



CARISM
Centre d'analyse et de recherche
interdisciplinaires sur les médias

JOURNÉE D'ÉTUDE

BIEN-ÊTRE & NUMÉRIQUE

ENJEUX DE (DÉ)POLITISATION

3 OCTOBRE 2025

PARIS-PANTHÉON-ASSAS

Synonyme de satisfaction et d'épanouissement mental, physique et matériel, le bien-être est une sensation éprouvée par les individus. La recherche de bien-être semble conduire non pas à l'avènement d'un monde envisagé collectivement, mais se présente comme une promesse permettant de trouver en soi et dans son quotidien des sources de bonheur. Cette quête trouve désormais une chambre d'écho importante dans l'espace social, politique, économique, mais également numérique. Dans un contexte de promotion de la responsabilité individuelle (Marquis, 2014), les pratiques de bien-être se développent massivement, constituant une forme d'injonction où l'autonomie et l'optimisation de soi en sont les principales caractéristiques (Dalgarrondo & Fournier, 2019).

Le bien-être se manifeste actuellement dans des lieux marchands, des biens et des services, des pratiques professionnelles ainsi que dans une production éditoriale accrue. À ce titre, remarquons la démultiplication récente d'ouvrages portant sur la question et sur sa critique (Cederström *et al.*, 2016 ; Heilbrunn, 2019 ; Teste, 2023)... Autant d'exemples pouvant être interprétés comme les marqueurs de l'intérêt social que ce sujet suscite, intérêt doublé par le développement d'une industrie spécialisée dans le bien-être (Illouz *et al.*, 2019).

La quête de bien-être semble désormais corrélative de l'essor du numérique, ce dernier permettant l'échange et le partage de connaissances, l'expression de nouvelles expertises et de savoirs profanes (Akrich & Méadel, 2007 ; Sedda *et al.*, 2022). Ses manifestations dans l'espace numérique sont à la fois tributaires et constituantes des dynamiques contemporaines des réseaux sociaux, encourageant un « individualisme expressiviste » (Allard & Vandenberghe, 2003) à partir du développement des profils personnels (Merzeau, 2016). Actuellement, ces plateformes favorisent un type de contenu caractérisé par la capacité individuelle à se prendre en charge et à incarner une forme de résilience (Husson &

Sedda, 2022).

Alors que le bien-être a fait jusque-là l'objet de revendications collectives à destination des pouvoirs publics (éducation, santé, emploi, logement, retraite), il fait désormais l'objet d'une démultiplication d'acteurs, de pratiques et de valeurs qui s'expriment en ligne : influenceur·euses sur la santé mentale et physique, conseils alimentaires et cosmétiques, dépassement de soi, naturopathie, formations non-académiques pour « mieux se connaître », applications et objets connectés dédiés à la santé, développement personnel, etc.

La mise en ordre du corps et de la vie grâce à l'accomplissement d'objectifs de bien-être devient la preuve d'une réussite personnelle favorisant la productivité au travail (Cederström *et al.*, 2016). Ces pratiques reposent sur une vision partielle et localisée du bien-être, de nature individuelle, invisibilisant la structure hiérarchique de l'organisation sociale ainsi que les inégalités à l'origine du mal-être, de l'insatisfaction ou de la souffrance des individus. Or l'espace numérique encourage tout à la fois des pratiques de marchandisation et d'individualisation des responsabilités que l'émergence de discours et de communautés militantes (Sedda, 2015 ; Dufour & Gilliotte, 2024).

Cette journée d'étude a pour objectif d'interroger les pratiques de bien-être en contexte numérique, en s'intéressant particulièrement aux versants liés à sa politisation et sa dépolitisation (Bonnet *et al.*, 2024). Qu'est-ce que cela veut dire en matière de bien-être et quelles sont ses manifestations en ligne ?

Cet appel invite aux communications portant sur les axes suivants :



BIEN-ÊTRE COMME LIEU DE PRODUCTION ET DE RECONFIGURATION DU GENRE

AXE 1

Particulièrement présent sur les réseaux sociaux, le bien-être apparaît comme un domaine principalement destiné aux femmes. Or les discours numériques sur le bien-être contribuent largement à la (re)production de stéréotypes de genre (Pinsky, 2019), fondés sur la culture hétérosexuelle (Gauthier & Mercier, 2017) et l'idéologie familialiste (Lenoir, 2003). S'exprimant principalement à travers des routines du quotidien et d'entretien du corps reproduisant des normes de genre pour les femmes, les pratiques de bien-être chez les hommes prennent davantage la forme d'une réflexion sur le monde (Frayse & Affre-Garcia, 2024).

