

Socialisation adolescente et usages des médias sociaux : la question du genre

Mots-clés

- Adolescence
- Socialisation
- Numérique
- Genre
- Sexualité
- Médias sociaux

Claire Balleys

LabCMO, faculté de communication,
université du Québec à Montréal (Canada).

Aujourd'hui, en France, 98 % des adolescents âgés de 12 à 17 ans possèdent un ordinateur à domicile, parmi lesquels 97 % disposent d'une connexion Internet (Bigot et Crouette, 2014). Les jeunes ont également de plus en plus un accès individualisé et itinérant à Internet, puisque 59 % des 12-17 ans et 81 % des 18-24 sont équipés de *smartphone* (*ibid.*). La généralisation des usages mobiles d'Internet est encore plus massive en Suisse, où 99 % des jeunes âgés, entre 12 ans et 19 ans, possèdent un téléphone portable en 2016 et, dans 98 % des cas, il s'agit d'un *smartphone* (Waller *et al.*, 2016), tandis que 90 % des jeunes Québécois, âgés de 18 ans à 24 ans, possédaient en 2015 un tel outil⁽¹⁾. L'entretien de liens sociaux existants est la première activité juvénile connectée (Balleys, 2015) : « 94 % des jeunes Suisses possèdent un compte sur au moins un réseau social », dont 81 % sur Instagram et 80 % sur Snapchat (Waller *et al.*, p. 47), et ils sont 87 % à les utiliser tous les jours, ou au moins plusieurs fois par semaine (*ibid.*). Les applications de messagerie, qui permettent de communiquer avec une sélection de personnes, souvent en mode d'échange instantané, sont utilisées quotidiennement par la quasi-totalité des 12-19 ans, soit 97 % de la population juvénile suisse.

Ce rapide tour d'horizon permet de prendre la mesure de l'ampleur de la réalité connectée. En 2017, entretenir un réseau social pour un adolescent âgé de 14 ans ou 17 ans implique l'utilisation régulière des médias sociaux. Cette expression désigne ici tout type de réseau socionumérique et d'application de partage destiné à la mise en relation et en communication des individus. Les sites de réseaux sociaux comme Instagram ou Snapchat correspondent ainsi à cette définition, tout comme les applications de messagerie et les sites de partage, comme par exemple YouTube, le site préféré des jeunes Suisses et des jeunes Québécois (Waller *et al.*, 2016 ; Steeves, 2014). Au-delà des fonctions pragmatiques de la mise en relation et en communication des adolescents avec leurs pairs, qu'en

est-il de la question du sens des pratiques socionumériques, en particulier du point de vue de la socialisation adolescente au genre et à la sexualité ?

Cet article est issu des réflexions menées lors de la rédaction d'une revue de littérature effectuée à partir de cent quarante travaux récents traitant de la socialisation adolescente et des usages du numérique, selon une perspective internationale⁽²⁾. Il intègre également, au dernier point traité, les résultats d'une enquête menée sur la mise en scène de l'intimité par les adolescentes et les adolescents sur YouTube (Balleys, 2016 a ; 2017). L'objectif de cette contribution est de répondre à la question suivante : qu'est-ce que les usages adolescents des médias sociaux apprennent des rapports sociaux de sexe à l'adolescence et des modes de socialisation contemporains aux appartenances de genre ? L'analyse porte plus particulièrement sur une dimension de l'affirmation médiatisée de l'individualité encore peu explorée en sciences sociales francophones : les performances de genre (Butler, 2006) et les actes déclaratifs d'appartenance de genre qu'elles contiennent. En effet, les médias sociaux représentent des plateformes inédites de présentations de soi en tant que fille ou en tant que garçon (Marwick, 2013 ; Wotanis, McMillan, 2014 ; Balleys, 2016 a, 2017). Sont ainsi explorées les pratiques qui permettent aux adolescents de « faire le genre » (West et Zimmerman, 1987) à travers la routine des échanges et des mises en scène de soi ayant lieu entre eux sur les médias sociaux. Autrement dit, la manière dont la fabrication du féminin et du masculin (Garfinkel, 1967 ; Berk, 1985 ; Deutsch, 2007 ; Connell, 2010) prend acte quotidiennement dans les relations sociales médiatisées. La première partie de l'article sera donc consacrée à la mise en contexte de la socialisation adolescente contemporaine : d'abord sous l'angle du genre et de la sexualité, puis à l'aune des pratiques de sociabilité médiatisée. Ce premier cadrage permettra d'offrir au lecteur des clés d'appréhension et de compréhension

(1) Voir le site internet : <http://www.cefrio.qc.ca/netendances/equipement-et-branchement-internet-des-foyers-quebecois-en-2015/des-foyers-disposant-d-une-gamme-variee-d-appareils/>.

(2) Voir le site Internet : <http://www.injep.fr/boutique/rapport-detude-en-ligne/socialisation-adolescente-et-usages-du-numerique/475.html>.

des enjeux de la construction identitaire juvénile aujourd'hui, entre anciennes et nouvelles réalités sociales. La seconde partie portera sur l'articulation des deux dimensions problématisées en amont : comment la socialisation adolescente au genre et à la sexualité rencontre-t-elle les pratiques de sociabilité médiatisée ? Deux types d'usages des médias sociaux seront explorés : le « *sexting* » et les « *vidéocasts* » postés par des adolescentes et des adolescents sur YouTube. Les médias sociaux constituent de nouvelles plateformes de négociation et de revendication des identités juvéniles, notamment des identités de genre (Balleys 2016 a, 2017). Que peuvent-elles apprendre de la socialisation adolescente contemporaine ? L'article vise à montrer par quels processus le genre est saisi comme dimension intégratrice du soi à l'adolescence, au sein de niches identitaires toujours plus exclusives.

La socialisation adolescente aujourd'hui, entre permanence et nouveaux défis

Cette partie fait le point sur les principaux défis et enjeux auxquels les garçons et les filles sont aujourd'hui confrontés dans la construction et la négociation de leur identité, face aux normes de genre et aux injonctions à la conformité, conjuguées à un devoir de singularité et d'autonomisation. Il sera donc question de cerner le contexte dans lequel s'inscrit la socialisation adolescente contemporaine, au sein des diverses institutions qui participent à définir le genre, mais aussi au sein des pratiques de sociabilité médiatisées ayant lieu entre pairs.

Socialisation au genre et à la sexualité

Isabelle Clair a consacré plusieurs enquêtes aux relations de couple entre les adolescents et les jeunes adultes, dans divers milieux populaires, des cités de la banlieue parisienne aux villages ruraux de la Sarthe. Ses travaux témoignent de visions et de pratiques fortement hétéronormées au sein des jeunes couples, c'est-à-dire construites sur un double principe d'opposition et de complémentarité : « *Ce que le couple renouvelle au quotidien, c'est le désir de l'autre radical : les filles désirent des garçons virils, les garçons des filles féminines. Si virilité et féminité prennent des formes différentes dans les cités HLM et dans les villages, l'attente en termes de différence sexuée, elle, est la même. Plus que de différence il s'agit en réalité d'opposition – être un garçon, c'est ne pas être une fille, et inversement. Dès lors, la vision du monde et les occupations des deux membres du couple peinent à se recouper* » (Clair, 2011, p. 64).

