



ISSN 1768-2649

ISSN en ligne 2261-2769

L'activisme écologique des jeunes sur les réseaux sociaux ou la mise en scène de soi

Elodie Vargas

Université Grenoble Alpes, France
elodie.vargas@univ-grenoble-alpes.fr

<https://orcid.org/0009-0004-9069-1147>

Reçu le 25-05-2023 / Évalué le 05-07-2023 / Accepté le 15-19-2023

Résumé

Cette contribution porte un regard sur la mise en scène de soi-même sur Instagram. Elle analyse le discours et la gestuelle de jeunes activistes ou pseudo-activistes écologistes entre 18 ans et 30 ans environ, en mettant en particulier le focus sur le lien ou le non-lien entre ces deux modes de communication. Au-delà d'une réflexion sur la teneur du contenu écologique partagé, la notion de dialogisme est également interrogée en ce sens qu'il convient de déterminer de quoi sont empreints ces gestes et discours : dimension générationnelle et dimension auto-centrée sont les tenants de cette communication jeune et activiste.

Mots-clés : réseaux sociaux, analyse de discours, gestuelle, activisme écologique, dialogisme

Ecological activism of young people on social networks or the staging of oneself

Abstract

This contribution takes a look at the staging of oneself on Instagram. It analyzes the discourse and gestures of young environmental activists or pseudo-activists between the ages of 18 and 30, focusing in particular on the link or non-link between these two modes of communication. Beyond a reflection on the content of the shared ecological content, the notion of dialogism is also questioned in the sense that it is necessary to determine what these gestures and speeches are marked by: generational dimension and self-centered dimension are the tenants of this young and activist communication.

Keywords: social networks, discourse analysis, gestures, ecological activism, dialogism

Introduction

Le monde actuel ne peut s'imaginer sans les réseaux sociaux que sont Instagram, Tiktok, etc. Il est banal de dire que ces derniers ont fortement amené à un changement de la société. Ils jouent un rôle au niveau de l'individu, notamment par l'image de

soi que l'on présente aux autres et que l'on a de soi-même lorsqu'on se filme et que l'on poste des vidéos. C'est cette dimension qui est l'objet de cette contribution. En effet, on constate une véritable mise en scène de soi où la gestuelle est aussi importante, si ce n'est plus, que le contenu du discours tenu. Si cela est presque convenu et admis lorsque l'on est une influenceuse ou un influenceur financés qui vante les bienfaits d'une crème de soin ou les vertus d'un massage facial, cela est en revanche surprenant lorsqu'il s'agit de vidéos d'activistes reconnus ou de jeunes personnes se déclarant faisant des comptes rendus de COPs, de sommets politiques, ou de l'« information » sur le changement climatique, les désastres écologiques et les solutions à adopter au niveau individuel, etc. Cette contribution vise à montrer que la gestuelle à l'œuvre dans cette communication s'inscrit dans un dialogisme (Bakhtine) exacerbé et particulier. Après une présentation du corpus et de la méthode d'analyse, une seconde partie montrera comment la communication à l'œuvre emprunte aux gestuelles journalistiques du reportage et de la vulgarisation scientifique filmée, s'inscrivant dans ce que nous nommons une « intertextualité multimodale ». Cette communication étant genrée, une troisième s'intéressera à l'auto-mise en scène de soi chez les jeunes filles, où le smartphone servant à se filmer apparaît comme un véritable miroir, déconnectant gestuelle et discours.

1. Généralités

1.1. Corpus et méthode

Le corpus à la base de cette étude se compose de 4 441 vidéos à contenu « écologiste » postées sur Instagram et mettant en scène de jeunes adultes de 17 à 30 ans environ, s'adressant à leurs pairs d'une même tranche d'âge. La durée d'une vidéo est entre 1 min 30 et 10 min. Le corpus se compose de 60 comptes Instagram. La proportion d'hommes et de femmes n'est pas égale : sur l'ensemble du corpus, la proportion d'hommes jeunes est de 10 %.

Les comptes Instagram ont été sélectionnés après une enquête chez les étudiants de l'Université Grenoble Alpes (francophones et étudiants en mobilité Erasmus), ainsi que chez des jeunes adultes déjà dans la vie active. L'objectif était de répertorier les comptes Instagram de jeunes adultes suivis par de jeunes adultes pour s'informer sur les problématiques climatiques. Le choix n'a pas été pré-guidé, les réponses étaient libres. La seule condition était que les langues soient le français, l'allemand ou l'anglais. Il s'est avéré que les jeunes suivent peu ou prou les mêmes comptes, chacun dans son pays respectif, les comptes anglais étant partagés par les différentes nationalités interviewées : Français, Allemands, Anglais et Espagnols.

Nous avons exclu pour cette recherche - bien que cités par les interviewés - comptes de Hugo Clément, Raphaël Glucksmann, WWF, Greta Thunberg et Greenpeace. En effet, ces intervenants disposent de moyens professionnels ou quasi-professionnels bien éloignés de l'activité des jeunes activistes qui se filment eux-mêmes. Par ailleurs, la tranche d'âge de jeunes adultes parlant à de jeunes adultes n'aurait pas été respectée (hormis pour Greta Thunberg).

