

Mathilde Jodogne, Juliette Hallet<sup>1</sup>

## Émergence des comptes Instagram engagés : quel impact chez les jeunes ?

Souvent vus comme un « fléau » par l'image superficielle<sup>2</sup> qu'ils peuvent renvoyer, mais aussi vu le temps qui y est consacré, surtout chez les jeunes, les réseaux sociaux sont maintenant omniprésents dans nos quotidiens. En effet, les statistiques montrent qu'en France, en 2020, les jeunes utilisent les réseaux sociaux et les services de messagerie en moyenne 3h par jour<sup>3</sup>.

Instagram est le réseau social le plus utilisé chez les jeunes : environ 81% des 16-25 ans<sup>4</sup> possèdent un compte. Cette application consiste à mettre en avant des artistes, des messages, des produits, des personnes, des activités professionnelles, etc. au travers de photos et de vidéos postées par des comptes auxquels il est possible de s'abonner.

Beaucoup de comptes ont donc profité de cette visibilité chez les jeunes pour faire passer des messages, éduquer, sensibiliser et confronter ceux-ci à des sujets encore parfois tabous dans la société actuelle.

À la rencontre des jeunes de Louvain-la-Neuve, nous avons réalisé un micro-trottoir<sup>5</sup> pour confirmer ou contester nos réflexions. Tout au long du texte, les extraits de témoignages viennent de ce micro-trottoir.

*Je pense honnêtement que ça me fait réfléchir sur certaines choses dont je n'aurais pas pensé si je ne l'avais pas vu en visuel sur les réseaux. On prend toujours l'exemple de "la fille du zoo", ben moi comme je ne suis pas trop du genre à suivre des stars et tout, j'aurais jamais vu ça et franchement quand tu le vois quand tu le partages, tu vois les gens jusqu'où ça va en fait, c'est vrai que ça fait réfléchir.*

---

<sup>1</sup> Etudiantes en 3<sup>e</sup> Baccalauréat Assistant-e Social-e à l'HELHa Carijn – Louvain-la-Neuve et stagiaires chez Corps écrits

<sup>2</sup> Lacroix, A. (2016, 13 octobre). *Les réseaux sociaux nous mènent à la superficialité*. Marianne.net. <https://www.marianne.net/politique/les-reseaux-sociaux-nous-menent-la-superficialite>

<sup>3</sup> Mohsin, M. (2020, 28 octobre). *Les Top 10 Chiffres Réseaux Sociaux à retenir en 2020* [Août]. Oberlo. <https://www.oberlo.fr/blog/chiffres-reseaux-sociaux>

<sup>4</sup> Espaze, M. (2020, 21 février). *Les réseaux sociaux chez les 16-25 ans en 2019*. Journal du net. <https://www.journaldunet.com/media/publishers/1489031-les-reseaux-sociaux-chez-les-16-25-ans-en-2019/>

<sup>5</sup> A Louvain-la-Neuve le 31 octobre 2020

## De quoi parle-t-on exactement ?

« La question de l'indignation est généralement la première étincelle de l'engagement.<sup>6</sup> »

Des comptes, comme par exemple **@aufeminin** (comportant plus de 535.000 abonné-es) luttent pour l'égalité des genres et contre l'oppression, la discrimination et/ou les violences faites aux femmes. Ils abordent des thématiques très variées et d'actualité comme l'IVG, les violences sexistes et sexuelles, la diversité des corps des femmes, l'allaitement, l'acceptation de son corps post-accouchement, ou encore "Octobre Rose", une campagne luttant contre le cancer du sein<sup>7</sup>. Tout en prenant toujours soin de donner une petite explication bienveillante ou d'interviewer les personnes qui peuvent être concerné-es par les thématiques abordées. Ces comptes mettent aussi en lumière les témoignages de certaines femmes, les initiatives des marques, les actions de célébrités, etc. pour valoriser ces faits et les mettre en avant à travers des publications qui en intéresseront plus d'un-e.

*Dans le sens où je suis déjà très convaincue de certaines choses et de voir que des gens publiquement arrivent à transmettre un message ça me convainc encore plus que c'est un combat important. Je pense que je suis très influencée...*

**@brut** est suivi par plus d'un million et demi de personnes. Il aborde l'actualité dans le monde à travers des interviews, des explications, des images, et autres témoignages. C'est un média à part entière.