La socialisation au genre s'effectue prioritairement dans les familles (Livingstone et Bovill, 1999 ; Octobre, 2004

et 2010 ; Glevarec, 2010) et est, par conséquent, un processus fortement corrélé aux appartenances sociales dans lequel il s'inscrit. Aurélia Mardon s'est, par exemple, intéressée aux pratiques éducatives parentales vis-à-vis des tenues vestimentaires des jeunes filles, démontrant de grandes disparités de représentations et de pratiques entre les différents milieux sociaux : « *Ce n'est pas tant que les mères des classes moyennes et supérieures et celles des classes populaires incitent les filles à adhérer à des normes de la féminité différentes, mais plutôt qu'elles ne fixent pas le même moment pour autoriser les filles à recourir aux attributs vestimentaires adultes de la féminité. Les membres des catégories populaires valorisent le recours précoce à ces attributs et sont, en cela, fidèles à une représentation de la jeunesse comme âge où il convient d'en "profiter" et à des représentations traditionnelles des identités sexuées* » (Mardon, 2011, p. 130). Les mères de familles populaires sont plus permissives vis-à-vis des attributs de la mode « *sexy* » que les mères de familles de milieux favorisés, mais cela ne signifie pas que ces dernières proposent des modèles de genre moins hétéronormatifs : « *C'est une féminité "comme il faut" que l'on espère produire [...], dans cette famille qui intériorise et essentialise fortement la différenciation sexuée, "faire une petite fille" implique de rester attentif aux activités, pratiquées afin de ne pas introduire de confusion entre les genres* » (Babouliène-Miellou et Teboul, 2015, p. 699). En ce qui concerne la socialisation masculine au sein des familles, le même constat d'une corrélation entre appartenance sociale et socialisation au genre peut être observé (Court et Mennensson, 2015). Dans les familles des milieux favorisés, on constate une « *mise à distance des tenues associées à la culture de rue* » traduisant « *un rejet des valeurs de virilité que ces vêtements matérialisent* » (*ibid.*, p. 46). Mais davantage que la préoccupation des normes de genre, c'est surtout un souci de distinction sociale qui préside à ce rejet : « *Les vêtements et les accessoires associés à la culture de la rue sont refusés par les parents [...] parce qu'ils évoquent les classes populaires dangereuses et sont perçus à ce titre comme des stigmates potentiels (ibid.)* ». Aussi, contrairement aux filles dont la tenue est censée satisfaire à certaines normes de genre, c'est davantage un souci de distinction sociale qui guide les restrictions vestimentaires parentales vis-à-vis des garçons.

Les institutions scolaires et leurs agents participent également à la perpétuation de représentations hétéronormées du genre, c'est-à-dire qui correspondent « *à la promotion de la norme hétérosexuelle dans la définition de ce que doivent être un homme, une femme, un couple* » (Clair,

2011, p. 65). Par exemple, au collège, en France, 80 % des élèves punis sont des garçons (Ayrat, 2011). Cette écrasante majorité recèle une signification sociologique et renseigne sur la socialisation scolaire au genre. Interrogeant successivement le personnel enseignant et les élèves, Sylvie Ayrat constate que tous les acteurs impliqués ont intégré l'idée que les garçons sont « naturellement » plus violents, plus insolents et moins soumis à l'autorité que les filles. Pourtant, seule une minorité des garçons forme la population des « punis », minorité qui occupe tout l'espace scolaire. Un « processus performatif » se met alors en place de manière totalement contradictoire vis-à-vis des objectifs énoncés par les professeurs, puisque la punition « confère une importance chaque jour renouvelée aux garçons punis » alors que « les filles et les garçons sages, doux, sont invisibilisés » (*ibid.*, p. 180) : « La sanction consacre ce qu'elle prétend combattre : une identité masculine caricaturale, qui s'exprime par le défi, la transgression, les conduites sexistes, homophobes et violentes » (*ibid.*). Caroline Caron parle également d'un « traitement différencié selon les sexes » concernant les codes vestimentaires scolaires : les restrictions imposées par l'école, comme l'interdiction de découvrir les épaules ou le nombril, sont davantage dirigées vers les élèves filles que garçons. Les jeunes filles comprennent ces interdictions comme un moyen employé par l'institution pour contrer leur sexualisation précoce et pour éviter de « "perturber" les élèves et les professeurs masculins » (Caron, 2014, p. 119).

Au-delà du rapport à l'autorité et aux règles scolaires, les interactions quotidiennes entre les professionnels de l'éducation et les adolescents sont également empreintes de conceptions et d'injonctions hétéronormées. Dans un article portant sur « la socialisation des garçons aux sentiments amoureux », Kevin Diter constate que « les professeur-e-s et animateur-e-s jouent un rôle important dans la sexualisation des sentiments amoureux et dans la constitution des dispositions masculines à aimer » (Diter, 2015, p. 30). Les questions sentimentales sont plus fréquemment abordées avec les filles, encouragées à exprimer leurs émotions (considérées comme légitimes), alors que « les états d'âme » des garçons sont évoqués plus rarement et sur un ton relevant davantage de la plaisanterie, voire de « railleries » visant à leur faire « perdre la face » (*ibid.*, p. 32). Les sentiments des garçons sont donc utilisés par les adultes comme des leviers symboliques pour asseoir leur autorité. « En valorisant ainsi la parole, les propos et les comportements des filles vis-à-vis des sentiments et en dévalorisant dans le même temps ceux des garçons, les professeur-e-s et animateur-e-s tendent à consacrer

l'amour comme un domaine essentiellement féminin dans lequel les garçons n'ont pas ou peu de place » (ibid.). Dans ce même article, le sociologue observe que la disposition des garçons à assumer une forme de sentimentalité est corrélée à son milieu social d'appartenance : « à mesure que le volume de capital économique et culturel du père, et surtout celui de la mère, augmente, le champ du possible et du pensable des garçons paraît s'élargir et se diversifier, du fait d'une éducation sentimentale de moins en moins sexuée, tant au niveau de son administration que de son contenu » (*ibid.*). Les injonctions hétéronormées transmises en milieu scolaire peuvent donc être plus ou moins cohérentes avec celles apprises dans le cadre familial. Même les séances d'éducation à la sexualité, qui devraient être un lieu de dépassement de certaines normes de genre, véhiculent dans les faits des représentations conventionnelles et binaires des rôles sexués. Dans un rapport d'étude publié par l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (Injep), Yaëlle Amsellem-Mainguy, Constance Cheynel et Anthony Fouet rendent compte de « la reconduction d'un double standard de sexe » (2015, p. 58) par les animateurs et les animatrices lors des échanges avec les élèves. Il est ainsi communément admis qu'un jeune garçon sera toujours prêt, disposé et partant pour avoir des relations sexuelles, alors que sa camarade serait naturellement plus hésitante : « Tandis que les garçons sont interpellés sur l'intérêt qu'ils peuvent porter à une pratique sexuelle orale, les "jeunes filles" sont assignées à une posture quasi romantique [...] » (Amsellem-Mainguy et al.). La question du consentement, au centre des problématiques abordées par les professionnels, n'est envisagée qu'au féminin : « dans la mesure où le consentement masculin est acquis d'avance » (*ibid.*, p. 73). Les garçons ne sont jamais encouragés à se demander s'ils sont réellement consentants ou quelles seraient les pressions sociales ou individuelles les enjoignant à avoir des relations sexuelles. Les filles, elles, devraient au contraire s'interroger constamment sur la nature de leur consentement, voire sur sa légitimité.