Au sein du corpus, il convient de distinguer différents types de vidéos et de communication. Nous avons exclu de l'analyse les vidéos faisant apparaître des scènes, décors, lieux avec voix off, dans la mesure où l'on ne voit pas l'énonciateur et où il n'y a pas donc pas de gestuelle. Parmi les vidéos où l'énonciateur apparaît, on distingue trois catégories majeures dont les objectifs divergent. La première catégorie de vidéos concerne les interviews télé et autres médias (brut, par exemple) où l'énonciateur est interviewé dans un cadre précis où il ne regarde en général pas le spectateur, mais l'intervieweur. Ces vidéos feront l'objet de remarques. Les deux autres catégories relèvent d'un autre format, où l'énonciateur se met en scène lui-même. Certains jeunes se mettent en scène pour raconter leur vie et filmer cette dernière dans des situations particulières que l'on pourrait appeler « un périple ». Ces vidéos représentent 15 % des 4 441 vidéos. Le sujet est en effet « comment je fais le tour de la planète à vélo », « comment je parcours la France à pied en dormant où je peux et en improvisant », etc. L'objectif est de montrer que l'on s'inscrit en dehors de ce qui est appelé des diktats sociétaux et pollueurs et, conséquemment, que l'on sait prendre du temps pour soi, que l'on ne pense pas qu'au travail et à gagner de l'argent, que l'on ne produit pas de CO₂. Ces vidéos ne renferment aucun autre message que celui qu'on pourrait résumer ainsi : « suivez-moi dans mes aventures ». Montrant des périples, des paysages, etc., sans argumentation particulière, elles ont été exclues de l'analyse. L'autre groupe, en revanche, vise à informer sur des aspects du changement climatique, à relater des décisions politiques, et surtout à amener à l'action, par le discours ou par un engagement qui pourrait/devrait être suivi. Le poids argumentatif en est beaucoup plus important, et c'est la raison pour laquelle seul ce deuxième groupe a été pris en compte pour cette étude traitant du geste et du discours.

En lien avec ce corpus, nous souhaitons dans cette partie introductive attirer l'attention sur trois données et aspects. Un corpus parallèle de vidéos Instagram sur la même thématique concernant des gens plus âgés (au-dessus de 40 ans) a été élaboré dans le cadre d'une autre étude. Ce corpus ne fait pas l'objet d'une analyse ici, mais servira comme élément comparateur pour un point particulier. Par ailleurs, les premières vidéos des jeunes activistes écologiques datent de

2018. Au moment de la publication de cette contribution, certains sont devenus célèbres et ont ainsi modifié leur discours (afin d'être plus politiquement correct et de trouver plus d'écho) et leur manière de se filmer. L'analyse le signalera. Enfin, l'étude des vidéos pose le problème de droit à l'image. Pour cette raison, aucune capture d'écran des activistes ne sera présentée ici, une indication de la vidéo avec ses références sera donnée lors de mentions dédiées.

Nous inscrivons la présente analyse de la gestuelle dans la kinésique, que nous définissons de manière étroite comme la science des gestes, comprenant l'étude des gestes des mains, des pieds, de la tête, mais également l'étude des expressions du visage, des poses, des mouvements et des manières du corps. Suivant Cosnier (1997 : 8), nous nous inscrivons dans la théorie de la « gestualité discursive », désignant « l'activité mimo-gestuelle qui est liée à la constitution de l'énoncé total. Le postulat de multicanalité [...] oblige en effet à ne pas sélectionner a priori les aspects verbaux ou non verbaux, mais à les considérer comme synergiques. » (*Ibid.*) Soulignons à ce propos, suivant Cosnier, que dans l'analyse de toute vidéo avec focus sur la gestique, se pose le problème théorique de la définition des observables.

1.2. La médiation scientifique comme cadre contextuel

L'activité de jeunes adultes sur les réseaux sociaux - et en particulier sur Instagram - faisant des comptes-rendus de COPs, de sommets politiques, ou de l'« information » sur le changement climatique, les désastres écologiques et les solutions à adopter au niveau individuel, s'inscrit respectivement dans ce que l'on peut appeler du journalisme amateur (ou de l'automédia), et dans la « médiation » plus ou moins scientifique. Si la vulgarisation scientifique se caractérise par une diffusion des savoirs scientifiques dans une démarche que l'on pourrait appeler « top down », la « médiation scientifique » (terme apparu au XXI^e siècle), pour sa part, s'inscrit dans une démarche horizontale créant des échanges entre le monde scientifique au sens large (et non plus les seuls scientifiques) et la société. Les échanges ne se font plus de haut en bas, par des prescripteurs statutairement qualifiés vers ceux qui n'ont pas la compétence, mais horizontalement entre usagers (étant entre eux sur un même pied d'égalité ou pas). Au-delà de la diffusion de savoirs scientifiques, la démarche est donc plus large et se propose de considérer également les problématiques sociétales liées à la science ou issues de celles-ci, afin que le citoyen réagisse à cette dernière, comprenne mieux certaines données et certains enjeux, puisse décider de faire siens certains progrès ou au contraire, de s'y opposer, etc., bref qu'il puisse

prendre position par rapport à la science et non plus être dans une simple position de découvreur-consommateur d'informations. La dimension sociétale et politique est donc très importante, puisque le citoyen peut se positionner dans l'objectif d'un intérêt commun, faisant entrer dans l'espace public les problématiques qu'il trouve légitimes, créant ou transformant ainsi le débat public lui-même. En font partie des thématiques comme les manipulations génétiques, l'intelligence artificielle ou les problématiques climatiques - nous intéressant plus particulièrement pour cette contribution -, où les données scientifiques sont tout aussi importantes que les questions éthiques et politiques. Ceci politise le champ du savoir et fait de la science un fait sociétal, permettant l'expression d'une nouvelle forme de participation démocratique des citoyens dans la vie publique.

