



Mémoire de recherche

**Master mention Science Politique parcours Communication
publique et démocratie participative**

Faculté des sciences juridiques, politiques et sociales | Université de Lille Année
universitaire 2023-2024

**La Tiktokisation de la politique , une révolution
démocratique ?**

Les pratiques socialement différenciées des jeunes sur Tik Tok

Mlle. GOBERT Kassie

Directeur·s et/ou directrice·s du mémoire :

M.HAUTE Tristan

Membres du jury de soutenance (si connu·es au moment du dépôt du mémoire) :

Mme. MOREL Laurence

Remerciements

Avant toutes choses je tiens à exprimer toute ma reconnaissance à mon directeur de mémoire, Monsieur Tristan Haute, pour m'avoir encadré, orienté et conseillé dans ce travail. J'adresse ensuite mes sincères remerciements à tous les professeurs qui par leurs paroles, leurs écrits et critiques ont guidé ma réflexion. A mes collègues et ami.es qui ont accepté de me rencontrer et de répondre à mes questions durant ma recherche. Et mes proches pour leur soutien moral et leurs encouragements qui ont abouti.

A tous ces intervenants, je présente mes remerciements, mon respect et ma gratitude.

Résumé

Apparu en 2017, TikTok s'est invité dans toutes les sphères publiques et privées de la société, y compris celle de la politique. Parmi ses contenus divertissants et humoristiques se cachent des vidéos engagées, ludiques et porteurs de messages directement adressés au public cible de la plateforme : les jeunes. En théorie, ce nouveau répertoire d'action serait moins coûteux du fait qu'il ne nécessite pas de déplacement physique et semble plus accessible. Toutefois, si le numérique modifie les manières de participer, il ne permet pas de rendre la démocratie plus démocratique pour autant. Au contraire, on remarque une fragmentation du public et des pratiques en ligne. Plusieurs travaux ont alors démontré des différences en termes d'accès et de formation aux outils numériques, qui reproduisent les inégalités en hors ligne (D. Pasquier, 2022). Au-delà des fractures numériques intergénérationnelles, ces inégalités de pratiques existent au sein d'une même génération et révèlent un usage politique largement dominé par les classes supérieures (J. Boyadjian, 2020). Alors que les inégalités numériques sont documentées dans la littérature spécialisée, et ce, en se concentrant sur des réseaux apparus en même temps que le numérique (Facebook, Twitter, Instagram, etc.). Ce mémoire propose de mettre en lumière une dimension moins souvent étudiée : les inégalités intra-générationnelles sur TikTok. Si la plateforme est encore « neuve » dans l'univers informatique, elle supposerait être dépourvue d'inégalités. Innovation démocratique ou reproduction d'inégalité. À quoi fait référence la participation des jeunes sur TikTok ?

Mots-clés :

Sociologie du numérique - Sociologie de la jeunesse -démocratie participative - inégalités sociales

Table des matières

Remerciements.....	2
Résumé.....	3
Introduction.....	5
Un nouvel espace public porteur d'espoir.....	6
Fragmentation du public et des pratiques sur Internet.....	7
Le “cens caché” de la participation citoyenne.....	9
Cibler un réseau pour étudier une génération.....	10
Problématique.....	12
Collecter et mobiliser les données.....	13
Chapitre 1 : Bienvenues sur TikTok.....	16
Un réseau ultra-personnalisable et intime.....	17
Tiktok ou un nouvel outil d'éducation de masse : Apprendre par l'image.....	20
Une application politique ?.....	23
Chapitre 2: Les pratiques différenciées : Isolation et polarisation des usagers.ère... 25	
Mais un algorithme qui enferme les usagers dans des “bulles filtres”	25
Le phénomène de désinformation juvénile amplifié sur Tiktok	27
Vers de nouvelles inégalités ?.....	29
Chapitre 3 : L'ancrage social des pratiques.....	33
Le déterminisme de la position sociale	33
Le Biais de genre sur Tiktok	35
Un rapport socialement différencié à la politique	41
Conclusion.....	45
Annexe.....	47
Références.....	50

Introduction

“ Je regarde des vidéos de voiture et de motos, les jeux vidéos un peu et puis après un peu le domaine de mon travail, donc tout ce qui est carrosserie, etc.” Des fois je tombe sur des gens qui peignent, des gens qui montrent des astuces sur des manières de faire que t’apprends pas forcément à l’école, mais que t’apprend au boulot de base. Je l’utilise à côté du boulot. Tu peux t’instruire aussi là-dessus, tu as de l’information aussi. Mais après, ça dépend si ça passe ou pas dans ton fil d’actualité” En répondant à la question « Quel contenu préférez-vous regarder sur TikTok ? », Erwan, 21 ans, nous partage comment il utilise la plateforme. Cet extrait souligne ainsi la dimension pluridisciplinaire de Tiktok ou plus largement du numérique. Un nouvel espace dans lequel il est autant possible de “s’instruire” que de se divertir (Jeux vidéos, motos, voitures). Mieux encore, il constitue une extension du hors ligne : dans la continuation de sa formation en Carrosserie, Erwan apprend sur Tiktok des "astuces" des “manières de faire” que seul l’expérience permet d’acquérir. Autrement dit, les outils numériques accompagnent toutes les activités humaines, mais si “l’homme est un animal politique” comme le dit Aristote, il conviendrait d’interroger la place occupée par le numérique dans les activités politiques et/ou citoyennes. Très vite, les conseillers en relations publiques suivis des entrepreneurs et des politiques ont décelé un potentiel outil d’ancrage. Un outil privilégié pour interagir avec la population, transmettre un message et susciter l’intérêt. Pour preuve, prenons l’exemple des élections présidentielles 2022 : la plupart des réseaux sociaux ont été investis par les partis ou leurs candidats : Facebook, Twitter, YouTube, Instagram ou plus récemment TikTok. L’objectif étant de cibler et informer les utilisateurs de ces plateformes pour obtenir leur adhésion. Mais si les politiques investissent autant les réseaux sociaux, c’est peut-être pour atteindre des catégories de populations exclues – consciemment ou non– de la participation citoyenne en hors ligne et pour qui la politique n’est pas un sujet évident.

En effet l’apparition du numérique au début du XXe siècle se solde d’un espoir de démocratiser l’accès au jeu politique en dépassant les différences liées aux classes sociales, au niveau de diplôme et à l’âge. L’apparition de nouveaux canaux de communication sous-entend un coût de participation réduit qui favoriserait la démocratie participative, ou , pour reprendre les termes de Dominique Cardon, la “démocratie Internet”. Selon le sociologue, Internet aurait élargi l’espace public en le rendant plus accessible et interactif. De sorte que la participation politique à l’ère d’internet se caractérise selon lui par

l'horizontalité et le refus de porte-parole. Néanmoins, de nombreux auteurs démontrent le contraire, tels que Marie Neihouser, et Tristan Haute en étudiant l'usage des réseaux sociaux numériques dans les campagnes présidentielles 2022 en France. Les chercheur.se.s en viennent à la conclusion que certes, le numérique modifie la manière de participer et de militer, mais il n'a en rien révolutionné les disparités de participation. Effectivement les individus qui participent le plus en ligne arborent le même profil que les citoyens les plus mobilisés physiquement (militants de partis politiques, participants aux dispositifs de démocratie participative, votants assidus, etc.). Internet ne faisant alors que "prêcher les convertis", pour reprendre l'expression de Pippa Norris (2022). Autrement dit, ce qu'il se passe sur les réseaux sociaux ne serait que le reflet de réalités sociales en hors ligne.

Un nouvel espace public porteur d'espoir

Pour comprendre ce phénomène il convient d'interroger le numérique en tant qu'espace public comme l'entendait Jürgen Habermas. Il s'agit d'un "ensemble de personnes privées rassemblées pour discuter des questions d'intérêt commun" c'est-à-dire un cadre social dans lequel est mis ouvertement en débat des questions contemporaines. Il se propose en véritable régulateur intellectuel et favorable à une gestion autonome libre. L'arrivée d'internet suit la même définition: des personnes privées se connectent sur le web et peuvent interagir entre elles. Le numérique est d'autant plus un espace public depuis l'arrivée des premiers réseaux sociaux en 2003. Pour Nikos Smyrniotis et Franck Rebillard (2010), la production et la diffusion de l'information en ligne sont actuellement caractérisées par un basculement vers les réseaux sociaux numériques: LinkedIn, Myspace, Facebook et Twitter constituent les pionniers d'une longue série de médias sociaux qui permettent aux usagers de croiser les pratiques d'informations avec des pratiques de communication (conversation, échange de photographies et vidéos...). Néanmoins, les gérants de ces plateformes adoptent très vite des stratégies commerciales visant à individualiser le contenu à partir de mots clés, et des réactions de l'utilisateur à ce qui lui est proposé. Cette personnalisation de contenus en ligne renvoie aux "bulles de filtres" théorisées par l'essayiste américain Eli Pariser (2011) pour désigner l'effet propre aux médias sociaux qui, à l'aide d'algorithmes "prédictifs", proposent aux usagers des contenus jugés en accord avec leurs goûts et leurs opinions. Pour E. Pariser cet engrenage algorithmique constituerait une menace aux liens sociaux, car en enfermant les internautes

dans une bulle d'informations homogène, il les isolerait des citoyens aux opinions différentes des leurs. De fait, les plateformes d'échange peuvent donner naissance à des groupes homogènes et fermés.

Internet aurait aussi permis d'élargir le répertoire d'action collective. Pour paraphraser Charles Tilly: "Toute population a un répertoire limité d'actions collectives, c'est-à-dire de moyens d'agir en commun sur la base d'intérêts partagés. [...] Ces différents moyens d'action composent un répertoire" (Offerlé, 2008). Il s'agit d'un ensemble de modes d'intervention auxquels un groupe social peut avoir recours dans l'espace public pour s'exprimer et revendiquer sa position. Bien qu'ils soient prédéfinis et collectivement constitués, le répertoire évolue en fonction de mutations sociales. Parmi elles, l'arrivée des nouvelles technologies qui s'accompagnent de changements non négligeables, au point de le qualifier de ce que Andrew Chadwick (2018) appelle un "répertoire d'action digital". Il se caractérise par l'arrivée d'espace de discussion en ligne (Forums, Blogs, réseaux sociaux) qui dépassent les contraintes géographiques. Par conséquent, les mêmes modes d'action se diffusent dans l'ensemble des sphères sociales (Classe populaire, ouvrières, libérales, classe supérieures), pouvant ouvrir sur des inégalités de ressources et d'accès à certaines actions.