Qu'en est-il des pratiques culturelles ? Dominique Pasquier parle de « radicalisation des différences » (Pasquier, 2010, p. 98) sexuées en ce qui concerne les activités de loisirs : les garçons et les filles n'affichent pas les mêmes goûts en matière de pratiques culturelles et « s'est installée, au sein de la sociabilité adolescente, une hiérarchie qui place les pratiques des garçons au-dessus de celles des filles » (*ibid.*). Des jugements de valeur négatifs sont portés sur les contenus culturels dits « féminins » tels que les chansons ou les films sentimentaux. L'auteure questionne

ainsi les fondements de ce dénigrement systématique : « Sur quoi se fonde l'idée que la pratique des jeux vidéos ou la passion pour le sport valent mieux que le goût pour les romans et les fictions télévisuelles ? Ou que les chansons qui parlent d'amour sont ridicules alors que celles qui racontent la vie dans les cités sont passionnantes ? Pourquoi la culture de la confiance est-elle assimilée à une perte de temps ? » (*ibid.*). Dans les pratiques, il apparaît que « les filles sont plus nombreuses à écouter de la musique tous les jours »⁽³⁾, « à lire tous les jours » et à avoir une activité artistique amateur [...] quand les garçons sont plus nombreux à faire du sport [...] et à jouer à des jeux vidéos quotidiennement (Octobre, 2010, p. 62). Il est intéressant de noter la plus grande tolérance parentale pour l'engagement de leurs filles dans des activités symboliquement masculines que pour les manifestations d'intérêt de leurs fils pour des loisirs pensés comme féminins, ce qui rejoint le constat émis par D. Pasquier vis-à-vis d'une asymétrie dans les processus de valorisation des pratiques culturelles, en fonction de leur affiliation à un pôle masculin ou féminin. Face aux groupes de pairs, les pratiques culturelles, le choix des loisirs et des « styles » qui leur sont apparentés participent également au travail de positionnement identitaire, notamment en termes de genre : « C'est en affichant ses goûts qu'on montre aux autres qui on est. Autant dire qu'il n'est pas possible d'afficher n'importe quelle préférence » (Pasquier, 2005, p. 62). La résolution du dilemme adolescent que représente la double exigence d'authenticité et de conformisme est sociologiquement démontrée par la capacité à choisir les signes culturels du moi et à les rendre visibles de manière socialement conforme aux attentes de genre (Pasquier, 1999 et 2010).

Après ce portrait succinct des modes de socialisation adolescente au genre et à la sexualité, les usages des médias sociaux, qui prennent acte dans les coulisses de la sociabilité juvénile, souvent à l'abri du regard parental sont à présent examinés.

La sociabilité adolescente médiatisée

Les médias sociaux permettent aux adolescents d'être en lien les uns avec les autres, partout et en tout temps. Alors qu'au début des années 2000, c'était le téléphone fixe qui faisait office de porte ouverte sur un « monde autre que le cercle domestique » [Martin et Singly (de), 2000, p. 96] et offrait la possibilité d'une nécessaire « évasion amicale » vis-à-vis de l'environnement familial (*ibid.*), aujourd'hui

la sociabilité médiatisée est devenue mobile et multidimensionnelle. En effet, le *smartphone* est à la fois un outil « d'exploration identitaire » (Allard, 2014, p. 141), « un instrument de réassurance » (Mahdi et Vacaflor, 2010, p. 5) qui accompagne les adolescents dans toutes leurs routines quotidiennes, et un « puissant configurateur de pratiques collectives (Jarrigeon et Menrath, 2010, p. 110). Autrement dit, le *smartphone* mobilise des usages à la fois subjectifs et relationnels. Un attachement fort à l'objet, à sa matérialité et à sa présence est corrélé aux contenus intimes et signifiants qu'il recèle : des photos et des vidéos souvenirs, des musiques appréciées, des messages personnels (Lachance, 2013). Il permet en outre la mise en relation constante avec les pairs, le partage d'une intimité et d'une complicité au moment où l'adolescent cherche à solliciter et à acquérir de nouvelles instances de légitimation de soi (Boyd, 2008 et 2014 ; Balleys, 2015 et 2016 b). Les usages du *smartphone* sont ainsi des supports du processus d'autonomisation adolescente, les médias sociaux s'étant invités dans la complexe négociation des liens et des hiérarchies sociales entre pairs. Le prestige social adolescent est fortement corrélé à la capacité des individus à entrer en relation intime avec des « *autrui significatifs* » (Berger et Luckmann, 2008) désignés c'est-à-dire des camarades de classe, de sport ou de loisirs, choisis et non plus donnés (Balleys, 2015). Contrairement aux parents, les amis et les premiers partenaires amoureux représentent des proches qu'il faut désigner et conquérir. L'enjeu de l'acquisition de ce capital intime est aussi celui de sa mise en visibilité médiatique (Voirol, 2005). Tout un travail de valorisation des liens intimes tissés avec les pairs s'observe sur les médias sociaux, dont le défi est de faire reconnaître et valider socialement l'authenticité et la légitimité d'un couple récemment formé, d'une relation d'amitié exclusive et privilégiée, en bref d'une intimité élective (Balleys et Coll, 2015).

Ceux et celles qui ne possèdent pas ce capital intime à mettre en scène sur les plateformes socionumériques et dans les espaces de sociabilité en présentiel comme l'école sont considérés comme des « *sans ami* » (Balleys, 2015 et 2016 b). La figure du « *sans-ami* » s'apparente à ce que Robert Castel a désigné comme « *l'individu par défaut* », une sorte de dépourvu social qui se caractérise par un manque ou une dépossession de « *ressources* » et de « *supports objectifs nécessaires pour assurer leur indépendance d'individu* » (Castel, 2006, p. 127). À l'image du sans-abri ou du sans-emploi, l'adolescent « *sans ami* »

(3) Ces chiffres concernent une population d'enfants scolarisés en école élémentaire.