Au-delà d'une simple réflexion ou information, le citoyen peut décider d'être acteur de cette diffusion de la science et participer à produire du partage de connaissances. Son discours est un discours mis en place dans l'espoir d'une parole future, il est produit en étant destiné à circuler dans la population, le citoyen lambda devant le faire sien et le faire tourner, au sens de Jurdant (2009). Comme le souligne Kovacs (2012), cette démocratisation de l'accès et de la production de l'information participe à l'émergence d'une culture horizontale, offrant un espace d'expression inédit à chaque citoyen connecté. L'adjectif est important dans la mesure où c'est bien l'émergence d'internet, puis de chaînes comme Youtube et enfin plus récemment des réseaux sociaux sur smartphone qui a participé à cet essor de production d'information 'scientifique', voire sociétale. Ceci nous invite à une première réflexion : il convient tout d'abord de s'interroger sur le contenu dispensé dans les vidéos des jeunes « activistes écologiques ». Par ailleurs, le mode de communication dominant est également à interroger, en particulier dans le cadre de la vidéo et des nouveaux médias. En effet, il est important de rappeler que le slogan de lancement de YouTube était et demeure : *Diffusez-vous vous-même*. L'objet de la vidéo n'était et n'est plus seulement uniquement le contenu, mais également le médiateur-acteur lui-même. Suivant Michaud (2014), on peut considérer qu'en matière de culture, il y a un avant et un après YouTube (*Ibid.*), de par l'aspect mise en scène de soi-même, faisant de YouTube, ce que Michaud appelle « une véritable *auberge à narcissismes* ». Partant, en lien avec cette affirmation, il conviendra de définir s'il existe également un narcissisme à l'œuvre dans les vidéos des jeunes activistes du climat sur Instagram et, en particulier, si la kinésique dans le rapport geste/parole en est un élément.

2. La gestuelle comme miroir des gestuelles journalistiques du reportage et de la vulgarisation scientifique filmée

Si l'apparition de la vulgarisation scientifique au XVIII^e siècle, puis au XIX^e siècle est en lien avec un désir de faire adhérer les esprits aux thèses de la modernité et à certains besoins de l'époque, en particulier en matière d'hygiène, il est important de rappeler que la vulgarisation scientifique n'est pas née en réponse à un besoin de la population de s'informer sur les sciences et techniques, mais bien d'un désir des scientifiques de diffuser leurs recherches (voire de se faire connaître pour certains). Ce point est important dans la mesure où un parallèle peut être établi. En effet, la diffusion de connaissances sur les problématiques climatiques sur des comptes Instagram de particuliers n'est pas née d'un besoin ou d'une demande de la population. D'autres canaux médiatiques existent pour cela. Il semble donc que - tout comme pour la vulgarisation scientifique - la production de ces vidéos soit née du désir (ou du besoin) de certains de se filmer et de parler aux autres de manière large. La question qui se pose est donc de savoir s'il s'agit uniquement d'un acte désintéressé et humaniste visant à passer du savoir, ou s'il s'agit d'une volonté d'amener à la révolte et de gagner contre les politiques, ou encore s'il s'agit de se faire connaître, de présenter une belle image de soi-même, voire de s'auto-satisfaire, les trois n'étant pas exclusifs les uns des autres. La kinésique présente dans les vidéos et les images postées sur Instagram permettent d'amener un certain nombre de réponses, comme le montrera l'analyse.

De manière générale, concernant la kinésique, Di Pastena *et al.* (2015 : 464) notent en s'appuyant sur d'autres chercheurs que :

Les mouvements des bras et des mains entretiennent une relation privilégiée avec le discours. Ils sont alors qualifiés de co-verbaux et ont une double fonction, à la fois sémantique et pragmatique. D'une part, ils contribuent, en relation avec les mots, à la construction et à la transmission des significations [...]. Ils apportent des idées complémentaires à celles évoquées par le discours [...], et favorisent la production du discours en facilitant l'accès au lexique [...]. Ils participent à l'effort de verbalisation du locuteur en redondance ou en complémentarité avec l'expression verbale ou en compensant un déficit verbal [...]. Mais ils participent également à la régulation de l'interaction et de l'échange verbal [...]. Ils jouent un rôle de signe pour le partenaire et favorisent la compréhension du message [...].

Il convient donc de voir quels sont les gestes des jeunes influenceurs écologistes et, partant, quels sont les rôles de ces gestes ? Pour ce faire, nous nous appuyons sur la classification que proposent Di Pastena *et al.* (2015 : 465) :

Type de gestes		Description	Exemple
Représentationnels	Déictiques	Pointage vers un objet ou une personne (présent ou absent) ou dans une direction	« Par ici » 
	Iconiques	Illustration d'un contenu verbal concret du discours	« Une boule » 
	Métaphoriques	Illustration d'un aspect abstrait du discours	« Une chose et l'autre » 
Non représentationnels	Marqueurs de discours (ou battements)	Mouvements simples et rapides d'accentuation rythmant le discours	

Figure 1 : Classification des différents types de gestes co-verbaux

À l’analyse du corpus, il apparaît que les gestes représentationnels déictiques sont assez rares. Ils sont présents dans moins de 2 % des vidéos. Nous prendrons à titre d’exemple le discours d’une influenceuse filmée par une personne tierce qui annonce face caméra que ceux qui la suivent pourront voir sa « vidéo sur leur téléphone portable ». Après une fraction de seconde, elle montre ledit portable en le tenant de la main droite et en le désignant de la main gauche, dans un geste auto-référentiel (Cosnier, 1997 : 12), comme on pourrait le faire pour une personne étrangère qui ne comprend pas la langue et qui a besoin de la désignation gestuelle, pour désigner le référent.

Les gestes représentationnels iconiques sont absents pour un objet particulier. En revanche, les gestes métaphoriques sont utilisés de manière assez classique lorsqu’il s’agit d’une énumération et que les doigts servent à ponctuer l’argumentation en 1, 2, 3 ou « premièrement », « ensuite » et « et enfin¹ ».