Fragmentation du public et des pratiques sur Internet

Si le numérique et toutes ses dérivées rendent l'espace public davantage public, l'adoption de cette technologie n'est pas pour autant uniforme. Les individus non diplômés par exemple, restent souvent éloignés d'Internet et de ses outils, soulignant ainsi une inégalité d'accès. En effet, selon Dominique Pasquier (2022), l'entrée des personnes à faible niveau de diplômes s'est faite beaucoup plus tardivement dans la culture numérique. D'autant plus que l'un des premiers outils de connexion était l'ordinateur, majoritairement utilisé par les personnes diplômées et à haut revenus. Selon les baromètres annuels du Crédoc (2019), 66% des diplômés du supérieur utilisent un ordinateur contre 20% des non-diplômés. L'accès à Internet demande par ailleurs un coût plus ou moins important car il suppose l'achat d'appareils technologiques. Pour ainsi dire, la démocratisation de l'accès au numérique est surtout passée par le smartphone, il est aujourd'hui le moyen de connexion le plus utilisé. Alors que seulement 17% de la population était équipée de smartphone en 2011, elle représente 77% en 2019. Toutefois et malgré la démocratisation

de l'accès à Internet, les inégalités en termes d'usage persistent. Le projet Capacity ANR réalisé en 2017, propose un échantillon représentatif de la population française de plus de 18 ans. Selon les résultats, l'âge constitue un critère de différenciation important dans les activités numériques: les jeunes générations, aussi appelées "*digital natives*", sont toujours plus équipées que leurs aînés. Ainsi, 98% des 18-24 ans sont équipés de Smartphones en 2011 contre seulement 44% des plus de 70 ans la même année. Dès lors, l'acquisition de compétences numériques à un âge précoce est un atout considérable par rapport aux personnes qui découvrent les outils numériques tardivement. Mais il faut néanmoins dépasser les clivages par l'âge qui, certes nous permettent de comprendre l'écart de participation en ligne selon les générations, mais n'expliquent pas les inégalités existantes au sein même de la génération "petite poucette"¹. En effet, bien que les jeunes soient habiles avec les outils numériques ils ne l'utilisent pas tous de la même manière. Les travaux de Julien Boyadjian (2020) ont le mérite de mettre en lumière le profil sociologique des jeunes qui ont recours à la participation *online*, pour en déduire les inégalités sociales de participation.

Tableau 2. Modalités de participation politique en ligne selon la filière (en %)

Formation	Signer une pétition en ligne	Regarder des vidéos politiques sur YouTube	Consulter le site d'un parti politique	Publier des commentaires sur des groupes ou pages politiques sur Facebook	Liker la publication d'une personnalité politique sur Facebook	Publier des tweets en rapport avec la politique
E2C	9	2	4	11	17	2
Supérieur court	38	14	4	13	33	2
Licences AES	39	17	3	7	22	3
Licences science politique	70	70	29	22	56	22
CPGE	67	25	10	15	60	12
IEP	84	62	33	29	72	18

Source: Les rapports socialement différenciés des publics jeunes à la participation politique en Ligne

¹ Terme emprunté au philosophe français Michel Serres, pour désigner la génération née avec les nouvelles technologies qui usent de ces pouces pour communiquer sur les smartphones.

Les résultats présentent ainsi une fracture entre la participation politique en ligne des étudiants issus de formation socialement sélective (IEP, CPGE, Licence Science po) et ceux issus de formations socialement populaires (BTS, IUT, AES). Cette fragmentation des utilisateurs et des pratiques sur internet, peut utilement dialoguer avec le concept d’*“Affordance”* développé par James Gibson (2014) pour désigner l’interaction spontanée entre un environnement et son utilisateur. Pour autant, il ne s’agit pas d’une réponse aux besoins d’un individu, mais bien de “relations naturelles entre un sujet et son environnement” qui rend les activités intuitives. En appliquant le concept d’affordances aux médias sociaux, Kreiss Lawrence et McGregor (2017) ont notamment défini les affordances comme "ce que les plateformes sont réellement capables de faire et les perceptions de ce qu’elles permettent, ainsi que les pratiques réelles qui émergent lorsque les gens interagissent avec elles". C’est-à-dire l’écart entre les pratiques initialement pensées des outils numériques (consulter, échanger, outil de travail) et ce que les utilisateurs en font réellement.

Le “cens caché” de la participation citoyenne

La théorie démocratique suggère que les citoyens, bien informés sur les événements politiques et conscients des problèmes, expriment leur choix de manière réfléchie et motivée par le biais de leur vote. Cependant, l’analyse sociologique révèle une réalité bien différente. La capacité de manipuler la symbolique politique est répartie de manière très inégale, et ceux qui en tirent le plus grand bénéfice sont également ceux qui détiennent d’autres pouvoirs socio-culturels. Ainsi le travail de Daniel Gaxie a le mérite de donner sens à cette exclusion politique en la mettant en relation avec l’inégale maîtrise des instruments participatifs (Gaxie, 1978). Effectivement le chercheur met en évidence une compétence -ou incompétence- subjective qui renvoie au droit des individus de produire une opinion et de l’exprimer publiquement. Cette connaissance de l’échiquier politique et ses variations permettrait un sentiment d’aptitude à participer. L’objectif est donc de discuter ce sentiment de compétence pour comprendre comment certaines catégories de citoyens se voient plus légitimes que d’autres à participer aux affaires publiques. Chez les jeunes, le sentiment de légitimité varie en fonction du cadre socio-économique dans lequel ils évoluent. Ainsi l’étude menée en 2022 par la Direction de l’évaluation, de la Prospective et de la Performance (DEPP) est ici précieuse pour comprendre cette variable.

En évaluant les connaissances civiques et citoyennes auprès d'élèves de quatrième, elle met en lumière une socialisation politique plus élevée pour les élèves de milieux favorisés ou disposant de plus de ressources culturelles à la maison . Cette étude révèle également que les élèves intéressés par les questions politiques sont plus investis sur le suivi des faits sociaux et politiques via les Technologies modernes de l'information et de la communication (TIC). On compte ainsi 41,1 % en France à consulter ces informations au moins une fois dans la semaine, contre 16,0 % parmi les autres élèves.

Pour ainsi dire, la participation supposerait un savoir, des qualités légitimantes dans l'imaginaire collectif. Ces disparités en termes de compétence politique coïncident avec les inégalités sociales de sorte que les personnes qui se considèrent les plus compétentes sont les plus diplômées, majoritairement des hommes et issus de classes supérieures. A l'inverse, les moins compétents – que l'on pourrait qualifier de citoyens ordinaires– s'avèrent être des personnes peu diplômées, des femmes et de catégorie populaire (Tiberj, Lardeux, 2022). Toutefois les individus ne sont pas condamnés à une incompétence statuaire et peuvent, par la force d'un investissement personnel, obtenir la compétence qu'ils pensent nécessaire à la participation politique. Aujourd'hui Internet offre cet accès aux connaissances et donc à la participation : pétitions en ligne, vidéos à très haute popularité, circulation des hashtags et bien d'autres. Mais faut-il encore interroger qui en sont les usagers et quel "cens" se cache derrière ces modes de participation en ligne.

Cibler un réseau pour étudier une génération

Afin de relever les inégalités de participation indépendamment de la différence d'âge, nous centrerons l'étude auprès d'une même génération : les *Digital Natives*. Pour paraphraser Karl Mannheim la génération fait référence à "un ensemble d'individus ayant à peu près le même âge" et partageant une vision du monde issue "d'expériences historiques particulièrement marquantes". Ainsi les membres d'une même génération partagent un sentiment d'appartenance en assistant à des expériences communes à un moment de leur vie, en témoigne la "génération sacrifiée" du Covid 19. Toutefois, le terme comme nous l'utilisons aujourd'hui s'éloigne de cette première définition, comme le démontre les travaux d'Elodie Llobet (2017) lorsqu'elle interroge l'usage médiatique de la génération ("Génération sacrifiée", "Génération Baby-Boom" ou "Génération Y et Z" etc.) pour comprendre qui les compose. Selon l'auteure, la génération dite Z correspond aux

personnes nées avec le numérique au début des années 2000, et qui de fait seraient plus connectés que les autres, ainsi on compterait une connexion sur les réseaux de 80% en 2022 chez les 18-24 ans. La plupart des réseaux visités par cette tranche d'âge sont des plateformes hybrides mêlant culture, divertissement et communication : Snapchat en tête avec 6,1 millions d'utilisateurs, suivi d'Instagram (5,1 millions) et plus récemment, Tiktok à 3,4 millions d'utilisateurs. Cette plateforme est d'autant plus pertinente par son expansion relativement rapide, surtout auprès du jeune public: en 2020, le réseau est utilisé par près de 14,9 millions de français dont ceux âgés de 13 à 24 ans. Mais cette idée de génération homogène masque en réalité des individus aux modes de vie, aux dispositions sociales et aux pratiques sensiblement différents. Des formes de domination caractérisées par des différenciations chez les jeunes en fonction de leur origine sociale et de leur trajectoire, il s'agit de la "fracture numérique" tel que le définit Sylvie Octobre (2014). Une fracture qui n'est pas tant celle de l'accès que celle des usages et représentations, ou pour ainsi dire, du "clivage entre consommation des médias et production de contenus". De fait, cette étude se propose de comprendre la fracture numérique via une ethnographie en ligne des utilisateurs de Tik Tok.