ne peut être considéré comme un individu à part entière par ses pairs, car il incarne encore la figure du « petit » qui n'a pas su accéder à une nécessaire autonomie relationnelle et subjective vis-à-vis du monde de l'enfance : le processus d'individualisation n'est pas encore amorcé. Une intense activité de mise en scène de soi est à l'œuvre sur les médias sociaux, car elle symbolise la prise de distance avec le premier milieu socialisateur. Grâce aux ressources que constituent les réactions de l'audience participative, les adolescents peuvent se dire et être reconnus comme sujets (Granjon et Denouël, 2010). Dès lors, différents procédés de validation sont observables au fil des interactions médiatisées, qui permettent d'attribuer de la « valeur sociale » (Honneth, 2005, p. 45) à l'individu qui les sollicite : formules de politesse, témoignages d'amitié, déclarations d'amour, manifestations de complicité, preuves de l'exclusivité et de l'authenticité du lien social (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006 ; Balleys et Coll, 2015 ; Balleys, 2016 b). Or, pour obtenir ces marques de reconnaissance, il est nécessaire de maîtriser les modes de présentations de soi en ligne (Granjon, 2011), sachant que la réception des demandes de reconnaissance formulées en ligne dépend fortement de la popularité dont l'adolescent jouit auprès de ses pairs, au sein des sphères d'interaction en présentiel, en particulier à l'école (Balleys, 2015). Cet exercice de présentation de soi en ligne s'effectue à travers la documentation des événements vécus avec les pairs (Lachance, 2013), « *l'affichage public des amitiés* » (Delaunay-Téterel, 2010), la valorisation d'une « *individualité numérique* » qui passe par une multiplication des « *expressions de soi* » (Granjon, 2011). Ces dynamiques sont porteuses d'enjeux particulièrement sensibles à l'adolescence, période pendant laquelle il s'agit d'apporter la double preuve d'une identité à la fois singulière et socialement conforme [Pasquier, 2005 ; Singly (de), 2006].

C'est donc à la jonction subtile entre quête de conformité et démonstration d'originalité que les adolescents négocient leur identité en ligne. Or, les attentes et les normes sociales vis-à-vis de cette double injonction diffèrent en fonction du genre. Plusieurs travaux ont démontré que la négociation des modes de présentation de soi en ligne sont plus complexes et plus risqués pour les filles que pour les garçons (Marwick, 2013 ; Ringrose *et al.*, 2013 ; Wotanis et McMillan, 2014). En effet, les publications des filles sont davantage sujettes aux critiques, aux rappels à l'ordre moral et aux insultes (Salter, 2016). Par exemple,

la personnalité des YouTubeuses est fréquemment attaquée dans l'espace des commentaires, alors que les vidéos masculines sont évaluées vis-à-vis de la qualité de leur contenu, et non vis-à-vis de considérations physiques ou personnelles (Wotanis et McMillan, 2014). Plus souvent cibles de propos haineux ou de harcèlement en ligne (Livingstone et Ólafsson, 2011), les filles limitent davantage la diffusion de leurs images intimes que les garçons (Litt et Hargittai, 2016).

Ainsi, des rapports inégalitaires et hétéronormés existent sur les médias sociaux, comme dans les sphères de sociabilité en présentiel. Mais comment les médias sociaux participent-ils à la construction et la négociation quotidiennes du genre à l'adolescence ?

Les performances de genre en ligne

Les médias sociaux à la fois reflètent et produisent le genre (Marwick, 2013). Selon la philosophe américaine Judith Butler, le genre est avant tout le résultat d'une « *performance* », c'est-à-dire d'un ensemble d'actes et de pratiques qui sont continuellement répétés bien que largement impensés (Butler, 2006). Être une fille ou être un garçon résulte ainsi de quelque chose que l'on fait davantage que de quelque chose que l'on est. Mais que faut-il faire pour « faire garçon » ou pour « faire fille » sur Internet ?

Les usages sexués des médias sociaux : l'exemple du « sexting »

La capture et le partage d'images, photographiques ou vidéos, sont aujourd'hui des sujets de préoccupation sociale. Ces pratiques véhiculent et perpétuent, en effet, des stéréotypes de genre, mais jouent également un rôle dans la relation de couple adolescente contemporaine. Ce que les médias ont pris l'habitude de nommer « *sexting* » désigne la création, le partage et la réception d'images photographiques ou vidéos révélant des parties intimes de son corps (Lenhart, 2009, p. 3). La prévalence du *sexting* est difficile à cerner car les chiffres énoncés par les différentes enquêtes sur la question varient considérablement. Selon un rapport de l'Institut de sondages Ifop traitant de consommation pornographique par les adolescents, seuls 4 % des garçons et 1 % des filles âgé-e-s de 15 ans à 17 ans ont « filmé ou photographié des jeux ou ébats sexuels avec leur partenaire » et seuls 2 % des garçons et 1 % des filles ont « *publié ou diffusé* » ces contenus [Ifop 2017, p. 34 – (4)]. Les enquêtes anglo-saxonnes avancent

(4) Voir le site internet : http://www.ifop.com/media/poll/2149-1-study_file.pdf.

des pourcentages beaucoup plus élevés, entre 20 % et 28 % (Ybarra et Mitchell, 2014) et même de l'ordre de 40 % (Ringrose et al., 2013). Une telle variance s'explique par des cadrages conceptuels et méthodologiques différents, certaines enquêtes ne tenant compte que des contenus impliquant une nudité totale, alors que d'autres tiennent compte de photos suggestives ou de messages textuels (*ibid.*).

Dès lors, il s'agit moins de mesurer le phénomène que d'en saisir le sens du point de vue des processus de la socialisation adolescente. Premièrement, les outils modernes de mise en scène de soi et de son intimité corporelle sont parfois intégrés à l'apprentissage de la relation de séduction : « *la caméra joue bien souvent le rôle d'un jouet érotique dans l'intimité du couple* » (Lachance, 2013, p. 136). Ensuite, le partage consenti de photos intimes au sein d'un couple instaure un pacte de confiance : « *Dans la plupart des cas, l'acceptation (ou le refus) confirme le lien de confiance établi entre les personnes. Il engage les membres du couple, au sens premier du terme, c'est-à-dire qu'il "met en gage". Ainsi, derrière des mises en scène d'actes sexuels chez les plus jeunes se cache souvent le désir de symboliser son engagement envers l'autre, de signifier un rapprochement, bref, de prouver son attachement, sa confiance et son amour* » (*ibid.*, p. 137). Le fait de prendre un risque en offrant un contenu intime à un être choisi attribue de la valeur et de l'authenticité à la relation. L'exclusivité est ainsi constitutive de la signification symbolique de l'acte : « *ce qui rend une conversation intime, ce qui lui donne de la valeur, c'est l'interdiction de partager son contenu avec d'autres* » (Schwarz, 2010, p. 76, traduction de C. Balleys). Évidemment, il est nécessaire de distinguer les partages intimes, ayant lieu entre des partenaires consentants respectant un pacte de confiance, des pratiques de partages abusifs. Il apparaît que ce sont plus souvent les filles qui sont victimes de brimades suite à la divulgation, par leur petit ami ou ex-petit ami, de contenus intimes. Ainsi, bien que ce soit le garçon qui ait fait le choix de montrer ou de diffuser des images confidentielles, c'est la fille qui est le plus souvent désignée socialement comme responsable (Salter, 2016). Il s'agit donc de questionner les rapports de domination sexuelle dans ce contexte, dont les pratiques d'autoproduction et de partage médiatisé de contenus à caractère sexuel ne sont que l'une des expressions. En effet, il a été démontré qu'une fois en couple, la plupart des jeunes femmes se soumettent entièrement aux demandes et au désir des garçons dont elles sont amoureuses (Ringrose et al., 2012 et 2013), comme si les obligations conjugales annulaient