Les gestes les plus récurrents sont les gestes non représentationnels marqueurs de discours. On remarque qu’ils sont toujours rapides ; ils marquent le discours pour - souvent - tenter de convaincre. Il est intéressant de souligner que ce mouvement précis des mains est un des gestes récurrents de tout journaliste en

reportage qui est face caméra (éventuellement en train d'avancer vers celle-ci), cadré paysage et qui présente un sujet ou explique quelque chose.

Ce geste de reportage a tout d'abord été repris par les youtubeurs de vulgarisation/médiation scientifique. Il est à présent repris dans les vidéos des jeunes activistes, et on doit donc voir ici une inscription (consciente ou inconsciente) dans un modèle générique caractéristique d'une profession. Cette gestuelle reprenant les gestuelles journalistiques du reportage et de la vulgarisation scientifique filmée, s'inscrit dans ce que nous nommons une « intertextualité multimodale », où la gestuelle - servant, comme en journalistique, à appuyer le discours - peut viser à gagner en légitimité discursive (en termes de contenu), mais aussi à poser une sorte de véracité scientifique à ce contenu ; nous pourrions parler également d'intertextualité sémiotique, où ce 'geste de reportage' doit être vu comme l'indice d'un discours sérieux, presque professionnel, conférant ainsi une sorte de positionnement de spécialiste (ou tout du moins de légitimité discursive) à l'énonciateur.

En lien avec ce geste 'journalistique', il est intéressant de s'intéresser au cadrage. Puisque ce geste typique du reportage est fréquent, on devrait s'attendre à un cadrage façon 'reportage télé'. Or, ce dernier n'est paradoxalement pas la dominante et il est, par ailleurs, genré. Les jeunes hommes ne se filment généralement pas, préférant des présentations d'images de synthèse, par exemple. Lorsqu'ils se filment, ils répondent au modèle du genre : leurs vidéos empruntent au reportage télé, ils se présentent face caméra usant du « geste journalistique », les séquences durent peu et ils se mettent en scène dans un décor naturel qui a une importance pour lui-même en lien avec leur thématique (plage, mer en arrière-fond, forêt, etc.). Les jeunes femmes, pour leur part, contrairement aux jeunes hommes, se filment beaucoup. Cependant, elles ne se filment que très rarement dans un décor en lien avec leur thématique (plage, mer en arrière-fond, forêt, etc.) et n'empruntent ainsi pratiquement pas au reportage télé ou à la séquence YouTube prototypique de vulgarisation ou médiation scientifique². Le « geste journalistique » non représentationnel marqueur de discours est toutefois très présent dans leurs vidéos, et en lien avec le cadrage, une distinction s'impose : ce geste à deux mains est présent lorsque le téléphone servant de caméra est posé sur un pied ou ailleurs, ce qui est finalement minoritaire. La majorité des vidéos est faite par des jeunes femmes qui tiennent elles-mêmes leur smartphone. Le geste représentationnel marqueur de discours décrit précédemment est donc amputé en ce qu'il n'est réalisé que d'une main. Mais on constate que le cadrage est alors fait pour que ce geste apparaisse, donnée importante pour la jeune fille dans la mesure où ce geste est caution d'un discours exact et où il sert une exhortation à réagir (colère, combat, etc.), laissant ainsi supposer que la seule parole ne suffirait peut-être pas.

Il y a alors adéquation entre discours verbal et kinésique, ce qui n'est pas toujours le cas chez les jeunes filles, comme le montrera la partie suivante.

Au-delà de la manière de se filmer, le contenu des vidéos est également généré. Toutes les vidéos (genres confondus) alarment sur les menaces qu'engendrent les conséquences du changement climatique : pénuries d'eau, menace de guerres, de famines, d'émeutes, raréfaction des ressources, etc. Dans le même temps, la responsabilité de l'être humain est clairement pointée, en soulignant une opposition générationnelle : les « baby-boomers » - ayant vécu dans un système capitaliste en consommateurs inconscients et égoïstes - sont responsables de la situation catastrophique actuelle et les jeunes sont des victimes qui en subissent les conséquences. C'est la raison pour laquelle les jeunes - responsables, lucides et éclairés - doivent participer à une réorganisation complète de la société et de l'économie³. On peut prendre comme exemple le discours monologal et lu sur musique de fond de adelaidecha :

En fait, je pense que dans mon biberon, il y avait une grosse dose de surconsommation que toute ma génération a gobée ; et quand on naît dans ce monde-là, c'est pas automatique de le questionner, surtout quand partout sur les écrans, sur les radios, aux abris de bus, on nous fait croire que le bonheur, c'est un vol d'avion jusqu'à une mer turquoise, c'est un portable aux trois caméras, c'est une voiture aux cinquante options. Et nulle part dans la chanson, il n'est dit le prix qu'on fait payer à la planète pour ce bonheur, le prix que certains paient déjà et qu'on finira tous par payer. Finalement, on est des Obélix tombés quand nous étions petits dans la marmite des énergies fossiles. Mais je pense aussi que ma génération a la capacité de nous en sortir (adelaidecha, 25 septembre 2022).