Pour reprendre l'idée de Dominique Cardon (2019), la hiérarchisation de l'information sur internet est un processus collectif. Ainsi la visibilité varie selon l'usage personnel de l'utilisateur (contenus personnalisés) et celui des autres usagers (contenus populaires). Autrement dit, une publication qui représente le plus de visionnages et qui sera particulièrement likée, commentée ou partagée aura plus de chance d'être proposée aux autres utilisateurs. En outre, le format vidéo montage si propre à la plateforme fait que les utilisateurs se mettent en scène et peuvent exprimer publiquement leur opinions politiques, parfois sous le ton de l'humour, d'autrefois de manière plus engagée et militante. Parallèlement, on voit de plus en plus de partis politiques mobiliser cette plateforme pour en faire un outil de campagne et de communications privilégiés avec les plus jeunes électeurs. Mais s'il est possible de créer –en profane ou en professionnel– du contenu, le simple fait de suivre un créateur, de partager ou de republier ses vidéos constitue une forme de participation qui influence bel et bien la hiérarchie d'informations. Dès lors, il est nécessaire d'interroger les différents usages de Tiktok pour comprendre où commence la frontière entre consommation passive et participation à la production sur le réseau.

Problématique

Nous l'avons vu, la révolution numérique s'est invitée dans toutes les sphères publiques et privées de la société, y compris celle de la politique. De telle sorte que le digital s'ajoute aux modes de participation plus traditionnels comme le vote, les conseils de quartier, ou les ateliers citoyen, en y introduisant des répertoires d'actions "digitales". En théorie, ce nouveau répertoire serait moins coûteux du fait qu'il ne nécessite pas de déplacement physique, et semble plus accessible. Toutefois, si elle modifie les manières de participer, elle ne permet pas pour autant de rendre la démocratie plus démocratique, on remarque au contraire une fragmentation du public et des pratiques selon la classe sociale. Comme pour les participations en hors lignes, l'usage que l'on fait du numérique diffère selon le genre, le niveau d'étude et le milieu social. Ces disparités deviennent d'autant plus préoccupantes lorsqu'elles révèlent un usage politique largement dominé par les classes supérieures. Alors que les inégalités d'accès à internet et de compétences numériques sont documentées dans la littérature spécialisée et se concentrent sur des réseaux apparus en même temps que le numérique, ce mémoire se propose de mettre en lumière une dimension moins souvent étudiée : les inégalités intra-générationnelles sur Tik Tok. Tout d'abord parce que peu de travaux l'ont étudié jusqu'ici, mais surtout parce qu'il constitue un espace relativement jeune. Apparue en 2017, la plateforme fonctionne sur des codes inédits qui méritent d'être étudiés. De plus, si TikTok est encore "neuf" dans l'univers informatiques, il supposerait être dépourvu d'inégalités contrairement aux réseaux plus anciens. Ce qui nous amène à la problématique suivante : Comment TikTok influence-t-il la participation en ligne des jeunes ?

A cette interrogation découle trois hypothèses. La première étant que TikTok serait un terrain privilégié pour atteindre la jeunesse française. Contrairement aux autres réseaux déjà étudiés en sociologie politique, la plateforme se vend comme un réseau plus accessible et intuitif, ce qui a la mérite de lui accorder un espoir de démocratisation numérique et politique. La seconde hypothèse vient nuancer la première : Si la plateforme permet bien un usage politique, faut-il encore identifier ceux qui l'utilisent ainsi. Autrement dit, TikTok pourrait très bien être exploité en outil d'éducation et de participation citoyenne par une minorité privilégiée. Ce qui nous conduit à la troisième et dernière supposition : TikTok comme pour les réseaux avant lui, reproduit finalement les inégalités déjà existantes. Reste maintenant à comprendre pourquoi.

Après avoir présenté la méthodologie adoptée, nous aborderons ces questionnements autour de trois axes. Le premier aura pour but de présenter la plateforme et son fonctionnement (chapitre 1) avant d'étudier les pratiques différenciées (chapitre 2) puis socialement ancrées des usagers.ères de Tiktok (chapitre 3).

Collecter et mobiliser les données

En ce qui est de la collecte des données, l'enquête par questionnaire a le mérite d'assurer une double fonction : Tout d'abord, retracer approximativement le profil social des interrogé.e.s selon le niveau d'étude, leur situation professionnelle et leurs activités sur les réseaux (les suivis, ce qu'ils ont partagé ou éventuellement publié sur leurs comptes.) Et d'autre part, il permet d'ouvrir sur un entretien pour approfondir l'analyse des données relevées. A ce stade de mon enquête je pourrais m'exposer à deux limites. La première serait que mes enquêtées n'aient pas confiance lors de la question réclamant le nom de compte, surtout que je ne pourrais pas toujours être présente lors de la remise de questionnaire. L'autre risque étant que je ne peux pas voir les vidéos likées si l'utilisateur du compte ne les a pas rendu public. Dans ce cas, je mobiliserai les suivis et republications, qui sont automatiquement publics aux yeux des visiteurs. L'objectif étant de mêler analyse de contenu et méthode qualitative pour comprendre les différents degrés de participation sur Tiktok selon la trajectoire, le milieu social et le niveau d'étude.

Aussi et afin de maximiser le nombre de réponses, j'ai choisi de transmettre mon questionnaire en ligne sur divers réseaux sociaux (Facebook, Messenger, Snap, Insta, Discord) ce qui sous entendait d'avoir des enquêtés suffisamment connectés pour savoir utiliser un lien URL et répondre en ligne sans difficulté. Des conditions qui pouvaient biaiser l'enquête vers des profils actifs en ligne. Ce qui m'a amené à lancer une seconde vague de questionnaire en hors ligne sous la forme de QR Code et déposé dans les halls des Universités, près de la cafétéria d'un CFA, ainsi qu'à l'accueil de la Mission Locale de ma ville. De la même manière, les personnes ayant été les plus réceptives à la proposition d'un entretien, s'avèrent être des personnes qui aiment parler politique et qui étaient manifestement les plus à l'aise avec les questions en rapport à leurs opinions ou les sujets en débat tel que la précarité étudiante, l'intégration des personnes LGBT ou le droit à l'IVG. *A contrario*, il était beaucoup plus difficile d'avoir en entretien des profils pour qui la politique ne fait pas parti intégrante de leur quotidien, j'ai d'ailleurs entendu lors

d'entretiens avec ce type de profils la crainte de dire des bêtises, ou encore le fait de “ne pas suffisamment s’y connaître pour faire un entretien”. Pour contrer ce problème, je devais atteindre des profils moins connectés et moins politisés. Afin de ne pas exclure des profils moins politisés, la prise de contact par un tiers semble avoir le mérite de mettre en confiance la personne interrogée (en partie dû à une connaissance commune qui établit un premier lien avec l’enquête). Le but étant de ne pas avoir seulement des étudiants du supérieur, mais bien des jeunes aux parcours différents allant du travailleur.euse ou apprenti.e, à l’étudiant.e en science politique. Conférez ci-dessous, le tableau représentant le profil des personnes interrogées avec entretiens. Pour des raisons d’anonymat et afin de respecter l’ancrage social des prénoms, ces derniers ont été modifiés à l’aide du simulateur de Baptiste Coulmont (2011) qui , à partir des résultats nominatifs du baccalauréat , propose des prénoms socialement similaires.

Enquête (sous anonymat)	Age	Identité sexuelle	Lieu d'origine	Niv d'études	Éducation catholique	Situation professionnelle	Situation du père	Situation de la mère	Foyer politisé	Fréquence d'usage	Intérêt politique	Vote aux élections présidentielles	Orientation politique
Salim	23	Homme	Fresnes sur Escaut	Bac	Non	Préparateur en pharmacie (CDD)	Cadre comptable	Vendeuse polyvalente	Non	Tous les jours	Assez	Oui	Gauche
Raphael	20	Homme	Tourcoing	Licence	Non	Étudiant (Scpo)	Police aux renseignements généraux	Secrétaire SAV	Oui	Tous les jours	Beaucoup	Oui	Droite
Nil	20	Homme	Fresnes sur Escaut	Licence	Non	Étudiant (Art)	Cadre comptable	Employé	Non	Tous les jours	Assez	Oui	Gauche
Marius	21	Homme	Nancy	Licence	Oui	Étudiant (Scpo)	Professeur lycée	Professeur lycée	Oui	Tous les jours	Beaucoup	Oui	Très à gauche
Emmanuel	21	Homme	Haute Savoie	Licence	Non	étudiant	Ingénieur	Secrétaire commerciale PME	Oui	Tous les jours	Beaucoup	Oui	Centre
Victor	21	Homme	Arras	Licence	Non	Étudiant	Fonctionnaire à DRISSE	Secrétaire comptable	Oui	Tous les jours	Beaucoup	Oui	Gauche
Erwan	21	Homme	Hérin	Bac+2	Non	Alternant (carrosserie)	Barman	Chômage	Non	Tous les jours	Un peu	Non	Ne sais pas
Lizzie	18	Femme	Valenciennes	Bac	Non	Étudiante (lycée)	Sans emploi	Sans emploi	Non	2 à 3 fois par semaine	Un peu	Non	Ne sais pas
Alix	22	Femme	Mulhouse	Licence	Non	Étudiante (Scpo)	Cadre contre mètre en usine	Sage femme	Oui	Tous les jours	Assez	Oui	Centre
Marion	20	Femme	Saint Amands les Eaux	Bac	Non	Étudiante (Centre d'éducation)	Pompier	Agent d'entretien	Non	2 à 3 fois par semaines	Pas du tout	Oui	Ne sais pas
Charline	21	Femme	Charleville Mézières	Bac	Non	Apprentissage (prothésiste ongulair)	Chauffeur routier	Chômage	Non	Tous les jours	Pas du tout	Non	Ne sais pas

Chapitre 1: Bienvenue sur Tik Tok

Il conviendrait de comprendre le fonctionnement de ce qui semble être à la fois un réseau social, mais aussi une plateforme de streaming, un moteur de recherche, voire même une “seconde école”. Tiktok est aussi bien pluridisciplinaire que personnel, ce qui nous amène à se demander ce qu’en font les jeunes utilisateurs et dans quel but ? Autrement dit, l’objectif de ce chapitre est d’analyser les mécanismes qui régissent l’échange et la diffusion de l’information sur Tiktok, en examinant les motivations des usagers, les algorithmes qui influencent le contenu et les conséquences de cette synergie entre divertissement, éducation et engagement politique.