Le compte **@feminist** suivi par plus de 5.900.000 personnes, quant à lui, dénonce les inégalités, les violences sexistes et sensibilise notamment sur les questions de genres, de menstruations, etc. Ce compte va également tenter de faire prendre conscience des réalités en les décomplexant. Par exemple, on y retrouvera la photo d'une femme qui pose de sorte à avoir l'apparence normalisée et à entrer dans les critères de beauté de la société. À côté, on y montre la photo de cette même femme dans tout ce qu'il y a de plus naturel (pas de réflexion quant à la pose, au regard, à l'attitude, à la posture). Le contraste des deux photos nous rappelle donc avec justesse et bienveillance que l'on choisit de montrer ce que l'on veut au travers d'une photo et que l'écran n'est donc pas représentatif de la réalité. Ce message décomplexé alors lesdites imperfections telles que les bourrelets, la cellulite, les vergetures, les tâches, ... en les mettant en avant et en les sublimant.

*Il y a aussi plein de comptes féministes mais je ne connais pas les noms mais qui postent des messages sur la femme et tout ce qu'elle est... par exemple des photos de femmes pas épilées, etc.*

---

<sup>6</sup> RTBF La Première (2018, 3 août). *La jeunesse d'aujourd'hui est-elle engagée ?*

[https://www.rtb.be/lapremiere/article/detail\\_la-jeunesse-d-aujourd-hui-est-elle-engagee?id=9987138](https://www.rtb.be/lapremiere/article/detail_la-jeunesse-d-aujourd-hui-est-elle-engagee?id=9987138)

<sup>7</sup> Radio France. *Octobre Rose 2020 - La campagne de lutte contre le cancer du sein.*

<https://www.radiofrance.com/actualite/octobre-rose-2020-la-campagne-de-lutte-contre-le-cancer-du-sein>

Rendre normaux et « publiquement » certains faits, certaines réalités, aurait un impact bénéfique chez les jeunes. En effet, ceux-ci sont formatés par l'école, leur famille, le système sociétal, la publicité, les médias *mainstream*, etc. ce qui peut complexer certaines d'entre elles en pleine construction, alors qu'ils et elles n'arrivent pas à s'identifier à ces schémas traditionnels. « Re-normaliser » certaines réalités peut alors nourrir la confiance en soi des jeunes, qui trouveront enfin une légitimité dans ce qu'ils et elles peuvent traverser.<sup>8</sup>

*On en discute, on partage, on dit "Oh t'as vu ce post..."*

### **Une sexualité revisitée**

Des comptes tels que **@tasjoui** (plus de 547.000 abonné-es), **@jouissance.club** (plus de 686.000), **@sex\_yzi** (541), **@wi\_cul\_pedia** (44.000), **@jemenbatsleclito** (709.000), **@orgasme\_et\_moi** (279.000) se consacrent essentiellement aux thématiques directement liées aux sexualités en informant, en expliquant sur ces vastes sujets, en cassant les stéréotypes, en prévenant de certains risques liés à différentes pratiques, etc.

*Je pense que certains sujets sont moins propices au débat que d'autres... En fonction de la personne que tu as en face de toi, tu préfères un sujet plutôt qu'un autre...*

Des histoires se cachent derrière certains comptes. Notamment **@tasjoui**<sup>9</sup>, ce compte créé par la journaliste Dora Moutot, aborde le malaise invisible dans nos rapports au sexe. Partie d'un simple coup de gueule de la journaliste sur son compte privé, elle dit en avoir eu assez d'entendre les idées préconçues qui circulaient à propos de la jouissance féminine. Elle a donc décidé sur le coup de l'énerverment de publier un message pour rétablir sa vérité sur le sujet. En réponse, beaucoup de femmes lui ont envoyé leurs situations personnelles, c'est ainsi qu'est né son compte.