pour elles tout pouvoir décisionnel. La peur de ne pas satisfaire le partenaire ou de ne pas faire quelque chose que font « *toutes les filles* » (Lippman et Campbell, 2014, p. 380) prend le pas sur la volonté d'assumer leurs désirs propres. Ce qu'il est essentiel de comprendre est la dimension relationnelle mais aussi hiérarchique de ces pratiques. En effet, le *sexting* est majoritairement pratiqué entre des adolescents qui se connaissent et il est subordonné à des rapports de popularité et de force (Ringrose et al., 2012 et 2013) comme c'est le cas de toute pratique de sociabilité juvénile. Ainsi, lorsqu'un garçon très populaire dans son groupe de pairs demande à une camarade une photo d'elle dénudée, il lui sera beaucoup plus difficile de refuser que si la demande émane d'un garçon collectivement rejeté ou simplement invisible dans l'enceinte scolaire (Balleys, 2015). De la même manière, le nombre de photos intimes de jeunes filles qu'un garçon possède constitue un critère de prestige auprès de ses pairs masculins (Ringrose et al., 2013). Il est par conséquent très tentant pour lui de montrer son butin à ses camarades, afin de leur apporter la preuve de son succès auprès de la gent féminine. Le *sexting* permet également de renforcer les liens d'amitié entre les filles (García-Gomes, 2017). Les photos intimes prises par les adolescentes sont souvent partagées avec les amies proches avant d'être (ou non) envoyées au petit ami. Le partage numérique remplit ici une fonction de réassurance. Lorsque la jeune fille doute de son attractivité, elle soumet ses autoproductions visuelles aux amies proches afin d'être conseillée et rassurée.

Cette pratique est ainsi inscrite dans un contexte social et relationnel qui ne peut être saisi sans considération des injonctions et des normes de genre. Les garçons adolescents ne sont pas moins engagés affectivement dans leurs relations amoureuses que les filles, leurs sentiments ne sont pas moins forts et ils n'ont pas moins de peines de cœur que leurs camarades de sexe féminin (Giordano et al., 2006). En revanche, ils sont peu socialisés à l'expression et à la gestion de leur sentimentalité, ont moins confiance en eux que les filles vis-à-vis des démarches nécessaires à la mise en couple (*ibid.*, p. 265) et ils éprouvent de la difficulté à exprimer leur désir de relation, car celui-ci entre en contradiction avec le devoir de distance qui s'impose à eux dans le cadre de la socialisation à la masculinité.

Si les usages des médias sociaux se sont invités dans toutes les négociations quotidiennes du lien social et de la distribution du prestige entre pairs, ils sont aussi mobilisés comme supports de présentation et d'énonciation de

soi comme sujet, un sujet qui possède un genre et qui le revendique. C'est le volet qui est maintenant exploré.

Revendiquer une appartenance de genre sur YouTube

La socialisation adolescente implique un travail de subjectivation de soi, articulé à un processus d'autonomisation. Grandir, c'est se percevoir, et être perçu, en tant qu'individu « *unique et incomparable* », capable d'opérer ses propres choix, en dehors de la référence du monde adulte, qu'elle soit familiale ou scolaire : « *Enfin, l'adolescence elle-même ne se construit qu'en échappant au contrôle des adultes* » (Dubet et Martuccelli, 1996, p. 145). Cette prise de distance s'effectue en parallèle à l'affiliation à la référence identitaire toujours plus prégnante que représentent les pairs : « *Le désir d'être quelque chose pour soi-même, [...] va de pair très souvent avec le désir de s'inscrire tout à fait dans le cadre de sa société. Le besoin d'autonomie va de pair avec celui d'appartenance au groupe social* » (Elias, 1991, p. 202). L'individu éprouve le besoin d'être unique et autonome, mais également celui d'être conforme et intégré à un groupe social d'appartenance. Le rôle des pairs a ainsi été beaucoup déconstruit par les travaux sur l'adolescence [Fine, 1987 ; Eder, 1995 ; Adler et Adler, 1998 ; Singly (de), 2006, Pasquier, 2005, Balleys, 2015]. Les enquêtes sur la culture, notamment, ont souligné l'importance du sentiment d'appartenir à la catégorie « *jeunes* » pour ceux et celles qui sortent de l'enfance : « *La préadolescence contemporaine est appuyée sur le fait de vouloir être jeune. [...] Vouloir être jeune donne aux enfants une valeur. Les éléments de loisirs d'une identité jeune font partie des identifications imaginaires pertinentes de cette préadolescence aux côtés des pôles d'identifications que représentent les parents. Le champ des biens culturels, allant de la musique à la mode en passant par toutes les créations audiovisuelles, fournit alors des références et des objets d'investissement en nombre* » (Glevarec, 2010, p. 31). La culture jeune représente ainsi un espace d'identification pour les jeunes aujourd'hui, ce que Vincenzo Cicchielli a qualifié « *d'appartenances cosmopolites* » (2014).

En ce qui concerne les mineurs adolescents, âgés de 14 ans à 18 ans, le genre est également une dimension centrale des modes de présentation et de définition de soi, en particulier sur les médias sociaux, ce qui a été peu documenté. La recherche a montré que le travail de mise en scène de l'intimité effectué sur YouTube était fortement axé sur la revendication d'une identité de genre (Balleys, 2016 a et 2017). Lorsque des adolescentes et des adolescents

La recherche dont sont issues les analyses présentées dans cet article est construite sur un double terrain sociologique : d'une part, une ethnographie menée sur YouTube pendant dix-huit mois ; d'autre part, la constitution puis l'analyse d'un corpus de quatre-vingts vidéos réalisées par des garçons et des filles âgé-e-s de 14 ans à 18 ans. La problématique de recherche porte sur la mise en scène de l'intimité par les adolescents et les adolescentes sur YouTube : la puberté, les relations de couple, le rapport subjectif à soi. La manière dont les adolescentes et les adolescents problématisent publiquement l'intimité a été placée au cœur de l'analyse sociologique, la notion d'« *intimité* » désignant ce qui « *de l'expérience et de l'identité de l'individu, n'est pas visible ou saisissable de l'extérieur par autrui, et donc qui appartient en propre à la subjectivité individuelle* »⁽¹⁾. La volonté d'être « *publiquement intime* »⁽²⁾ a été observée au fil du travail d'analyse des vidéos adolescentes publiées sur YouTube, à savoir une quête de visibilité et de popularité prenant acte à travers diverses représentations de l'intimité.

(1) Latzko-Toth, G., Pastinelli, M., 2013, Par-delà la dichotomie public/privé : la mise en visibilité des pratiques numériques et ses enjeux éthiques, *Tic & Société*, vol. 2, n° 7, p. 149-175. Citation p. 156.