Un réseau ultra-personnalisable et intime

“Les Big Data ne sont rien sans outils pour les rendre intelligibles” écrit Dominique Cardon (2019, p.354), “Face aux données massives, nous avons besoin d’algorithmes”. Par définition, un algorithme est un ensemble d’instructions informatiques qui permet de réaliser un calcul, c’est-à-dire de transformer des données chiffrées en un résultat compréhensible. Faute de quoi, il serait impossible de trouver rapidement les informations recherchées dans cet amas de contenus divers. La manière dont Houssem Assadi et Valérie Beaudoin (2002, p.171-198), à partir du panel de NetValue, retracent les usages des moteurs de recherche sur Internet, laisse imaginer la taille du Web comparée aux navigations qui y sont effectuées. Selon eux, 95% de nos navigations représentent 0,03% du contenu disponible en ligne. Ce qui revient à exclure d’emblée un large panel du contenu total. Et c’est justement là que repose toute la fonction de l’algorithme qui, après avoir filtré et hiérarchisé l’information, oriente les internautes vers un espace informationnel réduit. Plus largement, D.Cardon (2015) identifie quatre manières de classer les informations selon la position de l’algorithme lors du calcul des données. Le premier model place l’algorithme *à côté* des données pour relever la “popularités” des contenus à partir des vues; le second le place *au-dessus* des données pour mesurer “l’autorité” des informations selon le nombre de visite sur un lien; le troisième le positionne *dans* les données et selon les likes afin d’étudier les “réputations”; enfin, le quatrième model place l’algorithme *sous* les données pour mesurer l’interaction des usagers

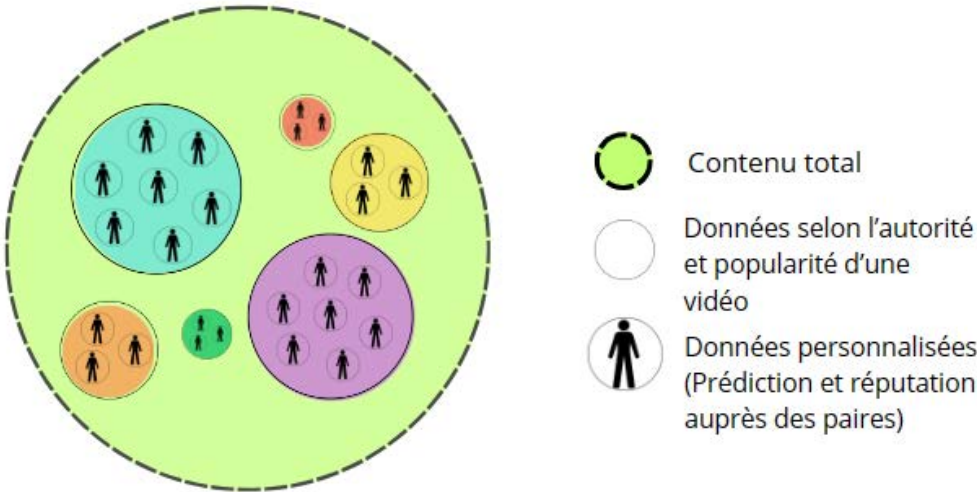
avec le contenu et proposer ensuite des recommandations personnalisées. Il s'agit de la "prédiction ". Ce qui donne visuellement :

	À côté	Au-dessus	Dans	Au-dessous
Exemples	Médiamétrie, Google Analytics, affichage publicitaire	PageRank de Google, Digg, Wikipédia	Nombre d'amis Facebook, Retweet de Twitter, notes et avis	Recommandation Amazon, publicité comportementale
Données	Vues	Liens	Likes	Traces
Population	Échantillon représentatif	Vote censitaire, communautés	Réseau social, affinitaire, déclaratif	Comportements individuels implicites
Forme du calcul	Vote	Classements méritocratiques	Benchmark	Machine learning
Principe	Popularité	Autorité	Réputation	Prédiction

Source : Tableau issu de D. Cardon, *A quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*. Paris, Seuil, "République des idées", 2015

En partant de cette théorie, le réseau social Tiktok pourrait correspondre à la *Réputation* et la *Prédiction*. En effet, il fonctionne principalement via des publications de vidéos en ligne et le partage de contenus à partir d'un classement propre à chaque utilisateur: selon le choix de ses paires en ligne qui constitue la métrique réputationnelle propre aux réseaux sociaux, et en fonction de ses activités en ligne pour le système de recommandations (Principe de *Prédiction*). Ainsi et par un visionnage, a priori anodin, chaque utilisateur définit un périmètre informationnel qui lui est propre :

Schéma représentant l'algorithme Tiktok



La page “Pour toi” par exemple, représenterait les données personnalisées du schéma. Selon le site officiel Tiktok, ce fil permettrait aux utilisateurs de “découvrir une diversité d’idées” à partir d’un classement de vidéos réalisé selon l’activité de chaque usagers.ères. L’objectif étant de proposer des contenus pertinents et divertissants en fonction de leurs pratiques sur la plateforme. Autrement dit, il est possible, en partant d’un même outil, de l’adapter selon ses besoins et ses envies. Mais ce qui différencie Tiktok des autres réseaux tel que Facebook, Twitter ou Instagram, reste son système ultra-personnalisable qui remplit finalement les quatres familles d’algorithmes: si Tiktok est un réseau personnalisable – ce qui relève de la Réputation et de la prédiction– il n’en est pas moins un réseau “social” qui se plie *de facto* aux tendances de la société (Popularité et autorité). Pour mieux comprendre cette idée, l’équipe de développement de l’application à Pékin transmet au journal américain *New York Times* un document intitulé “TikTok Algo 101”.Le document explique en détail le fonctionnement mathématique du système, ainsi que sa capacité à étudier ses utilisateurs : leur personnalité, leurs centres d'intérêt et le temps nécessaire pour se détourner d'un contenu. C'est à partir de cette information que l'algorithme attribue une note à chaque vidéo qui déterminera sa visibilité sur le réseau. Ce calcul est basé sur le nombre de vues, le nombre de likes, de commentaires et le temps passé sur chaque vidéo : “Le système renvoie aux utilisateurs les vidéos avec les meilleures notes.” écrit le journal *Le Figaro*. En attribuant une note aux contenus en ligne, l'algorithme hiérarchise et mesure d’abord la *Popularité* et l’*Autorité* des vidéos, avant de l’adapter aux préférences des usagers.ères.

C’est d’ailleurs via ce mécanisme de personnalisation et de prédiction ciblée que Tiktok se rapproche de ses utilisateurs. Parmi eux, Victor, étudiant en master de recherche, compare son usage de Twitter avec celui de Tiktok. Il explique comment il a construit sa page “Pour toi” en opposition à sa Tweetlist (page des recommandation de Twitter) pour se constituer un espace “sécurisé” dans lequel il retrouve des “trucs drôles, des centres d’intérêts” qui lui font du bien. Plus qu’une simple application, le réseau serait devenu un espace personnel dans lequel les jeunes se reconnaissent, partagent des émotions, des opinions ou des pensées. Cette notion de “réseau échappatoire” est ainsi revenue plusieurs fois lors des échanges avec les enquêtés. Lorsqu’on leur demande “pourquoi utilisez-vous tiktok?” certains d’entre eux ont établi un lien entre leurs pratiques en ligne et leurs sentiments : “Ou sinon, je republie des choses qui parlent par exemple de ma vie et mes sentiments, si par exemple je me sens un peu triste je vais republier un tik tok qui parle de

ce que je peux ressentir ou un truc comme ça.”. En partant de l’extrait du témoignage d’Alix, étudiante en Master de Science politique, on constate un usage intime du réseau, on retrouve des traits de personnalité et des sentiments. Notamment par le système de republication qui permet de partager sur son compte les vidéos d’autres créateurs, de telle sorte qu’il est possible de transmettre une opinion ou un message par la publication de quelqu’un d’autre.

Tiktok ou un nouvel outil d’éducation de masse : Apprendre par l’image

Le numérique propose un large répertoire d’activités: Communication, divertissement, rencontre amoureuse etc. Mais de toutes les pratiques numériques, c’est bien la recherche d’informations qui représente la part la plus importante. L’enquête de Dominique Pasquier (2019,p.51-60) montre ainsi que les pratiques consultatives sont fréquentes pour les individus en milieu populaire pour qui Internet joue le rôle de “seconde école”. Le but étant de compenser l’absence de connaissances expertes par un apprentissage personnel sur internet. Cet apprentissage en autodidacte se fait soit par la lecture pour les connaissances théoriques (articles scientifiques, encyclopédie en ligne) et/ou par la visualisation de gestes pour les savoirs pratiques (tutoriels). Ce constat peut utilement dialoguer avec ce qu’il se produit sur Tiktok, d’autant plus lorsque le réseau ne repose pas ou très peu sur l’écrit contrairement à d’autres réseaux de publication tels que Twitter ou Facebook :

“Après l’avantage de Tiktok c’est quand même le dynamisme des vidéos, on parle donc t’as pas besoin de lire plus que ça, à part si ils te mettent les sous-titrés mais c’est moins long que lire le journal par exemple.” Lizzie, 18 ans, étudiante en Terminal.