Pour passer leur message, les vidéos des garçons s'inscrivent pleinement dans l'esprit des documentaires ou des vidéos YouTube de médiation scientifique, qui privilégient une « présentation des faits scientifiques qui donnent à voir le monde au jeune, en s'appuyant sur des photos et des illustrations souvent spectaculaires » (Kovacs, 2012 : 74) ou qui expliquent les problématiques à l'aide de schémas, images de synthèse, etc. Dans les posts et vidéos des jeunes filles, le corpus n'atteste pas d'exemple de cette approche médiatrice⁴. La démarche est beaucoup plus (auto)-centrée. En effet, pour parler de ces malheurs, la jeune fille se filme elle-même, et on peut ici parler d'auto-mise en scène de soi. À ce titre, certaines de ces jeunes filles peuvent poster des vidéos d'elles-mêmes en interview télé, par exemple⁵. On remarque que leur gestuelle est alors très réduite et que le geste non représentationnel relevant de la pratique journalistique décrit ci-dessus est alors quasiment absent. Le discours se déroule seul, sans support kinésique, et il faut alors se demander s'il se suffit cette fois à lui-même, ne se mettant plus en

scène, ou si la présence de l'Autre (filmeur professionnel) interdit d'une certaine manière ce geste et une certaine auto-mise en scène. Deux hypothèses peuvent être posées : (i) le média officiel et reconnu serait caution d'un discours sérieux et exact ou (ii) le cadre institutionnel avec un filmant et un filmé serait un frein à l'auto-mise en scène de soi, très présente chez les jeunes femmes, comme le montre l'analyse de la partie 3.

3. Les jeunes filles et l'auto-mise en scène de soi

L'auto-mise en scène de soi et le besoin de parler de soi pourraient être résumé par ces photos postées sur *Instagram* quel que soit le sujet (hors corpus et concernant les hommes comme les femmes) et qui s'intitulent « moi quand/ma tête quand » qui doit être compris comme « ma réaction/ma kinésique du visage (= mes sentiments) quand... ». On peut prendre comme exemple un post de Camille Etienne (alias Graine_de_possible) où elle se tient bras croisés, l'air désabusé, regardant quelqu'un qui parle avec comme commentaire « Ma tête quand j'apprends que TotalEnergie a une nouvelle idée géniale pour détruire la vie sur Terre ». L'expression du visage est vue comme se suffisant à elle-même et se substituant au discours, selon le principe du même. Il apparaît ainsi que la kinésique du visage est un discours en soi. Si ces sortes de mêmes sont pratiqués par les jeunes hommes et les jeunes femmes sur Instagram pour tous les sujets de la vie, force est de constater que ce type de communication n'est pas utilisé par les jeunes activistes climatiques hommes, mais seulement par les jeunes femmes activistes climatiques.

En lien avec cela, il est intéressant de souligner une nouvelle tendance de communication dans des situations d'interaction ordinaires en face à face, existant même en dehors des réseaux sociaux, à savoir ce que Cosnier (1997) a appelé les « gestes quasi-linguistiques » (à la suite de Ekman et Friesen, 1969, qui parlent de « *emblems* »). Les gestes quasi-linguistiques sont des gestes conventionnels qui se substituent à la parole, ils ont un équivalent verbal ou adjectival qui, cependant, n'est pas prononcé et qu'ils remplacent pour ainsi dire. Ainsi, on pourrait imaginer un énoncé tel que « elle était... » où à la place de l'adjectif « zinzin », la personne se tapant sur la tempe avec l'index donnant ainsi accès au signifié et au mot absent. Cosnier note que ces gestes quasi-linguistiques sont propres à une culture donnée. Si ceci n'est pas nouveau en soi, ces gestes prennent une autre dimension sur les réseaux sociaux et en dehors des réseaux sociaux (c'est-à-dire dans des situations d'interaction ordinaires en face à face), en ce sens que le visage - et non les mains et/ou les bras - intervient comme geste quasi-linguistique, ce qui représente la nouveauté depuis quelques années. En effet, le discours est souvent interrompu

et les adjectifs qui auraient dû « dire » les sentiments, les états du locuteur sont absents et sont remplacés par une mimique (parfois accompagnée d'un son). On peut prendre comme exemple l'énoncé suivant de la vie ordinaire : « il m'a dit ça et, là, j'étais [menton qui se tord sur le côté pour dire que le dit de l'Autre est difficile à accepter, que le locuteur ne l'a pas aimé] ». Il est à noter que ces mimiques sont souvent introduites par les formules rituelles « genre » ou « en mode ». Cette utilisation se retrouve dans les vidéos de notre corpus et concerne souvent les sourcils. Un froncement de sourcils est très souvent utilisé pour signifier la stupidité d'un comportement d'un politicien ou d'une décision politique. Il est utilisé de la même manière que décrit précédemment pour les adjectifs (c'est-à-dire non accompagné de vocable) et est là pour montrer la non-pertinence de celui qui est critiqué, ainsi que l'incompréhension de la locutrice devant ce qu'elle considère comme un degré extrême de non-intelligence. Cela se double d'une attitude de mépris envers le critiqué et partant, d'une supériorité affirmée (mais sous-entendue) par l'énonciatrice critiquante. On peut noter que cette utilisation du visage pour des signes quasi-linguistiques n'est pas - contrairement aux signes quasi-linguistiques décrits par Cosnier - propre à une culture, mais qu'il y a là un usage international comme en atteste le corpus. Il est cependant généré, car les jeunes hommes ne pratiquent pas ce signe.

Les interventions des jeunes femmes s'inscrivent dans la polarité. À côté des interventions dénigrantes décrites ci-dessus, l'auto-mise en scène est positive pour soi-même et pour le regardant. L'entrée dans la vidéo se fait la plupart du temps par un sourire, même si celui-ci était absent à la micro-seconde précédant le premier mot. Cela se retrouve de manière assez classique chez tout journaliste se préparant à prendre un direct.