Ces pratiques reposent sur l'idée d'une complémentarité « naturelle » entre les sexes, qui se manifeste par exemple à travers « le yoga pour les hommes » ou « les cercles de femmes ». Envisagé à la fois comme une source d'émancipation pour elles (Quéré, 2022) que comme un lieu de manifestation des conceptions essentialistes de la bicatégorisation du genre, le bien-être en ligne semble caractérisé par une ambiguïté. Nous proposons ainsi d'interroger

la (de)construction du genre dans l'univers du bien-être. De quelle manière les normes de genre y circulent-elles et évoluent-elles ? Comment sont-elles reçues et appropriées ?



LA QUÊTE FANTASMÉE D'UN « RETOUR À LA NATURE »

AXE 2

Cet axe entend explorer les manifestations numériques en lien avec l'apparence physique, l'alimentation, l'environnement et la santé dans un objectif de bien-être. Concernant l'apparence et la recherche de beauté (Ghigi, 2021), on constate le développement et la valorisation de la cosmétique bio ainsi que de soins esthétiques avec des produits étiquetés « naturels ». La possibilité d'accès aux aménités environnementales dans la vie quotidienne, pourtant inégalement distribuées, constitue une source de santé et de bonheur. Cet ensemble renforce l'idée déjà ancrée d'une nature nécessairement pourvoyeuse de bien-être (Boltanski & Chiapello, 1999).

Il en va de même pour l'alimentation (Hugol-Gential, 2022) : orthorexie (Adamiec, 2016), régimes amincissants ou anti-inflammatoires, compléments alimentaires visant à réduire des symptômes ; mais également végétarisme et véganisme, envisagés tant du point de vue individuel qu'éthique. Sur ce point, le numérique est un espace de prescription de pratiques et de consommations écologiques qui entrelacent respect de la santé et protection de la nature (Michel, 2022). Il sera donc question de mieux saisir la perméabilité entre nature, santé et bien-être et la manière dont elle se manifeste en ligne. Quelles représentations de la « nature » sont-elles proposées par le discours du bien-être en ligne ? Que tendent-elles à valoriser ou à invisibiliser ?



ÉMERGENCE DE NOUVEAUX SAVOIRS

AXE 3

Dans un contexte de crise des savoirs caractérisé par une défiance assumée vis-à-vis des connaissances scientifiques, mais également la remise en question de la toute-puissance médicale sur les corps (Simon *et al.*, 2020), le bien-être ouvre la voie aux solutions alternatives, présentées comme de nouvelles manières de concevoir le soin. Un des enjeux est alors de décentraliser les savoirs sur soi, de se les approprier et d'en faire une source d'épanouissement et d'émancipation. Cette dynamique qui s'observe dans les collectifs de santé féminine et féministe (Quéré, 2022) peut être comprise pour saisir le développement de pratiques de bien-être autour du corps.

En parallèle, l'industrie du bien-être en ligne est un espace de développement des figures

d'expert-es, à l'instar des coachs (Jourdain, 2024), dont les domaines d'activité sont extrêmement diversifiés ; mais également des thérapeutes, des cartomanciennes (Gilliotte & Guittet, 2023) ou des sorcières (Pouclet, 2024). La légitimité de ces figures repose sur des récits qui viennent construire leur expertise dans l'espace numérique, favorable à l'émergence de savoirs profanes et expérientiels. Cet axe vise à mettre en lumière la manière dont le champ du bien-être reconfigure le rapport aux savoirs et à l'expertise en général. Est-ce un espace d'émergence, de valorisation et de légitimation de compétences marginalisées ? Si tel est le cas, dans quelle mesure le bien-être en tant qu'industrie participe-t-il à un mouvement de démocratisation ou au contraire de privatisation du savoir ? Enfin, quel est le potentiel politique de cette appropriation ?



RÉFLÉXIVITÉ DANS LA RELATION A NUMÉRIQUE

AXE 4

Cet axe interroge le rapport aux pratiques numériques dans un contexte d'expansion de celles-ci, à la fois dans sa temporalité (augmentation générale du temps d'écran), sa variété (multiplication des écrans et objets connectés) et ses champs d'application (intimité, travail, sport, culture). Cet essor des usages du numérique s'accompagne de discours plus ou moins alarmistes sur sa dangerosité, ses effets addictifs et néfastes pour la santé physique, mentale ou le développement du cerveau. Il convient de décrire la manière dont on construit le numérique comme un danger pour le bien-être, ainsi que les stratégies développées pour s'en protéger : restriction du temps d'écran, *digital detox*, retour à des formes de communication plus « authentiques » (West, 2019).