En sus, la plateforme semble faire de l’ombre aux moteurs de recherche, tout d’abord pour son format relativement court (une à cinq minutes) mais aussi pour la multiplication des contenus qui lui ajoute une diversité attrayante. Ainsi, beaucoup de jeunes comme Charline, 21 ans, étudiante prothésiste ongulair, use du réseau pour ses divers tutos coiffures ou recettes de cuisine “parce que c’est plus rapide à regarder” et

qu'elle "voit tout de suite comment faire, on apprend plus facilement". En offrant aux utilisateurs les moyens d'accéder à des connaissances simplifiées et imagées en ligne, Tiktok leur donne l'occasion de s'émanciper de l'écrit, une tendance qui s'étend de plus en plus dans les sphères de l'information en général et de la politique. En effet, si l'on regarde maintenant les suivis, on remarque des comptes tels que Brut, Quotidien ou encore Hugo Décrypte— qui est sorti dans dix entretiens sur douze —leur point commun étant le caractère simplifié de l'information. Il s'agit de vidéos explicatives qui évoquent des sujets politiques mais aussi de l'actualité en générale. Selon Nil, étudiant en Art, Hugo Décrypte lui fournit une grande information, mais parfois, c'est la télévision qui passe rapidement dans ses recommandations, "toutes les petites chaînes sur TikTok, du genre de Konbini, Brut" lui permettent de suivre l'actualité en une vidéos de trois minutes au lieu d'une "heure de visionnage du journal de 20h". Cette Tiktokisation de l'information et de la recherche sur internet a très vite été comprise par la plateforme qui semble s'en être emparé pour faciliter ce genre de pratiques en ligne. La présence de liens hypertextes à la manière de l'encyclopédie en ligne *Wikipédia* en témoigne: Tiktok prédit les recherches à partir des mots clés et recherches fréquentes d'une vidéo, ce qui permet de simplifier le passage d'une information à l'autre. En ajoutant les hyperliens imaginés par Tim Berners- Lee en 1989, la plateforme articule désormais les vidéos entre-elles.

Cependant, si les jeunes cherchent des réponses à leur question sur Tiktok, c'est moins pour apprendre auprès d'experts au langage savant que pour s'instruire auprès de leur génération. En effet, le format vidéo ainsi que les montages simplifiés voudraient que n'importe qui puisse créer du contenu en ligne, et ce sans même avoir de connaissances techniques avancées (du moins pour les personnes familiarisées à la plateforme). De telle sorte qu'il est possible à n'importe qui de prendre la parole pour dire n'importe quoi, surtout lorsqu'un réseau repose sur la vidéo et non l'écrit. Ainsi, de plus en plus de jeunes se proposent en interprète voire médiateur d'une information, comme l'explique Alix lorsqu'elle revient sur l'inscription du consentement dans le droit Français et les spéculations qui en ont découlés sur les réseaux dont Tiktok : "En Fait les gens faisaient comme si Macron ne voulait pas inscrire le Viol, qu'il n'était pas d'accord avec le consentement". Lors de l'entretien, elle explique que le président aurait finalement voulu dissocier la loi française du droit européen pour éviter toute incohérence juridique. Une conclusion que la jeune femme a tiré des personnes de son âge, notamment des étudiants en droit qui "ont expliquaient sur Tiktok" le sujet et qui par leurs formation auraient "des arguments en plus". En d'autres termes pour comprendre un sujet et contourner les discours

controversés, Alix s'est tournée vers un contenu non pas seulement journalistique, mais aussi celui de citoyens ordinaires qui proposent une explication à partir de leurs connaissances. Certains privilégient même l'information émise en amateur pour son caractère simplifié et accessible, c'est la cas de Lizzie qui cherche de l'information auprès de ces néo-médias:

“Il y en a un que je suivais, Ismaël Nuino et en gros il parle beaucoup de l'actualité artistique, dans tout ce qui va être juridique et civique, ensuite tout ce qui va être politique et enjeux sur le monde, par exemple le réchauffement climatique etc. Et en fait il est vraiment neutre, il explique c'est quoi un Etat fédéral, une communauté etc. mais sans influencer. Et comme j'ai dû mal à comprendre lorsqu'on utilise les termes des députés ou du président, [...] En fait je sais que les termes abordés par les experts, qui font leur travail, qui décident de tout, vont avoir des termes trop difficiles pour moi, donc j'essaie de m'informer autrement avec des journalistes, même s' ils utilisent des termes toujours compliqués, et sur les réseaux sociaux pour avoir un résumé de ce qui se dit.”

“ M'informer autrement”, les mots employés par Lizzie donnent une idée de son rapport avec les discours experts, des termes professionnels et techniques qui nécessitent un travail de recherche pour être bien compris. Le but étant de contourner l'obstacle du langage savant via une vulgarisation de contenu. Il est important de souligner que l'étudiante interrogée utilise Tiktok en parallèle de sa scolarité. Elle suit des cours de spécialité en Histoire-géographie, géopolitique et sciences politiques dans son lycée, ce qui l'amène à suivre l'actualité afin d'en discuter ensuite en classe. Le phénomène est même encouragé par le réseau lorsqu'il lance le hashtag “Apprendre sur tiktok” : Chaque mois, la plateforme chinoise met une matière à l'honneur: En octobre 2023, ce sont les sciences qui ont été explorées pour ensuite laisser place, dès novembre, à l'histoire-géographie, puis à la culture G en décembre. Selon le site officiel , le #Apprendre sur Tiktok aurait cumulé 3 milliards de vues entre 2017 et 2020. Depuis mai dernier et en seulement cinq mois, la plateforme compterait près d'un milliards de vues et 62 000 vidéos publiées. Toujours selon les archives du site, les sciences représentent à elles seules 40% des vidéos les plus vues sur TikTok. Derrière elles, ce sont les vidéos de culture générale – majoritairement sous forme de Quiz (54%) – qui séduisent les utilisateurs, avec un score de 18% des vidéos les plus vues. En théorie, cette alternative est alléchante, elle a en effet le mérite de vouloir

réduire les inégalités en termes d'accès à l'information et le coût de compréhension, mais nous verrons plus tard que ce phénomène d'information simplifiée soulève des interrogations quant à la qualité du contenu et le profils de ses usagers.ères.

Une application politique ?

Parmi les espoirs suscités par l'arrivée d'Internet figure celui de voir un nouvel espace de débat politique, plus accessible, et plus proche des citoyens. Ainsi l'investissement de personnalités politiques dans les différents réseaux sociaux s'est poursuivi au fur et à mesure de leur expansion dans le paysage numérique. En France, l'émergence de Facebook et Twitter conduit plusieurs partis politiques français à s'y engager activement lors de la campagne présidentielle de 2012, de telle sorte que des candidats soient suffisamment implantés sur les réseaux, et que les partis commencent à diffuser activement des informations sur leurs sites officiels. Le tout afin d'obtenir plus de visibilité et de donner l'occasion aux sympathisants de diffuser en ligne la parole de leur candidat. Dix ans plus tard, la majorité des partis investissent une nouvelle plateforme : Tiktok.

Née en Chine sous la propriété de Byte Dance, cette plateforme semble a priori être un simple outil de divertissement sans portée politique. Pourtant il n'en est rien, en effet le réseau s'avère être un outil politique significatif. Prenons le cas des Ouïghours, une minorité musulmanes du Xinjiang, persécutée par le régime chinois : "Le régime chinois a choisi de déporter un peuple et de déporter des millions de ouïghours dans un camp de concentration" explique Raphaël Glucksmann, député européen et Président de la commission sur l'ingérence étrangère . Après des mois d'enquête, un groupe d'avocats et d'experts des droits de l'homme conclu que le traitement réservé aux Ouïghours par la Chine équivalait à un génocide selon un article dans *Le Monde* (10 décembre 2021). Accusé de crime contre l'Humanité, l'Etat Chinois use de tous les moyens bon à contredire les menaces, notamment auprès des utilisateurs de Tiktok. Nous retrouvons ici une utilisation d'internet comme "vitrine" pour reprendre le terme de Anaïs Theviot (2015) dont le but serait de diffuser une information à un large public. Ce qui permettrait de toucher le plus de monde possible, et notamment les jeunes qui regardent moins la télévision. La plateforme devient alors un nouvel espace de communication à grande échelle et de manipulation d'informations, dans laquelle les ouïghours sont présentés comme des terroristes qu'il

faudrait enfermer dans des camps: “Ils produisent des milliers de vidéos qui visent à nier le caractère profondément génocidaire de leur propre politique.” poursuit le député européen dans un documentaire de FranceTv (Elsa Guiol, 2023). D’autres vidéos présentent le XinJiang en un cadre de vie idyllique (Mariage, Danses traditionnels, Cuisine), des vidéos qui entrent en confrontation avec un mouvement de résistance sur la plateforme. En effet, face aux contenus propagandistes, de nombreux proches des déportés ou personnes opposées à la politique, publient sur Tiktok des vidéos les mettant en scène avec une photo des personnes disparues.

“ Il y a de plus en plus de témoignages venant tout droit du Xinjiang. Sur les vidéos, les gens ne disent rien, mais il suffit de lire sur leurs visages. On y voit la détresse, le chagrin, et la douleur de familles entières qui ont perdu toute trace de vie de leurs proches. Certains font même le chiffre 4 de la main (“quatre” se prononce de la même manière que “mort” en Chine). Ils envoient clairement un message au monde extérieur” explique dans le Journal 20 minutes, Arslan Hidayat militant australien des droits de l’homme et musulman ouïghours.



Arslan Hidayat. ئارسلان ھىدايەت ✓
@arslan_hidayat

...