(2) Balleys C., Coll S., 2015, La mise en scène de la vie privée en ligne par les adolescents, *RESET*, n° 4, URL : <http://reset.revues.org/547>.

s'adressent à leur public à travers des vidéos postées sur YouTube, l'affiliation à la catégorie « *gars* » ou à la catégorie « *filles* » permet d'activer des processus de reconnaissance (Honneth, 2005) construits sur l'appartenance commune à un genre commun (Balleys, 2017). Comme l'a énoncé Daniel Dayan : « *être spectateur, c'est faire partie d'un "nous", mais ce "nous" se constitue en s'opposant à des "autres" et aux lectures que ces autres manifestent ou qu'on leur prête* » (Dayan, 1992, p. 14-15). Les jeunes YouTubeurs et YouTubeuses s'adressent à leur audience dans une dynamique éminemment interactive et dialogique (Lange, 2014) et emploient des procédés énonciatifs articulés autour de la création d'un « *nous* » distinctif et exclusif : « *nous les gars* » *versus* « *nous les filles* » (Balleys, 2016 a). Une multitude de communautés existent et s'expriment sur YouTube, construites sur un principe de division entre un « *nous* » et un « *eux* », le « *nous* » étant constitutif d'affinités identitaires (Rotman et Preece, 2010). La plateforme permet ainsi de s'inscrire dans une multitude de niches identitaires, regroupant, par exemple, les personnes « *vegan* », les jeunes mamans, les femmes voilées, les « *gamers* », etc. Or, il se trouve que parmi la diversité des affiliations, le genre est nettement

la plus prégnante chez la population adolescente (Balleys, 2017), selon un procédé identificatoire, présenté dans la suite de l'article.

La quête de la reconnaissance sociale sur YouTube est entreprise à travers l'activation d'un sentiment de proximité, de connivence et de complicité mobilisé dans les discours, autour d'un vécu sexué commun de l'adolescence : ce que vivent les filles, les garçons ne peuvent le comprendre, et inversement. Ces performances de genre sont fortement hétéronormées, puisqu'à la fois axées sur le principe d'une binarité fondamentale et soumises à un travail de naturalisation des différences entre les sexes (Balleys, 2017). Ainsi, dans les vidéocasts réalisés par des filles adolescentes, le public destinataire est constitué de filles et le propos articulé autour de représentations supposées communes au genre féminin : « [...] la qualité que je recherche, la plus importante, chez un mec, [...] c'est l'honnêteté parce que... toutes les filles vont répondre ça, personne ne peut pas répondre l'honnêteté, parce que ton mec il a beau être drôle, il a beau être gentil... si le mec il te trompe, il te ment tout le temps, honnêtement c'est la m... ! » Dans cette vidéo, qui répertorie ses attentes en matière de relation de couple, Magali⁽⁵⁾ (15 ans) prend la parole en tant que fille, presque comme porte-parole ou représentante de la gent féminine, qui s'incarne derrière un « on » collectif : « *Donc, là, évidemment, tu peux pas rester avec un mec que t'aimes pas c'est... ça arrive, malheureusement, on est désolée les gars mais ça vous arrive aussi, donc voilà* ».

Parmi les résultats de cette recherche, un « effet de dramatisation » inhérent aux représentations de la féminité et de la masculinité par les adolescents sur YouTube a été observé. Alors que les garçons misent sur des performances sexualisées de la masculinité juvénile, à travers la thématisation du désir sexuel et de ses manifestations – érection, masturbation, éjaculation – (Balleys, 2016 a), les filles se présentent comme des individus maniaques, « obsédées » par l'hygiène et l'ordre, qui sont dans une forme de contrôle constant de leur corps et de ses émanations (Balleys, 2017). La propreté des pieds, par exemple, la leur et celle des garçons qu'elles fréquentent, est un sujet fréquemment abordé par les jeunes filles pour mettre en scène une forme de féminité exacerbée, qui passe par une hygiène irréprochable et nécessaire : « *Je ne peux pas dormir sans m'être lavé les pieds, je ne sais pas*

trop d'où est-ce que ça me vient mais en fait, avant d'aller dormir, je ne peux pas avoir cette impression de pieds moites, ce qui fait que... je vais aller me laver les pieds. Je peux être chez une amie, j'étais par exemple chez une amie pendant les vacances, je vais me laver les pieds, je ne peux pas aller dormir sans me laver les pieds » (Zoé, 15 ans). Comme l'a bien montré Muriel Darmon en traitant sociologiquement de l'anorexie adolescente, cette maladie exprime une forme extrême de volonté de maîtrise de sa propre existence, à travers la maîtrise du corps (Darmon, 2008). Sans que cela ne débouche sur des rapports pathologiques pour toutes les jeunes filles, un besoin de contrôle est continuellement exprimé à travers les performances de la féminité sur YouTube. Si les débordements physiologiques et sexuels appartiennent au genre masculin, il ne reste aux filles que la domestication des pulsions pour se caractériser *en tant que* filles. En résumé, les garçons performant une masculinité axée sur leurs goûts et préférences en matière de physiologie féminine : les « grosses boules »⁽⁶⁾ ; les « gros seins », alors que les filles problématifient davantage leurs dégoûts vis-à-vis des manifestations du corps : « *Il y a beaucoup de trucs qui me dégoûtent* » constate par exemple Ashley (14 ans) en parlant des bruits et autres émanations physiologiques.

Cette répartition sexuée des caractéristiques du genre et de la sexualité n'est pas nouvelle, mais les modes d'expression médiatisée de soi n'ont pas entraîné de mise à distance de ces représentations, pour le moins en ce qui concerne la population adolescente. Il a été démontré que certains contextes particuliers, comme la prison, ont pour effet de provoquer « *des manifestations exacerbées du genre* » chez les jeunes, afin de « *mettre leur identité sexuée en spectacle* » (Solini et al., 2011, p. 197). Loin de cette « *forme disciplinaire de socialisation* » (ibid.), YouTube semble également favoriser une sorte de surenchère dans l'exercice de ritualisation de la féminité et de la masculinité (Goffman, 1977). L'hypothèse posée dans la recherche est que ce phénomène est lié aux dimensions performative et publique de la plateforme (Balleys, 2017), le succès des chaînes YouTube dépendant de l'adhésion des spectateurs aux contenus produits (Raun, 2012). Pouvoir dire « *nous les filles* » ou « *nous les gars* », passe par la démonstration que l'on est soi-même conforme aux normes de genre, condition qui témoigne « *d'une confusion entre sentiment d'appartenance et devoir de conformité* »

(5) Les prénoms ou pseudonymes des YouTubeuses ont été modifiés.

(6) Les « boules » désignent les seins en québécois.

(Balleys, 2017, p. 58). L'inscription dans un collectif masculin ou dans un collectif féminin constitue ainsi le principal ressort de la demande de reconnaissance exprimée par les adolescentes et les adolescents sur YouTube, comme s'il s'agissait de la dimension d'appartenance identitaire la plus intégratrice socialement, à cette période de la vie.

Conclusion

Les usages adolescents des médias sociaux sont inscrits dans un contexte de socialisation différentielle qui les précède et les dépasse. Un double standard y est en vigueur, tout comme dans les classes d'école, les cours de récréation, les familles ou dans les espaces de sociabilité juvénile. Les pratiques de mises en scène de soi et de son corps en ligne sont ainsi liées aux normes qui régissent les comportements sexués hors ligne. Les pratiques de *sexting* entre adolescents démontrent de manière particulièrement significative les contraintes sociales qui s'exercent sur les jeunes vis-à-vis de la gestion de leur identité de genre. Alors que l'expression de la sexualité des filles est soumise au contrôle et aux jugements moraux de toutes sortes d'acteurs (pairs, parents, éducateurs, médias), les garçons sont confrontés à l'impossibilité de se montrer sentimentaux ou indisponibles sexuellement.