*Personnellement, je n'en suis qu'un et c'est @tasjoui.*

Concernant le compte **@jemenbatsleclito** créé par Camille Aumont Carnel, c'est aussi un trop plein qui a été à l'initiative de sa naissance. En effet, la jeune femme de 22 ans avait pour rêve d'être reconnue comme grande cheffe étoilée dans les plus beaux restaurants. Très vite, elle fut confrontée au machisme, au sexisme et au racisme. De ses prises de conscience, ainsi que de l'ignorance partagée des femmes autour de la sexualité, elle décida alors de montrer à quoi ressemble réellement la vie d'une « femme normale » de nos jours, avec simplicité et avec humour<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> Michel, P., *Les comptes sexo sur Instagram : une tendance ou un réel mouvement féministe ?* (2019, 24 septembre). In'fluence Magazine. <https://in-fluencemagazine.be/les-comptes-sexo-une-tendance-ou-un-reel-mouvement-feministe/>

<sup>9</sup> Hanot, C. (2018, 20 août). *T'as joui ? Le compte Insta qui démystifie l'orgasme féminin*. Flair.be. <https://www.flair.be/fr/lifestyle/tas-joui-le-compte-insta-qui-demystifie-lorgasme-feminin/>

<sup>10</sup> Delouison. (s.d.). *Camille dit tout haut ce que les femmes vivent tout bas ! L'importante*. <https://limportante.fr/interview/14>

Un compte engagé, c'est quoi ? Les jeunes qui ont répondu spontanément à notre micro-trottoir soulignent que *c'est un compte qui veut défendre ou faire passer un message et du coup qui va faire des publications en rapport à ce message.*

*Engagé, pour moi, c'est quelqu'un qui défend une cause et qui essaye de communiquer au max là-dessus sur son compte.*

La sexualité est encore un sujet tabou, en parler n'est pas toujours une évidence pour des parents, ni pour les jeunes. Les ami-es tout autant formaté-es par la même société n'ont pas l'expérience ou le recul nécessaire pour transmettre les informations adéquates. Celles que l'on peut retrouver dans certains anciens ouvrages ont souvent davantage une approche médicale qu'humaine, ouverte et rassurante. Par exemple, encore aujourd'hui, le clitoris dans sa forme et taille réelle ne figure pas dans la plupart des manuels scolaires<sup>11</sup>. Cela laisse supposer que la question du plaisir sexuel féminin n'est donc pas, ou lacunairement, abordée à l'école.

*Par exemple, le compte que je suis, ça parle des femmes et donc je parle avec mes frères de ce qu'on fait ou de ce qu'on ne fait pas, donc oui ça lance des discussions...*

Le compte **@jouissance.club** indique même que selon le Haut Conseil de l'égalité en France, 25% des adolescentes de 15 ans ne savent pas qu'elles ont un clitoris et 83% ne connaissent pas sa fonction. De plus, 84% des filles de 13 ans ne savent pas représenter leur sexe alors qu'elles sont 53% à savoir représenter le sexe masculin<sup>12</sup>.

Les créateur-rices de contenus se sont donc jeté-es dans ces lacunes sociétales pour déconstruire les stéréotypes, les idées reçues concernant la sexualité en offrant un certain nombre de dessins figuratifs explicites, avec métaphores (tels que les dessins ou images de fruits pour ne pas montrer un vagin), afin d'enfin visibiliser une partie du corps restée dans l'ombre.

Cela permet également d'avoir accès à l'information par un autre biais que la pornographie, qui selon une étude réalisée en France par l'INJEP<sup>13</sup> est devenu le premier contact vers l'apprentissage de la sexualité, parfois dès 9-10 ans, alors que d'autres plateformes beaucoup plus réalistes, saines et pédagogiques existent et abordent différents sujets féministes. Instagram serait devenu aujourd'hui LE réseau social symbole de mouvances féministes tels que le bodypositivisme, l'accès à une sexualité féminine décomplexée et épanouie, etc.