Cette courageuse [#Uyghur](#) [#Muslim](#) jeune fille réside toujours à [#Xinjiang](#) alias [#EastTurkestan](#) indique que quatre de ses proches se trouvent dans [la #ConcentrationCamps](#) de [#China](#). Elle veut évidemment que le monde le sache, peu importe ce qui pourrait lui arriver, S’IL VOUS PLAÎT PARTAGEZ pour son bien. [#CloseTheCamps](#)

Le réseau chinois permet en outre de participer indirectement aux contenus en ligne. Si l’algorithme vise bien à individualiser le contenu proposé, il n’est pas pour autant incompatible avec le principe même d’un réseau social qu’est la mise en relation des usagers. Ainsi, la republication et les interactions avec une vidéo (Likes, commentaire, enregistrement, utilisation du son de la vidéo etc.) donnent de la visibilité aux contenus de telle sorte que la consultation contribue à la production. Il est par ailleurs possible de s’exprimer sans créer du contenu, notamment par le biais de republications significatives de vidéos –parce qu’elles ont suscité une réaction ou une approbation– et/ou via les commentaires. Dans tous les cas, la particularité du réseau tient en sa fonction médiatrice

qui permet d'exprimer un message, y compris politique, sans s'exposer directement : il est possible de partager une opinion avec la publication de quelqu'un d'autre. Une participation indirecte qui semble être progressivement exploitée dans le jeu politique et plus particulièrement dans les milieux militants. On remarque ainsi de nombreux comptes non professionnels publier des extraits de discours et interventions médiatiques d'un élu en particulier, ce qui peut témoigner soit d'un attachement politique soit d'une contestation. Le sabotage du meeting de Donald Trump le 20 Juin 2020 en est un bon exemple. Lorsque le candidat républicain invite les électeurs à s'enregistrer en ligne pour participer au meeting, nombre de comptes ont commencé à diffuser l'information sur les réseaux. En effet, des anti-Trump, mobilisés par le biais de Tiktok, sont parvenus à réserver près 100 000 places sans se rendre au meeting et on encourage leur proches et communautés à les suivre. Ces vidéos auraient cumulées plusieurs millions de vues d'après la chaîne CNN, et seraient en grande partie responsable du flop de cette réunion de campagne : Sur un million de places enregistrées, seuls 6 200 spectateurs ont répondu présents, écrit le journal *Le Monde* (le 21 Juin 2020) . Ce qui veut dire que Tiktok constitue un outil capable de réunir une communauté et *en sus* de permettre une action collective et impactante en hors ligne. Ces pratiques donnent non seulement de la visibilité, mais véhiculent aussi des informations – favorables ou non – sur un candidat ou un parti politique, ce qui s'apparente à une forme de militantisme. Pour illustrer cette idée, prenons le vidéaste Glupatate avec près de 370 000 followers. Connu pour ses montages vidéos qui mettent en avant des discours politiques accompagnés d'effets sonores et de sous-titrage, il produit un contenu à la fois engagé et accessible. A l'occasion d'une interview pour *Numerama* (18 mars 2023), il explique ses stratégies de montage qui se concentrent sur des extraits de discours, à des moments précis pour mettre en avant un argument poignant, sans même en regarder l'entièreté de l'intervention :

“Le format court d'un discours ou d'un débat est efficace, car il permet de mettre en lumière des temps forts et lorsque l'on a affaire à de bons orateurs ou à une discussion rythmée, ou encore à des idées qui nous interpellent, on a tendance à rester pour écouter.”

En résumé, Tiktok est un réseau personnalisé par un algorithme qui permet à ses utilisateurs de se retrouver dans le contenu et de s'exprimer sur des sujets qui les intéressent. Nous avons vu aussi que le réseau tend à se présenter en un espace

d'apprentissage par les jeunes et pour les jeunes, et qui passe désormais moins par l'écrit traditionnel que par l'image. Enfin, l'application chinoise semble de plus en plus investie par les partis politiques pour atteindre un large et jeune public. Certains utilisateurs en usent même à des fins participatives, allant de la simple consultation à des formes actives de militantisme. Toutefois la personnalisation des contenus ainsi que l'absence de cadrage éditorial (n'importe qui parle pour dire n'importe quoi) entrent en contradiction avec l'ouverture intellectuelle que promet la plateforme. S'ajoute à ça, la différenciation des pratiques des utilisateurs : si certains voient en Tiktok l'opportunité de s'exprimer politiquement, d'autres citoyens n'en font pas un usage participatif.

Chapitre 2: Les pratiques différenciées : Isolation et polarisation des usagers.

Si TikTok, transforme la participation des jeunes, cette dernière est loin d'être homogène. De fait, il serait pertinent de dépasser l'algorithme pour observer les pratiques des jeunes utilisateurs, et comprendre pourquoi certains jeunes l'utilisent pour développer leur capital culturel, social voire politique et d'autres non. Ainsi, nous verrons comment les algorithmes de personnalisation sur TikTok, en voulant répondre à toutes les demandes, enferment finalement les usagers dans des "bulles filtres". Avant d'examiner la manière dont ces bulles filtres non seulement isolent les jeunes, mais entretiennent aussi la désinformation et les inégalités sociales.

Mais un algorithme qui enferme les usagers dans des “bulles filtres”

Nous l'avons vu, la personnalisation de contenus sur Tiktok ouvre sur de la *prédiction* de données. Selon l'essayiste Eli Pariser (2011), cet engrenage algorithmique constitue des “bulles filtres” qui enferment les internautes dans une bulle d'informations homogènes et qui les éloignerait des contenus différents de leurs centres d'intérêt. Ce biais de confirmation, bien que déjà remarqué avec d'autres réseaux, se serait amplifié sur Tiktok. Une question d'autant plus préoccupante lorsqu'elle soulève des enjeux démocratiques. En effet, les utilisateurs dont les activités en ligne ne révèlent pas un intérêt marqué pour la politique par exemple, ne recevront pas de recommandations politiques de

l'algorithme contrairement aux profils aux pratiques plus marquées. Autrement dit, les jeunes déjà politisés auront toujours des pratiques numériques plus orientée sur le sujet qui entrera dans leur périmètre informationnel. L'ironie est que la volonté d'inclure tous les utilisateurs avec un algorithme précis, semble reproduire le clivage existant entre les jeunes politisés et ceux qui ne le sont pas ou très peu. Sur 57 personnes interrogées, 19 déclarent être peu intéressées par la politique et 11 ne le sont pas du tout. Parmi eux, Charline dit ne pas avoir "l'occasion d'avoir des vidéos politiques", en effet elle n'aurait "jamais" eu ce genre de contenus dans ses *Pour toi*. La jeune femme confie néanmoins qu'elle "regarderait peut-être" si la plateforme lui en proposait mais avoue ne "rien y connaître". A l'inverse, l'entretien avec Marius, alors étudiant en science politique, démontre une maîtrise de son positionnement politique: lorsqu'il explique s'abonner à des comptes qui partagent ses valeurs "de gauche marqué socialiste", et parvient à citer les noms des élus tel que Clémence Guetté, Karima Delli ou encore l'élus de sa commune Ugo Bernalicis qui serait "très actif sur Tiktok". De fait, ses pratiques et affinités politiques ont bien été captées par l'algorithme. Nous retrouvons ici l'idée développée par Dominique Boullier selon laquelle le numérique agit avant tout comme un amplificateur de phénomènes sociaux (Boullier, 2019). Ce constat encore plus alarmant lorsqu'il vient entretenir les inégalités en termes d'accès aux informations. Si rien n'empêche les jeunes utilisateurs de faire leurs propres recherches, les démarches ne sont pas pour autant instinctives et sous-entendent un travail de tri plus coûteux. En d'autres termes, l'algorithme alors créé pour s'adapter et éviter l'exclusion, ajoute paradoxalement des obstacles aux jeunes en quête de s'éduquer politiquement – "les infos-pauvres" –, et *a contrario* facilite l'accès à ceux qui le sont déjà les "info-riches" (Périne Brotcorne, Gérard Valenduc, 2009; p. 45-68). Parmi les défis posés par le réseau figure aussi celui d'informer sous son emprise algorithmique. Si Tiktok permet d'apprendre de personnes "ordinaires", il n'est pas pour autant fermé aux experts et techniciens d'un domaine. Toutefois, le coût d'entrée sur le réseaux semble plus élevé pour ces derniers; en effet, les journalistes et politiques qui veulent atteindre la jeunesse, doivent en permanence s'adapter à "de nouveaux formats d'expression eux-mêmes liés à des pratiques communicationnelles spécifiques" (Adeline Wrona, Valérie Jeanne-Perrier, Lucie Raymond, 2022). Tiktok repose de fait sur des codes et des pratiques qui lui sont propres, et auxquels les professionnels doivent obéir s'ils souhaitent avoir une approche impactante. Dans le cas contraire, les professionnels s'exposent, au mieux, à un manque de visibilité sur le réseaux, et au pire à passer pour ridicule comme le ressens Emmanuel, étudiant en Master de science politique :

“Enfin pour moi en tout cas, les politiques qui se sont intéressés à la plateforme ça a souvent été très gênant et très inadapté, et en fait il n’y avait pas cette “vibe” de politique qu’il y avait pu avoir sur Facebook ou Instagram. En fait j’ai l’impression que Tiktok est soit pas adapté, soit l’homme politique n’est pas adapté à tiktok”

Autrement dit, les bulles filtres, outre le fait d’isoler les utilisateurs passifs de la plateforme, font aussi barrage aux usagers qui tentent de produire du contenu. Dès lors, une fracture numérique apparaît progressivement entre les professionnels qui ont su intégrer les normes du réseau et ceux qui, désavantagés, ne parviennent pas à répondre aux exigences de la plateforme. Le terme de “Tiktokisation de la politique” utilisé par François Hollande offre ainsi une illustration de l’importance du format sur Tiktok. A l’occasion d’une interview-débat organisée par le *NouvelObs*, l’ancien président de la république explique la montée en popularité du président du RN, Jordan Bardella, par “une forme d’utilisation du système” qui fait que l’extrême droite aurait “plus d’entrée qu’elle n’en avait jamais eu” dans une génération de jeune. Autrement dit, Tiktok privilégie un certain “savoir-être” qui semble surpasser toute autre formes de compétences sur le réseau, et qui participe aujourd’hui à une montée de l’extrême droite.

Le phénomène de désinformation juvénile amplifié sur Tiktok

Si selon la formule de Francis Bacon “savoir c’est pouvoir”, que se passe-t-il lorsque le savoir est fallacieux ? A qui revient le pouvoir lorsque la “vérité” est brouillée par l’abondance informationnelle ? Le phénomène de désinformation n’est pourtant pas nouveau, il est en fait apparu avec l’information comme l’explique François Géré (2011) : les traités de stratégie antiques qui nous sont parvenues démontrent, par exemple, l’importance accordée à la désinformation pour tromper l’adversaire et le conduire sur de fausses pistes. Aujourd’hui la désinformation semble toutefois plus marquée sur Tiktok et notamment auprès des jeunes.