L'entrée en matière commence au niveau discursif par une prise de contact qui est la même quelle que soit la langue et quel que soit le pays. L'introduction - que l'on peut considérer comme un incipit - se fait par un « coucou » enfantin ou un « hello » en français (« hallo » en allemand / « hi » en anglais) séducteur accompagné d'un sourire très large et très avenant (fréquemment avec un geste de main) et sur un ton dépassant le familier et s'inscrivant clairement dans l'intime. Ce type d'incipit ouvre sur des séances positives où la jeune activiste femme s'inscrit dans un récit positif porteur de bonnes nouvelles sur une logorrhée calme (50 % environ)⁶.

L'autre type d'incipit relève d'un discours souhaitant amener à l'action, à une réception énermée d'un contenu problématique et donc à une adhésion des esprits aux thèses (50 % environ également). Le « coucou » enfantin laisse alors la place au geste non représentationnel décrit sur la Figure 1 ou sur une main crispée, presque en forme de poing et s'accompagnant d'énoncés énergiques tels « ok, on y va » / « ok, grosse annonce⁷ », etc.

Ces incipits correspondent aux rites de présentation soulignés par Goffman, qui, en tant que « marques de déférence [,] prennent couramment quatre formes : salutations, invitations, compliments et menus services, qui sont autant de moyens d'affirmer au bénéficiaire qu'il n'est pas isolé en lui-même, que les autres participent de lui et partagent ou cherchent à partager ses préoccupations » (1974 : 65).

Les séquences introduites par un « coucou » ou un « hello » charmeur peuvent être filmées en extérieur ou en intérieur. On remarque dans les deux configurations qu'un jeu avec les cheveux est très souvent présent dans la mise en scène. La jeune fille, tout en dissertant sur la pénurie d'eau ou une décision prise à Bruxelles face caméra, se recoiffe. Ce geste ne peut être rapproché de celui du/de la journaliste faisant un direct en extérieur et devant chasser les cheveux qu'il/elle a sur le visage à cause du vent, par exemple. Le geste est présent car la jeune fille se regarde dans son smartphone comme dans un miroir et joue avec ses cheveux dans un geste de séduction (les passant en général derrière l'oreille ou les faisant revenir devant sur un seul côté, tête penchée)⁸. Ce geste trahit la volonté de séduire le destinataire regardant, mais de s'auto-séduire également, présentant à soi-même une image féminisée selon les standards du mannequinat⁹. Ce narcissisme n'est pas propre aux jeunes femmes activistes du climat. Cette mise en scène capillaire est commune à toutes les jeunes femmes communiquant sur Instagram, influenceuse ou non. La question se pose cependant ici du lien entre kinésique et contenu discursif environnemental, qui se trouvent ainsi déconnectés. En effet, le geste n'apparaît pas comme annexe ou comme non voulu, il n'est pas non plus nécessaire (cheveux qui gênent, par exemple). Le geste est effectué pour lui-même en toute conscience, en prenant le temps de l'action et de vérification de son image. Le parcours oculaire permet de différencier les moments où la jeune fille regarde la caméra pour s'adresser au destinataire, pour faire passer le contenu discursif, et les moments où elle regarde l'écran de son smartphone pour travailler/vérifier son image, ceci dans un flux de paroles ininterrompu, créant ainsi une déconnexion. Cela amène à s'interroger sur l'objectif de la communication et des posts. La dimension capillaire (ainsi que les « coucous », etc.) présentée ici permet d'apporter un élément de réponse aux questions posées au début de cet article : si les vidéos postées s'inscrivent de manière évidente dans une volonté de sensibiliser à la cause environnementale et à l'urgence climatique, d'amener à la révolte et, pourquoi pas, de gagner contre les politiques, il semble assez évident qu'il ne s'agit pas uniquement d'un acte désintéressé et humaniste visant à faire passer du savoir. On notera d'ailleurs que les deux actions ne sont pas opposables en soi. Stratégie politique et mise en scène de soi ont toujours été une constante des politiciens, hommes ou femmes. Force est de constater cependant qu'il ne s'agit pas ici de simplement prendre soin de son apparence sur un média qui valorise certains codes de mise en scène de soi, afin de trouver un plus large écho. La mise

en scène de soi n'est pas un simple instrument stratégique pour le combat politique. Cette mise en scène de soi est en effet différente des mises en scène de soi propres à d'autres médias, en ce sens qu'elle relève d'une volonté de présenter une belle image de soi-même, de séduire, d'être connue et reconnue et, parallèlement, de s'auto-séduire, s'auto-satisfaire et se (re)narcissiser. Il s'agit ainsi non seulement d'une mise en scène de soi, mais (surtout ?) d'une auto-mise en scène de soi (pour soi). Les photos récentes sur Instagram de Luisa Neubauer ou de Camille Etienne - rappelant les studios Harcourt pour la première¹⁰ et assez dénudée et érotique pour la seconde accompagné du commentaire suivant : « Voyage sans avion, premier atterrissage - 230 km en vélo et camping sauvage en Camargue. Des glaces aux abricots. 3 filles débarquées dans les ruelles colorées de Arles. Et une certaine libido à la liberté garantie sans CO₂ »¹¹ - permettent de conforter cette analyse et, par là même, un « narcissisme » exacerbé, pour reprendre le terme de Michaud évoqué ci-dessus en lien avec les vidéos YouTube.

La déconnexion entre contenu et kinésique évoquée plus haut relève du fait que cette auto-mise en scène « narcissique » n'est pas imposée par le contenu discursif et n'est surtout pas pertinente par rapport à ce contenu. Celui-ci pourrait être simplement associé à une mise en scène relevant d'un journalisme plus conventionnel. Or, ce n'est pas le cas chez de nombreuses jeunes filles¹².

Cela pose la question des jeunes activistes hommes. On pourrait ainsi se demander si la « mise en scène de la rationalité » ou de la factualité que l'on trouve chez les locuteurs masculins (via l'usage de graphiques, etc.) ne serait pas, elle aussi, une forme d'auto-valorisation liée à des stéréotypes masculins. Mais la gestuelle est alors exclue et nous ne répondons donc pas ici à cette question.