La recherche montre que la dimension de la représentation, importante sur les médias sociaux, exacerbe des attitudes et des affirmations de soi axées sur le genre. Être un garçon ou être une fille est une caractéristique identitaire qui se maîtrise et se problématise aujourd'hui plus volontiers que l'appartenance politique, religieuse ou nationale. Elle présente également l'avantage de favoriser l'identification à un vécu commun et la fixation de balises rassurantes : voici ce que vit une fille comme toutes les filles, voici que

ce que comprend un garçon comme tous les garçons. Dans une société mondialisée et cosmopolite, l'appartenance de genre joue un rôle rassembleur car elle permet de délimiter une forme de « nous » qui se dessine face à un « eux » clairement identifié. D'ailleurs, les orientations et les identités sexuelles différentes de la norme hétérosexuelle sont l'objet du même processus d'identification collective : les homosexuels et les transsexuels (par exemple) se retrouvent autour de discours communs, construits sur le partage d'un vécu qui se veut spécifique à un « nous » communautaire (Raun, 2012) et exclusif. La figure de l'altérité est continuellement présente dans les discours des adolescents sur YouTube, qu'elle désigne un groupe social dominant ou non. Le principe énoncé est que les individus ne partageant pas la même appartenance identitaire ne peuvent comprendre l'expérience vécue des membres de la communauté. C'est donc bien la quête de soi à travers une communauté de semblables qui est entreprise en ligne, exprimée par des demandes de reconnaissance sociale ciblées. Les individus cherchent à s'affilier à des niches identitaires auxquelles ils se sentent appartenir, plutôt qu'à découvrir des manières différentes d'être et de penser.

Les usages adolescents des médias sociaux sont une fenêtre sur les processus de socialisation contemporains. Ils cristallisent la nécessité, pour chaque individu, de se penser, de se construire et de se présenter socialement comme un sujet possédant une identité singulière, identité qu'il a la capacité d'énoncer et d'affilier à des appartenances sociales. Derrière des discours axés sur une forme d'individualité, les adolescents et les adolescentes sont sans cesse préoccupés de leur « normalité », c'est-à-dire de leur conformité aux normes inhérentes aux différentes communautés d'appartenance dont ils se revendiquent.

- Adler P. A., Adler P., 1998, *Peer power. Preadolescent culture an identity*, New Brunswick, N. J., Rutgers University Press.
- Allard, L., 2014, Express yourself 3.0! Le mobile comme technologie pour soi et quelques autres entre double agir communicationnel et continuum disjonctif soma-technologique, in Allard L., Creton L., Odin R. (dir.), *Téléphone mobile et création*, Paris, Armand Colin, p. 139-162.
- Amsellem-Mainguy Y., Cheynel C., Fouet A., 2015, *Entrée dans la sexualité des adolescent-e-s : la question du consentement. Enquête auprès des jeunes et des intervenant-e-s en éducation à la sexualité*, rapport d'étude, Paris, Institut national de la Jeunesse et de l'Éducation populaire.
- Ayral S., 2011, *La fabrique des garçons. Sanctions et genre au collège*, Paris, Presses universitaires de France.
- Baboulène-Miellou N., Teboul J., 2015, Rêver ses filles. « Bien grandir » dans les milieux favorisés, *Ethnologie française*, vol. 4, n° 154, p. 693-704.
- Balleys C., 2015, *Grandir entre adolescents, à l'école et sur Internet*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaire romandes.
- Balleys C., Coll S., 2015, La mise en scène de la vie privée en ligne par les adolescents, *RESET*, n° 4, URL : <http://reset.revues.org/547>.
- Balleys C., 2016 a, « Nous les mecs ». La mise en scène de l'intimité masculine sur YouTube, in Dagiral É., Martin O. (dir.), *L'ordinaire d'internet. Le web dans nos pratiques et relations sociales*, Paris, Armand Colin.
- Balleys C., 2016 b, Gestion de l'intimité et affichage d'un territoire sentimental entre adolescents sur Internet, *Agora/Débats Jeunesses*, vol. 1, n° 72, p. 7-19.
- Balleys C., 2017, L'incontrôlable besoin de contrôle. Les performances de la féminité par les adolescentes sur YouTube, *Genre, sexualité & société* [En ligne], | 2017, mis en ligne le 1^{er} juin 2017, URL : <http://gss.revues.org/3958>; DOI: [10.4000/gss.3958](https://doi.org/10.4000/gss.3958) (consulté le 9 juillet 2017).
- Berger P., Luckmann T., 2008 [1966], *La construction sociale de la réalité*, Paris, Armand Colin.
- Berk S. F., 1985, *The gender factory. The apportionment of work in american households*, New-York, Plenum.
- Bigot R., Crotte, P., 2014, La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française, *Collection des rapports*, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie, n° 317.
- Boyd D., 2014, *It's complicated. The social life of networked teens*, New Haven & London, Yale University Press.
- Boyd D., 2008, *Taken out of context. American teen sociality in networked publics*, PhD Dissertation, Berkeley, université de Californie.
- Butler J., 2006, *Défaire le genre*, Paris, Éditions Amsterdam.
- Cardon D., Delaunay-Téterel H., 2006, La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics, *Réseaux*, vol. 4, n° 138, p. 15-71.
- Caron C., 2014, *Vues, mais non entendues. Les adolescentes québécoises et l'hypersexualisation*, Québec, Les Presses de l'université de Laval.
- Castel R. 2006, La face cachée de l'individu hypermoderne : l'individu par défaut, *Sociologie clinique*, n° 1, p. 117-128.
- Cicchelli V., 2014, Appartenances et orientations cosmopolites des jeunes Européens, *Agora débats/jeunesses*, vol. 2, n° 67, p. 97-112.
- Clair I., 2011, La découverte de l'ennui conjugal. Les manifestations contrariées de l'idéal conjugal et de l'ethos égalitaire dans la vie quotidienne de jeunes de milieux populaires, *Sociétés contemporaines*, vol. 3, n° 83, p. 59-81.
- Connell C., 2010, Doing, undoing gender, or redoing gender?, *Gender & Society*, vol. 1, n° 24, p. 31-55.