Sont également inclus des usages du numérique comme un outil ou un support au bien-être : applications de sport, de méditation, de suivi de sa santé. En effet, l'industrie de la *tech* propose de nombreuses solutions pour organiser, suivre, observer et quantifier ces pratiques, ce qui interroge d'ailleurs sur la perception du corps et de l'esprit comme des objets à mettre en chiffre et à améliorer (Dagiral *et al.*, 2019). Plus largement, cet axe s'intéresse à la manière dont le numérique dans sa matérialité est pensé, approprié et critiqué dans une perspective de soin de soi. Comment adapte-t-on ses usages ? Quelles normes et injonctions émergent autour du rapport aux objets numériques et comment circulent-elles en ligne ?

BIBLIOGRAPHIE

- Adamiec, C. (2016). *Devenir sain : Des morales alimentaires aux écologies de soi*. Presses universitaires de Rennes Presses universitaires François Rabelais de Tours.
- Akrich, M., & Méadel, C. (2007). De l'interaction à l'engagement : Les collectifs électroniques, nouveaux militants de la santé. *Hermès, La Revue*, 47(1), 145-153. <https://doi.org/10.4267/2042/24087>
- Allard, L., & Vandenberghe, F. (2003). Express yourself! Les pages perso : Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer. *Réseaux*, 117(1), 191-219.
- Boltanski, L., & Chiapello, E. (1999). A l'épreuve de la critique artiste. In *Le nouvel esprit du capitalisme* (Gallimard, p. 555-644).
- Bonnet, V., Marty, E., & Robert, C. (2024). Disqualification des conflictualités, rétrécissement du débat, invisibilisation des valeurs : La dépolitisation en discours. *Mots. Les langages du politique*, 134, Article 134. <https://doi.org/10.4000/mots.32839>
- Cederström, C., Spicer, A., & Jacquemoud, É. (2016). *Le syndrome du bien-être*. Éditions l'Échappée.
- Dagiral, É., Licoppe, C., Martin, O., & Pharabod, A.-S. (2019). Le Quantified Self en question(s). *Revue de communication*, 216(4), 17-54. <https://doi.org/10.3917/res.216.0017>
- Dalgalarrodo, S., & Fournier, T. (2019). Introduction: Les morales de l'optimisation ou les routes du soi. *Ethnologie française*, 49(4), 639-651. <https://doi.org/10.3917/ethn.194.0639>
- Dufour, S., & Gilliotte, Q. (2024). Le YouTube contestataire. *Questions de communication*, 45, Article 45. <https://doi.org/10.4000/12yfn>
- Fraysse, M., & Affre-Garcia, E. (2024). Les modèles de genre dans les comptes de yoga sur Instagram : Des masculinités réflexives et des féminités respectables. In *Les sportives dans les médias*. <https://hal.science/hal-04907570>
- Gauthier, M., & Mercier, É. (2017). Perspectives queer et féministes pour un regard critique sur l'intimité dans les médias numériques. *Genre, sexualité & société*, 17, Article 17. <https://doi.org/10.4000/gss.3950>
- Ghigi, R. (2021). Beauté. In *Encyclopédie critique du genre* (p. 84-94). La Découverte. <https://doi.org/10.3917/dec.renne.2021.01.0084>
- Gilliotte, Q., & Guittet, E. (2023). La production individuelle et collective des bonnes pratiques dans une activité non encadrée. Étude de cas d'un conflit entre praticien·nes de la cartomancie en ligne: *Sociologies pratiques*, N° 46(1), 31-41. <https://doi.org/10.3917/sopr.046.0031>
- Heilbrunn, B. (2019). *L'obsession du bien-être : Essai*. Robert Laffont.
- Hugol-Gential, C. (2022). Les assiettes et les corps sur Instagram : Diffusion des normes de santé et diététiques. *Études de communication*, 58, 105-124. <https://doi.org/10.4000/edc.14403>
- Husson, O., & Sedda, P. (2022). Quand la différence fait l'influence : Stratégies et réception de l'exposition des corps atypiques sur Instagram. *Études de communication*, 58(1), 25-48. <https://doi.org/10.4000/edc.14174>
- Illouz, E., Joly, F., & Honneth, A. (2019). *Les marchandises émotionnelles : L'authenticité au temps du capitalisme*. Premier parallèle.
- Jourdain, A. (2024). Derrière les sourires, la précarité: La création de contenus chez les coachs indépendants. *Réseaux*, 246247(4-5), 195-226. <https://doi.org/10.3917/res.246.0195>
- Lenoir, R. (2003). *Généalogie de la morale familiale*. Seuil.
- Marquis, N. (2014). *Du bien-être au marché du malaise. La société du développement personnel*. <https://doi.org/10.3917/puf.marq.2014.01>
- Merzeau, L. (2016). Le profil : Une rhétorique dispositive. *Itinéraires. Littérature, textes, cultures*, 2015-3, Article 2015-3. <https://doi.org/10.4000/itineraires.3056>
- Michel, M. (2022). Vendre sans être une vendue. Écoresponsabilité et mise à distance de la prescription marchande sur les réseaux sociaux numériques. *Réseaux*, 234(4), 95-125.