Parallèlement à cette dimension de séduction, la dimension intimiste d'une grande majorité de ces vidéos amène à des gestes surprenants (et non rares). La vidéo (souvent filmée en intérieur) peut prendre la forme d'un dialogue comme si les activistes filles, dans leur salon ou leur chambre, étaient en train de parler à des gens en face d'elles, souvent allongées (voire avachies). Elles dissertent longuement de façon monologale et se grattent le nez, le cou, etc., paradoxalement, cette fois, loin de toute stratégie de séduction. Ce discours, s'inscrivant dans un pseudo cadre relevant du « on est entre amis », est marqué par une sorte d'apathie, de non-enthousiasme, de non-stimulation. Le contenu est en général non environnemental, relève plutôt de considérations sur la vie, interrogeant d'autant plus sur la véritable visée des vidéos postées.

Dans toute activité filmée ordinaire relevant du journalistique ou du cinématographique, le rapport filmant-filmé, comme le souligne Lallier, est prévisible et « invite les personnes concernées à se montrer adéquates avec l'observateur-filmant (à ne pas regarder la caméra, par exemple). Par cette attention réciproque, filmant et

filmés acquièrent une compétence interactionnelle, leur permettant de se conduire d'une manière satisfaisante, appropriée à ce que chacun attend de l'autre » (Lallier, 2008 : 5). Dans les vidéos de notre corpus, la situation est tout autre : il n'y a pas de différence entre corps filmant et corps filmé. Les jeunes femmes activistes écologiques regardent bien la caméra, se comportant justement « d'une manière satisfaisante, appropriée à ce que chacun attend de l'autre » (*Ibid.*). Et ceci est essentiel en ce que cela pose justement la question du dialogisme et du fonds aperceptif (Bakhtine, 1979). Quels sont les codes ? De quoi est faite cette communication entre jeunes ? Qu'attend l'Autre ? Le corpus plus large de vidéos d'« activistes » climatiques âgés de plus de 40 ans signalé en introduction (hors étude ici) montre que les propriétés discursives et kinésiques analysées ci-dessus sont totalement absentes chez ce dernier type de communicants. Il apparaît donc qu'il existe des différences communicationnelles selon l'âge, et ceci permet de convoquer la notion de fonds aperceptif propre au dialogisme bakhtinien dans une double dimension : d'une part - chez les jeunes activistes - une dimension générationnelle où le geste (plus que le discours) permet de s'adresser à ses pairs d'une même tranche d'âge, de se reconnaître entre soi et d'emporter l'adhésion de ce public. Il convient de respecter ou de s'inscrire dans certains codes afin d'optimiser la réception de la communication. D'autre part, cette dernière est faite d'une dimension autocentrée - apparemment propre également à cette génération - où le geste s'adresse à soi-même comme garant du pouvoir de séduction, dans une empreinte narcissique très marquée¹³. La gestuelle à l'œuvre dans cette communication s'inscrit ainsi dans un dialogisme exacerbé et particulier. Si, comme le souligne Amossy, les valeurs écologiques constituent un repère pour l'ethos collectif des militants, celui-ci tenant dans une « image attachée à un certain groupe [...] un mouvement social » (2010 : 160), force est de constater, à l'épreuve du corpus, que cette image du collectif semble être générationnelle et qu'elle se construit aussi à travers la modalité de l'ethos dit - ethos montré dans le sens de Maingueneau (1999).

Conclusion

Cette contribution a montré que la communication des activistes écologistes sur Instagram, profondément inscrite dans le dialogisme bakhtinien, est genrée et générationnelle. Si la volonté de séduire (de s'auto-séduire et/ou de s'auto-valoriser) est présente chez les deux types de locuteurs (jeunes hommes et jeunes femmes), les mises en œuvre sont différentes. Si la communication emprunte à la journalistique et à la médiation scientifique chez les jeunes hommes, elle relève davantage de l'auto-mise en scène de soi et du narcissisme chez les jeunes femmes, provoquant souvent dans ce dernier cas une certaine inadéquation entre kinésique et contenu discursif. Dans un cas comme dans l'autre, elle relève d'une intertextualité

sémiotique/multimodale et d'un fond aperceptif générationnel et auto-centré. Une étude future vise à analyser la réception des vidéos des jeunes activistes par les jeunes eux-mêmes et par d'autres générations. En effet, il semble que l'ancrage codique (en particulier concernant la kinésique particulière à l'œuvre) représente - pour certains jeunes du même âge et pour des récepteurs plus âgés - une entrave à une acceptation de ce discours jeune - et même un repoussoir -, car relevant de la caricature. Il conviendra donc de déterminer si cela est uniquement générationnel ou si le milieu social, le niveau d'éducation, d'études, etc. sont des éléments également déterminants dans une réception positive ou négative de ce discours. Le champ doit ainsi être élargi et la linguistique devra, pour ce faire, croiser, entre autres, la sociologie.