Ce phénomène s’explique par l’usage consultatif de la plateforme par ces derniers. Comme nous l’avons vu dans le chapitre précédent, les plus jeunes utilisateurs intériorisent de plus en plus le réseau comme moteur de recherche: 42,6 % des répondants au formulaire

utilisent Tiktok pour suivre l'actualité culturelle ou artistique et 31% pour suivre l'actualité politique. De manière plus exhaustive, IFOP propose une enquête réalisée auprès de 2 003 personnes âgées de 11 à 24 ans, afin d'étudier la désinformation des jeunes et leur rapport à la science sur les réseaux sociaux. Selon l'étude, la désinformation des jeunes irait de paire avec la confiance qu'ils mettent dans les réseaux sociaux de partage d'images et vidéos tels que Facebook, Snapchat, Instagram ou Tiktok (33% des jeunes utilisateurs ont confiance dans ces réseaux contre 21% qui n'en ont pas du tout). Sur la plateforme chinoise, le phénomène est encore amplifié, entre autres dû à la dimension personnelle que les usagers entretiennent avec le réseau et les créateurs de contenus. Effectivement une personne qui produit du contenu répond à une demande numérique émise par ceux qui la suivent, et entre ainsi dans un rapport clientélaire. La métrique réputationnelle constitue elle aussi un facteur notable: selon l'IFOP (2023), 41% des jeunes utilisateurs de Tiktok sont convaincus que les créateurs de contenus qui ont un grand nombre d'abonnés ont plus de chances d'être une source fiable. Ce qui sous-tend que plus un créateur est reconnu, plus les usagers lui accordent leur confiance. Pour reprendre le témoignage de Alix, la jeune femme souligne le risque de tomber dans la désinformation par ce système d'apprentissage de seconde main :

“Des fois tu as des gamines de 13-14 ans qui prennent la parole sur un sujet qu'elles ne maîtrisent pas, et qui suivent quelque chose qu'elles ont entendues et se permettent ensuite ,par derrière, de refaire un tiktok dessus. Moi je trouve ça dangereux du coup, parce qu' il y a sûrement d'autre jeunes qui vont prendre ça comme une bonne source. Donc [Tiktok] c'est bien parce que c'est accessible à tous, mais le fait de prendre la parole est lui aussi accessible à tous.”

Ce risque, Lizzie y a d'ailleurs été confrontée sur TikTok. Après avoir regardé une vidéo sur un fait d'actualité marquant, la jeune fille s'est plus tard rendue compte que la créatrice avait finalement donné son opinion et non pas simplement donné les faits tels quels : “ et je me souviens avoir pensé que c'était un fait sans me dire que bah c'est SA pensée à elle, et qu'il fallait prendre du recul”. Ce biais caché constitue l'une des limites de l'information émise en amateur, car elle reste moins encadrée que les comptes certifiés ou professionnels. De telle sorte que l'accès à l'information ouvre finalement sur un jugement de valeurs caché, si bien qu'il est difficile de ne pas prendre pour référence les opinions des

autres : “elle s’est exprimée et moi qui n’avait pas les notions, j’ai pris l’information avec son opinion pour réelle.”

Dès lors, si la confiance virtuelle établit un lien entre les utilisateurs, elle ne garantit pas nécessairement des sources fiables. Selon une enquête réalisée auprès de jeunes âgés de 18 ans et publiée par NewsGuard (2021), Tiktok les exposerait dès le plus jeune âge à des “informations fausses et dangereuses”. Sur les écrans de neuf participants, l’organisation évalue le contenu issu des recherches sur différents sujets d’actualité (invasion de l’Ukraine par la Russie, vaccins contre le Covid-19 etc). Selon les chiffres, 20 % des vidéos obtenues dans les résultats contenaient des “informations fausses ou trompeuses”, mettant en avant une vidéo dans laquelle une jeune femme révèle sa recette composé de l’hydroxychloroquine, un traitement controversé qui s’est avéré inefficace contre le Covid. Ainsi, plusieurs théories émergent sur la plateforme en dénonçant que les élites auraient créé le virus pour s’enrichir ou encore que le Covid-19 aurait été prédit par la série télévisée américaine *Les Simpsons*. Très vite le phénomène de désinformation ouvre sur du complotisme comme l’explique notre étudiant en master de recherche. Les réseaux sociaux sont tous composé de Fake News, Victor dit avoir déjà vu passer des vidéos complotistes “comme dans tous les réseaux”, mais “pour Tiktok c’est différent encore”, notamment dû à son algorithme : “Lorsque tu regardes une vidéo, l’algorithme se cale dessus et t’en propose 18 après”, un système qui enferme ses utilisateurs dans leurs propres vérités et participe au “mille feuilles argumentatifs” selon lequel les informations s’articulent les unes des autres pour ne laisser aucune suspensions . (Gérald Bronner, 2013).

Vers de nouvelles inégalités ?

Pour comprendre les effets de ces pratiques différenciées, Fabien Granjon (2009) distingue deux manières d’étudier ce qui s’apparente à des inégalités numériques. La première serait de les considérer comme des “inégalités nouvelles et individuelles”, apparues avec la révolution numérique, il s’agit des différences liées à l’accès à internet : notamment d’un point de vue géographique, avec les zones non desservies par un réseau. La seconde façon reviendrait à les concevoir comme la continuité d’inégalités économiques et sociales déjà présentes en hors ligne. Comme le résume Dominique Cardon (2010, p. 30), alors que la communauté des utilisateurs pionniers était une catégorie socialement homogène – masculine, jeune, diplômée et technophile– celle des internautes est

aujourd'hui plurielle et "reproduit, dans toutes ses inégalités, les segmentations du monde réel". Parmi ces segmentations sociales: la tenace inégalité de participation. Nous avons vu dans l'Introduction qu'il existait au sein de la démocratie participative un "cens caché", c'est-à-dire que la participation impliquerait une connaissance et des qualités légitimantes. Ainsi, lorsque l'on demande à une étudiante qui ne se qualifie pas comme politiquement active, pourquoi les vidéos à débat n'ont jamais suscité de réaction chez elle, Charline explique "ne pas suffisamment s'y connaître" pour parler, et risquerait de "dire des conneries" plaisante-t-elle. Dans un cas similaire, Marion en troisième année dans un centre d'éducation, justifie son "abstention" sur Tiktok :

"je sais que c'est bizarre mais je n'aime pas me faire remarquer, commenter et que les gens le voient [...] je pense qu'en fait j'ai pas grand chose d'intéressant à apporter pour commenter."

De fait, les deux jeunes femmes partagent la sensation de ne pas avoir quelque chose "d'intéressant" à apporter, ce qui relève d'un sentiment d'incompétence politique qui, à leurs yeux, ne les rendent pas légitimes à commenter ou republier une vidéo. D'autant plus si, comme le démontre une enquête réalisée en 2005 par Laurent Cosnefroy (2007), l'intérêt est corollaire du sentiment de compétence. Il interroge en effet 422 élèves de troisième et de seconde (196 garçons et 226 filles), et leur demande d'attribuer trois évaluations parmi douze matières figurant sur une liste préalablement constituée. Il perçoit ainsi une influence de la compétence sur l'intérêt. La démarche de L.Cosnefroy nous permet de relier et d'articuler deux notions proéminentes dans la sociologie politique, que sont l'intérêt des citoyens pour la vie politique et le sentiment d'habileté à participer. De son côté, Daniel Gaxie (1978) remarque que le rapport au politique ne se limite pas à la nature et au niveau de maîtrise des outils cognitifs, mais également au degré par lequel un individu intervient ou non dans les questions politiques. A ce sujet on remarque un retrait chez la majorité des personnes interrogées – y compris chez ceux les plus politisés – comme Marius qui constate n'avoir jamais commenté de vidéos et ce même sur des réseaux reposant sur l'écriture comme Twitter. "Je Like beaucoup, je republie aussi ça c'est clair mais par contre écrire un commentaire, construit ou pas, non".

De manière transversale, le passage de la participation en ligne suppose non seulement des compétences politiques mais également des compétences numériques pour utiliser les outils à disposition. Ne serait ce que pour "l'exploitation des contenus

disponibles sur internet” qui place au centre “la question des compétences et ressources cognitives dont disposent les individus pour s’approprier pleinement ces technologies et services dans un contexte social qui est le leur.” (Périne Brotcorne, Gérard Valenduc, 2009; p. 45-68.) Si l’abondance de l’information en ligne –même filtrée en amont par un algorithme– donne à chacun une liberté d’information, cet algorithme ne remplace pas pour autant la capacité de savoir où et comment s’informer. Ainsi, la maîtrise du réseau Tiktok et de l’information qu’il propose nécessite la capacité de manipuler une structure conceptuelle complexe. Pour aller plus loin, P.Brotcorne et G.Valenduc dissocient trois formes de compétences numériques : Les compétences dites *instrumentales* font référence au savoir-faire technique, qui englobe aussi les compétences de raisonnement pour faire face aux bugs, aux virus et à d’autres aléas numériques quotidiens. Ce type de compétence se caractérise sur Tiktok en la capacité d’accéder aux commentaires, d’enregistrer une vidéo et de (re)publier du contenu. La seconde catégorie couvre les compétences *informationnelles*, autrement dit, la capacité de “chercher, sélectionner, saisir, évaluer et gérer l’information en ligne” (P.Brotcorne et G.Valenduc, 2009). Si les compétences instrumentales sont indispensables à l’utilisation des outils numériques, les compétences informationnelles ont fait leur apparition avec les contenus d’information et des services en ligne. Notons aussi que cette forme de compétence est de plus en plus intégrée par les pouvoirs publics pour faire face au phénomène de désinformation grandissant, qui nécessite un regard critique. Ces compétence abritent toutefois des inégalités liés au coût de recherche comme le souligne Lizzie :

“ Mais en général il y a beaucoup de fakes news et c’est assez difficile de tout différencier; c’est pour ça qu’il faut faire un tri et c’est un énorme travail à faire donc même si Tiktok c’est mieux pour comprendre les choses et plus vite, au final ça prend du temps quand même parce qu’il faut vérifier si c’est vrai ou pas. ”