<https://doi.org/10.3917/res.234.0095>

- Pinsky, D. (2019). Doing gender online through flirtation. *RESET. Recherches En Sciences Sociales Sur Internet*, 8, Article 8. <https://doi.org/10.4000/reset.1303>
- Pouclet, L. (2024, juin 7). *Les sorcières d'Instagram. Saisir, au prisme des plateformes sociales numériques, une communauté*. Doctorales de la SFSIC, Nancy.
- Quéré, L. (2022). Repousser les frontières des normes corporelles et sexuelles. Effets de l'engagement dans le self-help féministe sur la sphère intime. *Sociétés contemporaines*, 126(2), 93-119. <https://doi.org/10.3917/soco.126.0093>
- Sedda, P. (2015). L'Internet contestataire comme pratique d'émancipation : Des médias alternatifs à la mobilisation numérique. *Les Cahiers du numérique*. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01710684>
- Sedda, P., Botero, N., & Orellana, M. H. (2022). Influenceurs et influenceuses santé : Les récits et les savoirs du corps sur les réseaux sociaux. *Études de communication*, 58, 7-24. <https://doi.org/10.4000/edc.14155>
- Simon, E., Arborio, S., Halloy, A., Hejoaka, F., Tourette-Turgis, C., Centre de Recherche sur les Médiations, & Laboratoire d'anthropologie et de psychologie cliniques, cognitives et sociales (Nice / 2016-) (Éds.). (2020). *Les savoirs expérientiels en santé : Fondements épistémologiques et enjeux identitaires. Colloque international, Université de Lorraine, 24-25 octobre 2016*. PUN Éditions universitaires de Lorraine.
- Teste, C. (2023). *Politiser le bien-être*. Binge audio éditions.
- West, E. (2019). Comprendre l'authenticité à l'heure de la commercialisation des sentiments : Le cas de la carte de vœux. In *Les marchandises émotionnelles. L'authenticité au temps du capitalisme* (Premier Parallèle).

COMITÉ D'ORGANISATION

Phoebé Pigenet, Carism, Université Paris-Panthéon-Assas

Eléonore Affre-Garcia, CRESCO, Université de Toulouse

Nataly Botero, Carism, Université Paris-Panthéon-Assas

COMITÉ SCIENTIFIQUE

Eléonore Affre-Garcia, CRESCO, Université de Toulouse

Nataly Botero, Carism, Université Paris-Panthéon-Assas

Manon Cerdan, Carism, Université Paris-Panthéon-Assas

Quentin Gilliotte, Carism, Université Paris-Panthéon-Assas

Dimitra Laurence Laroche, IRMECCEN, Université Sorbonne Nouvelle

Marion Michel, Carism, Université Paris-Panthéon-Assas et IDHES, ENS Paris-Saclay

Phoebé Pigenet, Carism, Université Paris-Panthéon-Assas

Laura Verquere, Carism, Université Paris-Panthéon-Assas

Florian Vörös, Geriico, Université de Lille

CALENDRIER

Date limite d'envoi des propositions : 28 mai 2025

Retour du comité scientifique : 27 juin 2025

Envoi du programme : Septembre 2025

MODALITÉS D'ENVOI

Les propositions de 3000 signes maximum (espaces et bibliographie non compris) comporteront un titre, nom, prénom et rattachement institutionnel des auteur·trices, quatre à cinq mots-clés, un résumé en français et une bibliographie.

Merci d'envoyer les fichiers sous format word à l'adresse mail suivante : bien.etre.num.je@gmail.com