Ces comptes engagés dans la thématique de la sexualité abordent des sujets aussi divers que la masturbation, l'orgasme, l'utilisation de sextoys, la pénétration. Le compte

---

<sup>11</sup> Equeter, C. (2019, 28 novembre). *La riposte clitoridienne*. Analyse Corps écrits - <https://www.corps-ecrits.be/3250-2/>

<sup>12</sup> Supernatifs. (2019, 12 avril). *Sexualité & Instagram : des comptes qui démontent !* Le Super Daily. <https://lesuperdaily.com/episode/sexualite-instagram-des-comptes-qui-demontent/>

<sup>13</sup> L'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (Injep) - <https://www.cnle.gouv.fr/L-Institut-national-de-la-jeunesse.html>

**@jouissance.club** par exemple, direct et décomplexé, déconstruit le mot « préliminaire » afin de normaliser les alternatives à la pénétration pour tenter de sortir de cette injonction pénétrative. Le tout de manière ludique, claire et en restant toujours vigilants à leur positionnement. Les comptes mettent en avant les bienfaits, les potentiels risques, des conseils, de sorte à pouvoir faire le tour des questions et des éventuelles préoccupations chez les jeunes lecteur·rices. Ils sont également vigilants à varier leur approche, en publiant des posts plus légers et à but humoristique (gifs, couleurs, images) afin de ne pas rendre leur compte seulement informatif.

*Clairement s'ils ont une grande audience, ça peut évidemment influencer et je pense qu'on en a vu les résultats notamment avec les mouvements qui sont partis des réseaux, comme le #MeToo ou encore #BalanceTonPorc, donc clairement ça peut aider à une prise de conscience.*

*Quand il y a un scandale comme elle l'a dit, "Hugo Clément" va vraiment montrer ce qu'il y a derrière... On voit qu'il y a des menaces, de la corruption, que d'un point de vue juridique... C'est engagé donc.*

Certains comptes avec une visibilité assez développée (comme **@tasjouis**) travaillent même parfois en partenariat avec des marques qui correspondent à leur éthique et à leur contenu (comme des marques de sextoys respectant diverses caractéristiques). D'autres comptes comme celui de **@jemenbatsleclito** participent à des campagnes de lingerie menstruelles, rédigent un livre, ou autre, toujours dans le but de toucher le plus de monde.

Le compte **@lavaguesilencieuse** publie des récits érotiques sous une forme poétique. Le compte **@tubandes** a, quant à lui, pour objectif de libérer la parole et d'échanger sur les nouvelles masculinités, c'est-à-dire sur la déconstruction des normes patriarcales imposées aux hommes (être viril, courageux, grand, fort, compétitif, bricoleur, ne pas être sensible, ne jamais pleurer, ne pas être fragile, etc.). Il y a en outre par exemple des échanges autour de la place des hommes dans l'IVG. Les contenus sont divers, parfois ils sont plus légers, parfois ils traitent de vrais débats de société.<sup>14</sup>

### **Place à l'éducation ?**

Jusqu'en 2017, aucune photo directement liée à la sexualité, aux menstruations, à l'accouchement n'était autorisée par l'algorithme d'Instagram. En effet, Instagram, à l'image de la société, reste très limité et fermé d'esprit. Son algorithme ne permet pas certaines publications. Les tétons féminins, les poils ainsi que le sang des menstruations sont quant à eux, encore actuellement, toujours proscrits. Le réseau social ne part pas seulement à la chasse aux mamelons, il censure aussi les contenus éducatifs autour du plaisir, oubliant de distinguer pornographie et pédagogie.

---

<sup>14</sup> Supernatifs, *op.cit.*

Si les comptes ne respectent pas les règles mises en place par Instagram, ils peuvent très rapidement sauter et être banni de la plateforme. On parle aussi de « shadowbanning », quand un compte est retiré du fil d'actualité sans être supprimé pour autant. C'est pourquoi certains comptes contournent cette prohibition en faisant preuve de créativité : on voit des photos de fruits coupés qui représentent implicitement des sexes féminins, des montages photos de corps féminins nus avec des tétons masculins mis au niveau des seins (comme sur @malpolies), etc.

Alors que depuis 2001, en France, il devrait y avoir environ trois cours d'éducation sexuelle par an, l'enseignement se limite souvent à une séance rapide<sup>15</sup> au sein même de l'école, ce qui semble bien trop peu pour déconstruire un tabou aussi complexe et enraciné qu'est la sexualité : face au malaise et au manque d'informations, ils et elles préfèrent dès lors parfois se tourner vers internet<sup>16</sup>. En Belgique, EVRAS<sup>17</sup>, un programme d'éducation à la vie relationnelle, affective et sexuelle, a été mis en place en 2012 par les centres de planning familial. Nous n'avons pas encore les données qui permettraient de savoir si ce programme a pu réellement faire bouger les lignes, mais dans tous les cas, nous pouvons nous demander si cela est réellement suffisant ?

