titre-conservatoire_5422027_4408996.html) (https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/02/11/ligue-du-lol-un-journaliste-de-liberation-mis-a-pied-a-titre-conservatoire_5422027_4408996.html)...

Contre le patriarcat : informer, alerter, mobiliser dans l'espace numérique

C'est bien cette suprématie patriarcale qu'attaquent les féministes d'aujourd'hui, tout comme celles d'hier. Sur le Web, les féministes prolongent les répertoires d'action

traditionnels (informer, alerter, mobiliser), mais elles en renouvellent aussi les modes et les formes d'expression. Depuis une petite quinzaine d'années, le nouveau féminisme se greffe sur les évolutions sociétales pour la revendication de nouveaux droits comme, par exemple, la PMA (procréation médicalement assistée) ou le respect des identités sexuelles et ethniques, tout en poursuivant les luttes pour l'égalité des droits dans tous les domaines.

Les activistes font un plein usage des dispositifs numériques par une intense activité de publication, de partage et de tissage de liens.

Pour mener ces combats, les activistes font un plein usage des dispositifs numériques par une intense activité de publication, de partage et de tissage de liens. Elles maîtrisent la communication numérique, savent faire le buzz pour obtenir l'égalité et le respect de leur corps et de leur identité, tout en menant des actions dans l'espace public. Elles font aussi se lever, via les réseaux sociaux, des voix de femmes non militantes mais sensibilisées et engagées dans la cause des femmes. Le Web bruit de cette parole publique qui se décline

aussi dans les médias et dans la rue, et qui a conduit à placer l'égalité entre les sexes et l'émancipation de toutes les femmes comme une question capitale dans la transformation de notre société.