- Court M., Mennesson, C., 2015, Les vêtements des garçons. Goûts et dégoûts parentaux au sein des classes moyennes, *Terrains et travaux*, vol. 2, n° 27, p. 41-58.
- Dayan D., 1992, Les mystères de la réception, *Le Débat*, vol. 4, n° 71, p. 141-157.
- Darmon M., 2008, *Devenir anorexique. Une approche sociologique*, Paris, La Découverte.
- Delaunay-Téterel H., 2010, L'affichage public des amitiés. Le blog au lycée, *Ethnologie française*, vol. 1, n° 40, p. 115-122.
- Deutsch F., 2007, Undoing gender, *Gender & Society*, vol. 2, n° 21, p. 106-27.
- Diter K., 2015, « Je l'aime, un peu, beaucoup, à la folie... pas du tout ! ». La socialisation des garçons aux sentiments amoureux, *Terrains et travaux*, vol. 2, n° 27, p. 21-40.
- Dubet F., Martuccelli D., 1996, *À l'école. Sociologie de l'expérience scolaire*, Paris, Éditions du Seuil.
- Eder D., Colleen Evan C., Parker S., 1995, *School talk. Gender and adolescent culture*, New Brunswick, N. J., Rutgers University Press.
- Elias N., 1991, *La société des individus*, Paris, Fayard.
- Fine G. A., 1987, *With the boys. Little league baseball and preadolescent culture*, Chicago/London, The University of Chicago.
- García-Gòmes A., 2017, Teen girls and sexual agency: exploring the intrapersonal and intergroup dimensions of sexting, *Media, Culture & Society*, vol. 3, n° 39, p. 391-407.
- Garfinkel H., 1967, *Studies in ethnomethodology*, Englewood Cliffs, N. J., Prentice Hall.
- Giordano P. C., Longmore M., A., Manning W. D., 2006, Gender and the meanings of adolescent romantic relationships: A focus on boys, *American Sociological Review*, vol. 2, n° 71, p. 260-287.
- Glevarec H., 2010, *La culture de la chambre. Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial*, Paris, ministère de la Culture et de la Communication.
- Goffman E., 1977, La ritualisation de la féminité, *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 14, p. 34-50.
- Granjon F., Denouël J., 2010, Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux, *Sociologie*, vol. 1, n° 1, p. 25-43.
- Granjon F., 2011, De quelques pathologies sociales de l'individualité numérique. Exposition de soi et auto-réification sur les sites de réseaux sociaux, *Réseaux*, vol. 3, n° 167, p. 75-97.
- Honneth A., 2005, Invisibilité : sur l'épistémologie de la « reconnaissance », *Réseaux*, vol. 1, n° 129-130, p. 39-57.
- Jarrigeon A., Menrath J., 2010, De la créativité partagée au chahut contemporain. Le téléphone mobile au lycée, *Ethnologie française*, vol. 1, n° 40, p. 109-114.
- Lachance J., 2013, *Photos d'ados. À l'ère numérique*, Presses de l'université Laval, Québec.
- Lange P., 2014, *Kids on YouTube. Technical identities and digital literacies*, Walnut Creek, C.A., Left Coast Press.
- Latzko-Toth, G., Pastinelli, M., 2013, Par-delà la dichotomie public/privé : la mise en visibilité des pratiques numériques et ses enjeux éthiques, *Tic & Société*, vol. 2, n°7, p. 149-175.
- Lenhart A., 2009, *Teens and sexting*, report, Pew Research Center's Internet & American Life Project, Washington. URL : <http://www.pewinternet.org/2009/12/15/teens-and-sexting/>.
- Lippman J., Campbell, S., 2014, Damned if you do, damned if you don't...If you're a girl: Relational and normative contexts of adolescent sexting in the United States, *Journal of Children and Media*, vol. 8, n° 4, p. 371-386, DOI: 10.1080/17482798.2014.923009
- Litt E., Hargittai E., 2016, The imagined audience on social networked sites, *Social Media + Society*, n° 1, vol. 2, n° 1, p. 1-12.
- Livingstone S., Bovill M., 1999, *Young people, new media: Report of the research project children young people and the changing media environment*, Research report, Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science, London, UK.

- Livingstone S., Ólafsson K., 2011, *Risky communication online* – report, EU Kids Online. LSE Research Online, London School of Economics & Political Science, London.
- Livingstone S., Haddon L., Görzig A., Ólafsson K., 2011, *Risks and safety on the internet: the UK report*, London School of Economics & Political Science, London, EU Kids Online.
- Mahdi A., Vacaflor N., 2010, Téléphone mobile et expression identitaire : réflexions sur l'exposition technologique de soi parmi les jeunes, *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 1, p. 1-17.
- Mardon A., 2011, La génération Lolita. Stratégies de contrôle et de contournement, *Réseaux*, vol. 4, n° 168-169, p. 111-132.
- Martin O., Singly F. (de), 2000, L'évasion amicale. L'usage du téléphone familial par les adolescents, *Réseaux*, vol. 18, n° 103, p. 91-118.
- Marwick A., 2013, Gender, Sexuality and Social Media, in Senft T., Hunsinger J. (eds), *The Social Media Handbook*, Routledge, New-York, p. 59-75.
- Octobre S., 2004, *Les pratiques culturelles des 6-14 ans*, Paris, La Documentation française.
- Octobre S., 2010, La socialisation culturelle sexuée des enfants au sein de la famille, *Cahiers du Genre*, vol. 2, n° 49, p. 55-76.
- Pasquier D., 2010, Culture sentimentale et jeux vidéo : le renforcement des identités de sexe, *Ethnologie française*, vol. 1, n° 40, p. 93-100.
- Pasquier D., 2005, *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Paris, Autrement.
- Pasquier D., 1999, *La culture des sentiments*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Raun T., 2012, *Out online: Trans self-representation and community building on YouTube*, PhD Dissertation, Roskilde University.
- Ringrose J., Gill R., Livingstone S., Harvey L., 2012, *A qualitative study of children, young people and "sexting"*, A report prepared for the NSPCC, National Society for the Prevention of Cruelty to Children, London, UK.
- Ringrose J., Gill R., Livingstone S., Harvey L., 2013, Teen girls, sexual double standards and 'sexting': gendered value in digital image exchange, *Feminist Theory*, vol. 3, n°14, p. 305-323.
- Rotman D., Preece J., 2010, The «WeTube» in YouTube: Creating an online community through media sharing, *International Journal of Web-Based Communities*, vol. 3, n° 6, p. 313-33.
- Salter M., 2016, Privates in the online public: Sex(ting) and reputation on social media, *New Media & Society*, vol. 11, n° 18, p. 2723-2739.
- Schwarz O., 2010, On friendship, boobs and the logic of the vatalogue: Online self-portraits as a means for the exchange of vapital, *Convergence*, vol. 2, n° 16, p. 163-183.
- Singly F. (de), 2006, *Les Adonaissants*, Paris, Armand Colin.
- Solini L., Neyrand G., Blasson, J.-C., 2011, Le surcodage sexué en établissement pénitentiaire pour mineurs. Une socialisation en train de se faire, *Déviante et Société*, vol. 2, n° 35, p. 195-215.
- Steeves V., 2014, *Young Canadians in a wired world, Phase III: Life Online*, Ottawa: MediaSmarts.
- Voirol O., 2005, Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique, *Réseaux*, vol. 129, n° 1, p. 89-121.
- Waller G., Willesem I., Genner S., Suter L., Süß D. 2016, *JAMES – Jeunes, activités, médias – enquête Suisse*, Zürich, Haute école des sciences appliquées de Zürich.
- West C., Zimmerman D.H., 1987, Doing gender, *Gender & Society*, vol. 1, n° 125, p. 125-151.
- Wotanis L., Mc Millan L., 2014, Performing gender on YouTube, *Feminist Media Studies*, vol. 6, n° 14, p. 912-928.
- Ybarra M., Mitchell K., 2014, «Sexting» and its relation to sexual activity and sexual risk behavior in a national survey of adolescents, *Journal of Adolescents Health*, vol. 6, n° 55, p. 757-764.