L'existence de tous ces comptes engagés sur une plateforme aussi connue et fréquentée qu'Instagram est donc bénéfique car ils jouent un rôle pédagogique pour tou·tes ces jeunes. C'est un espace plus sécurisant et rassurant car plus « anonyme » que Facebook par exemple. Et puis, en étant abonné·e à des comptes qui abordent la sexualité, les jeunes se retrouvent à faire partie d'une communauté intéressée par les mêmes questions<sup>18</sup>.

Instagram peut également être utilisé dans le but de promouvoir un commerce engagé au travers de différentes publications qui mettent en avant à la fois les produits, mais aussi en expliquant comment ceux-ci ont été pensé, avec quelle éthique, etc. L'influenceuse<sup>19</sup> Shera Kerienski est connue pour aborder et remettre en question certaines normes, notamment à travers des vidéos sur sa chaîne YouTube<sup>20</sup>. Sur son compte principal @shera qui a plus de 1.400.000 abonné·es, elle aborde des sujets tabous et de développement personnel tels que "ma relation avec mon corps (de l'enfance à aujourd'hui)", "ras le viol, féminisme et média", "les règles, la libido, les seins, les poils et j'en passe, bref on va parler franchement !", "la confiance en soi, assumer son style". @she\_sherazed lui permet de publier des photos de ses peintures de corps de femmes pour promouvoir son art. Récemment, elle a ouvert une boutique en ligne pour commercialiser ses toiles sous forme d'impressions limitées et signées

---

<sup>15</sup> Couppe de Kermadec, A. (2019, 4 juin). *Instagram, l'éducation sexuelle sans filtre*. Korii. <https://korii.slate.fr/et-caetera/instagram-sexualite-comptes-education-sexuelle-censure-reseaux-sociaux>

<sup>16</sup> Supernatifs, *op.cit.*

<sup>17</sup> <https://www.evras.be/>

<sup>18</sup> Supernatifs, *op.cit.*

<sup>19</sup> Une personne qui, par son statut, sa position ou son exposition médiatique, est capable d'être un relais d'opinion influençant les habitudes de consommation dans un but marketing.

<sup>20</sup> Shera Kerienski. (s.d.). YouTube. Consulté le 20 novembre 2020. <https://www.youtube.com/channel/UCG2GZnizosVnNVEW7Io4X5g>

à la main par l'artiste. Chaque tirage est unique, chaque portrait également. Ils portent chacun leur nom ("libertété", "la fille de la lune",...) et leur signification, et une fois les impressions épuisées, le site est renouvelé par six nouvelles toiles de femmes, les anciennes n'étant plus disponibles.

### **Pour conclure ...**

*Pour moi, un compte engagé, c'est un compte qui ne va pas faire attention aux restrictions qu'Instagram impose... qui va quand même poster et à chaque fois ajouter du contenu en fonction de ses missions, peu importe si c'est supprimé ou pas et qui va continuer à persévérer dans son message...*

Le pouvoir des réseaux sociaux a toute son importance dans les différents combats à mener pour une société plus équitable, juste, ouverte et tolérante envers tou·tes les citoyen·nes qui la composent. La nouvelle ère des réseaux sociaux engagés permet aux jeunes de prendre conscience des inégalités et des discriminations, ainsi que de participer à la dénonciation et à la lutte, tout en se déconstruisant elleux-mêmes. Cette sensibilisation aux failles d'un système néolibéral amène les jeunes à s'informer et à se positionner.

La jeune génération semble ainsi se montrer de plus en plus engagée, grâce à l'accès aux informations diversifiées, notamment pour la crise climatique : preuve en a été les manifestations hebdomadaires des jeunes pour le climat. Une multitude de thématiques sont par ailleurs abordées par des comptes Instagram : l'écologie, la crise migratoire, le racisme, l'antispécisme, etc. L'émergence et l'évolution de ces différents types de contenus sur Instagram permettent de faire boule de neige dans une nouvelle forme d'engagement.