Bibliographie

- Amossy, R. 2010. *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. Paris : PUF.
- Bakhtine, M. 1979, trad. 1984. *Esthétique de la création verbale*. Paris : Gallimard.
- Cosnier, J., Vaysse, J. 1997. « Sémiotique des gestes communicatifs ». *Nouveaux actes sémiotiques*, n° 52, p.7-28.
- Di Pastena, A., Schiaratura L.T., Askevis-Leherpeux, F. 2015. « Joindre le geste à la parole : les liens entre la parole et les gestes co-verbaux ». *L'année psychologique*, n°115(3), p. 463-493.
- Ekman, P., Friesen, W.V. 1969. « The Repertoire or Nonverbal Behavior: Categories, Origins, Usage and Coding ». *Semiotica*, n° 1, p. 49-98.
- Godart, E. 2016. *Je selfie donc je suis, Les métamorphoses du moi à l'ère du virtuel*. Paris : Albin Michel.
- Goffman, E., 1974. *Les rites d'interaction*. Paris : Éditions de Minuit.
- Jurdant, B. 2009. *Les problèmes théoriques de la vulgarisation scientifique*. Paris : Archives contemporaines.
- Kovacs, S. 2012. « Engager et enrôler les jeunes dans la lutte contre le changement climatique : le documentaire jeunesse et l'attitude des collégiens d'aujourd'hui ». *Communication & langages*, n° 172(2), p. 69-81.
- Lallier, C. 2008. « Le corps, la caméra et la présentation de soi ». *Journal des anthropologues*, n°112-113, p. 345-366. [En ligne] : <http://journals.openedition.org/jda/834> [consulté le 20 mai 2023].
- Maingueneau, D. 1999. Ethos, scénographie, incorporation. In : *Images de soi dans le discours*. Lausanne/Paris : Delachaux et Niestlé S.A., p. 75-100.
- Michaud, Y. 2014. *Narcisse et ses avatars*. Paris : Grasset.

Notes

1. Cf. adelaideecha par exemple, 31 octobre 2022.
2. adelaidecha (par exemple) en empruntant au reportage télé ou à la séquence YouTube prototypique de vulgarisation ou médiation scientifique représente un peu une exception en regard de la tendance féminine dominante (cf. entre autres, la vidéo du 3 juillet 2022). Ce faisant, (et conséquemment ?) elle ne s'inscrit pas dans la tendance d'auto-séduction typique de beaucoup de jeunes filles que nous décrirons plus loin.
3. Il est à noter que, lors de son interview dans le magazine *Télérama* du 18 avril 2023,

Camille Etienne - devenant connue dans les médias de manière plus large qu'Instagram depuis mi 2022 - a changé son discours par rapport à ses premières vidéos. En effet, le discours est plus intégrateur et l'opposition « baby boomers vs jeunes activistes » n'apparaît plus :

Camille Etienne : « Féministe oui, en revanche, je ne crois pas en une « génération climat ». L'attention s'est focalisée sur les jeunes, blancs, qui ont participé aux marches, mais le mouvement climat est aussi constitué de milliers de retraités, sur le terrain, dans les réunions publiques... J'appartiens à la génération des réseaux sociaux, de la surconsommation, avec un déficit de l'attention qui m'inquiète. Il est difficile de l'idéaliser. Au-delà d'être fausse, l'expression "génération climat" est dangereuse, elle empêche de voir l'éléphant au milieu de la pièce : la fracture sociale. C'est malin de la part des politiques et des médias : en faisant de l'écologie un conflit de générations qui, en réalité, a toujours existé - jeunes âmes révoltées contre vieux sages privilégiés -, ils la dépolitisent. » (Télérama : *La « génération climat » est-elle féministe ?*).

Il est intéressant de souligner que cette opposition pointée ici comme venant des « politiques et des médias » était largement présente au début de très nombreuses vidéos des jeunes activistes et de Camille Etienne. Les discours objectifs du GIEC et d'autres scientifiques, ainsi que la notion de développement durable ont une influence sur cette perception. Il conviendrait donc de se demander si cette opposition « jeunes vs vieux » fut (et est encore) instrumentalisée par les médias ou si, au contraire, l'opinion des jeunes ayant participé aux Marches pour le climat a générée cette opposition, reprise ensuite dans les médias. Seuls des corpus plus larges de différents discours pourraient répondre à cette question.

4. La parution du dernier rapport du GIEC représente une exception. Des documents plein écran tels des slides explicatifs ont été relayés par certaines jeunes filles sur leur compte. Ces slides n'émanent pas d'elles, mais sont repris d'associations telles Greenpeace ou autres et leur affichage ne relève pas, à proprement parler, d'une démarche médiatrice à la façon des vidéos Youtube, comme le font les garçons.

5. Cela est le cas pour les dernières années 2022-2023, dans la mesure où elles deviennent connues.

6. À titre d'exemples chez Camille Etienne/Graine_de_possible vidéos du 22 juin 2021, 29 MARS 2021, 3 mars 2021, 27 février 2021, 17 avril 2020.

7. À titre d'exemples chez Camille Etienne /Graine_de_possible vidéos du 30 juin 2022, 28 juin 2022.

8. Il est important de souligner que le sourire charmeur et avenant peut être présent chez les garçons. Mais il n'est pas le même en ce sens qu'il n'y a pas de geste de la main et qu'il n'y a pas de jeu de cheveux, excepté chez Bodhi_patil et sambentley.

9. Ces remarques pouvant être perçues comme un jugement subjectif, nous invitons le lecteur à visionner les vidéos de Graine_de_possible ou Luisaneubauer (entre autres), afin de constater qu'il ne s'agit pas simplement de dégager des cheveux qui gênent. Par exemple, Luisaneubauer vidéo de mars 2023, juillet 2022, juin 2021, septembre 2020.

10. Post du 10 mars 2023.

11. Post du 23 juillet 2020.

12. adelaidecha représente une exception comme évoquée plus haut.

13. Comme le fait remarquer Godart (2016) : « La lumière de l'altérité est toujours allumée sur les réseaux sociaux. Si on cherche un autre regard sur nous-même pour nous rassurer, on le trouvera forcément en ligne, à n'importe quelle heure. Les réseaux sociaux ne sont pas faits pour offrir du réconfort, mais on s'y tourne volontiers quand on doute de soi ».