Alors que Tiktok semble offrir une information simplifiée et rapide, le travail de comparaison qui en découle alourdit finalement le coût de participation. Notamment pour les jeunes qui ne parviennent pas à différencier les bonnes des mauvaises sources. Les compétences *stratégiques* enfin, concernant “l’aptitude à utiliser l’information de manière proactive” en utilisant les données dans son propre contexte et en vue d’influencer son environnement professionnel et personnel. Ce qui reviendrait sur Tiktok à la capacité à orienter l’algorithme vers un contenu précis et choisi selon les objectifs de l’utilisateur. Par

ailleurs, le fonctionnement de l'algorithme Tiktok est perçu différemment selon le degré de compétence stratégique. Les entretiens ont en effet ressorti que les enquêtés les plus à l'aise avec la plateforme considèrent avoir une main sur les recommandations, et font un travail d'orientation. Pour reprendre le témoignage de Victor, il expliquait s'être inscrit sur Tiktok dans l'optique de se constituer un réseau "qui lui fait du bien" en opposition à Twitter "connu pour être un réseau social assez toxique". Il s'est ainsi "constitué une page pour-toi" beaucoup plus "positive". Ici, l'utilisation du terme "constituer" prouve bien un savoir-faire : Victor sait que l'algorithme s'adapte à son comportement en ligne, et n'hésite pas à recourir à des stratégies pour l'influencer selon ses envies (ici avoir du contenu positif). Au contraire, les personnes moins connaisseuses au fonctionnement du réseau se diront ne pas être responsables de leurs recommandations, en partant du principe que le contenu s'impose à eux sans qu'ils aient le contrôle dessus. C'est par exemple le cas de Nil, pour qui le contenu proposé ne dépend pas de lui : "c'est pas vraiment moi qui décide du contenu que je regarde." Son commentaire mérite que l'on s'y intéresse, selon lui on ne convertit pas la plateforme, c'est elle qui s'adapte aux pratiques naturelles des usagers : "C'est naturel, c'est pas toi qui montre à l'application ce qui t'intéresse, tu t'intéresses c'est tout. Après c'est à lui de faire son travail".

Pour conclure cette partie, nous venons de voir que l'algorithme ultra-personnalisé, en voulant répondre à toutes les demandes, enferme finalement les usagers dans des "bulles filtres". Ce qui a pour effet de les isoler les uns des autres et amplifie les inégalités déjà existantes en hors ligne. Pire encore, l'algorithme peut entretenir de la désinformation chez les jeunes. Nous avons également vu que ces pratiques différenciées en ligne dépendent en partie d'une double maîtrise : des capacités cognitives d'une part et des compétences numériques de l'autre. Selon le degré de ces compétences les jeunes utilisateurs suscitent un intérêt. Toutefois, les inégalités sur Tiktok ne se résument pas seulement aux pratiques en ligne, mais semblent profondément inscrites dans l'être social lui-même. Ce qui voudrait dire que les opportunités d'agrandir un capital culturel ou social dépendent moins de compétences numériques et cognitives que de la position sociale occupée en hors ligne.

Chapitre 3 : L'ancrage social des pratiques

Dès lors le dernier chapitre sera consacré à l'analyse de ces pratiques à travers le prisme social. Si ces dernières obéissent aux mêmes logiques qu'en hors ligne, il convient donc d'étudier l'influence de la position sociale sur les pratiques en ligne. Par le biais d'une reproduction sociale d'une part, mais aussi par le biais du genre et les rapports différenciés à la politique. Autant de variables sociales déterminantes dans le degré de participation en ligne.

Le déterminisme de la position sociale

Mentionner l'idée d'une reproduction sociale ne renvoie pas à un déterminisme mécanique des inégalités, mais permet d'apercevoir un des angles morts du système d'apprentissage chez les jeunes. En effet, nous savons que la volonté d'un individu s'ajuste aux possibilités objectives que lui offre sa position sociale (Bourdieu, 1980). Lorsque quelqu'un éprouve un faible sentiment de compétence –numérique et/ou politique– ses pratiques seront inconsciemment sélectives, et ne manifesteront pas la volonté de s'informer dans un domaine où ils se sentent incompetents.

Théorisé par Émile Durkheim, le déterminisme désigne une trajectoire sociale – elle-même déterminée par une intériorisation de normes sociales– qui s'impose aux individus sans qu'ils en ait conscience : “Voilà donc des manières d'agir, de penser et de sentir [...]. Non seulement ce type de conduites ou de pensée sont extérieures à l'individu, mais ils sont doués d'une puissance impérative et coercitive en vertu de laquelle ils s'imposent à lui, qu'il le veuille ou non.” (Durkheim, 1987). Cette idée peut d'ailleurs utilement dialoguer avec le principe de disposition émis par Pierre Bourdieu, pour désigner l'expression d'une manière d'être – aussi appelé “habitus” – le plus souvent lié à un groupe social. Il exprime “un état habituel” et, en particulier, une tendance naturelle à agir et à extérioriser toutes les normes et pratiques intériorisées par l'individu. Dans notre cas, la disposition se traduirait par le fait de s'informer régulièrement, de se renseigner sur les

élus, de donner son opinion etc. La pratique, y compris en ligne, serait donc le produit de la relation entre une situation et un *habitus*. En témoigne le parcours associatif d'Emmanuel. D'abord engagé dans des syndicats étudiant au collège et lycée, il est aujourd'hui membre d'un syndicat étudiant à Lille. Des expériences qui l'ont aidé à se "construire des idées et être vraiment sur le concret des politiques publiques". Cette appétence pour la politique, Emmanuel la tient de sa mère :

"j'ai toujours vu depuis petit ma mère conseillère municipale de la ville. Et vraiment elle m'emmenait avec la poussette dans la mairie, j'avais 2 ans, et même si elle n'avait pas une carrière politique à proprement parlé, [...] ça a quand même participer à une forme de politisation et je pense que c'est pour ça aussi que je me suis beaucoup intéressé à la politique"

L'étudiant aurait donc intégré l'engagement citoyen par les interactions qui le relient aux autres, il a appris progressivement à adopter "un comportement conforme aux attentes de son entourage" qui renvoie au principe de socialisation (Philippe Riutort, 2013). L'étude d'Anne Muxel et Annick Percheron (1993) a le mérite de mettre en lumière l'importance de cette socialisation politique familiale dans les pratiques des agents sociaux. Les deux auteures ont ainsi mené la recherche auprès de trois familles apparentées et en viennent à la conclusion que les préférences ne sont pas nécessairement identiques d'une génération à l'autre. Toutefois –et le cas d'Emmanuel le prouve– les membres d'une famille politiquement active font preuve d'un vif intérêt pour la politique et s'engagent en prenant des responsabilités syndicales et municipales plus facilement que les autres. Dès lors, les jeunes issus d'un foyer politisé seront plus enclins à adopter eux même une position politique, qu'elle soit en accord avec celle des parents ou en opposition comme c'est le cas de Marius. Enfant de professeurs dans le secondaire, il a suivi sa scolarité dans des établissements privés au sein desquels il a très vite été sensibilisé aux questions sociales :

"Contrairement à ce qu'on pourrait croire, l'éducation catholique c'était plutôt de gauche [...] Les prêtres qui intervenaient avaient parfois des discours concernant les dons, notamment la collecte, ils venaient parfois en classe expliquer que les élèves qui ont la meilleur éducation et ont de l'argent, ne sont pas foutu de faire des dons derrières."

Ainsi, il explique s'être construit politiquement à partir d'une fracture entre "la vraie vie" et le cadre dans lequel il a grandi . En témoigne sa sensation de "désillusion" en arrivant à la Faculté de Lille, la "précarité étudiante" et les parcours différents de ceux déjà rencontrés. Autant de sujets qui ont contribué à son engagement politique. "Tu te dis très vite : Oh le monde est beau, il n'y a pas de problèmes. Et en fait tu arrives dans une Fac public dans un quartier populaire, tu te dis, ah bah okay en fait ça ne fonctionne pas comme ça...". Il confie en outre se différencier des ses parents "politiquement de droite", une rupture qui se traduit en ligne par le partage de vidéos politiques qu'il approuve : "je republie des vidéos politiques qui me définissent". De la même manière, cette rupture politique avec le milieu d'origine prouve l'articulation entre les compétences politiques, les compétences culturelles et "la capacité à se construire une opinion différente de celles de ses parents" (A.Muxel, 2001). De telle sorte que la rupture suppose d'être suffisamment à l'aise avec la politique pour s'extraire des opinions de son foyer, une compétence le plus souvent retrouvée chez les jeunes les plus diplômés. Un autre travail réalisé dans "L'expérience politique des Jeunes" (A. Muxel, 2000) amène d'ailleurs l'auteure à distinguer les connaissances héritées – les savoirs et normes transmises des parents à l'enfant– de celles acquises par les expériences de l'enfant, dans un contexte historiquement différent de celui des parents : Marius a su se politiser par des connaissances héritées (s'informer, parler politique etc.) mais se positionne par rapport aux connaissances acquises lors de ses expériences dans le privé et public. Toutefois, s'il est remarqué une fracture politique entre les générations d'une famille politisée, on remarque que la prise de position en ligne n'est pas aussi évidente pour les jeunes sans héritage politique. Selon notre enquête, sur douze personnes interrogées en entretien, la moitié sont issus d'un foyer non-politisé dont quatre qui affirment ne pas savoir s'orienter politiquement. Notons aussi que sur ces quatre jeunes qui ne se positionnent pas, trois sont des femmes. Autrement dit, outre les inégalités sociales de pratiques en ligne, il pourrait exister des inégalités selon le genre .

Le Biais de genre sur Tiktok

Les espoirs émancipateurs du numérique ont également touché les questions sociales du genre. En effet, l'apparition d'un espace virtuel suscite un espoir de dissocier le féminin du masculin en remettant en cause la distinction et les rapports aux corps physique

(M.Bergström et D.Pasquier, 2019). Toutefois, et comme pour les inégalités sociales, les outils numériques participent également à une reproduction d'inégalités sexuées d'usage.

Quand le manque d'entretien parle plus que les mots

Le constat a d'ailleurs été remarqué dès l'entrée sur le terrain. Après un mois d'enquête, la majorité des entretiens étaient réalisés auprès d'étudiants du supérieur et principalement des hommes. Source d'étonnement supplémentaire : 59% des répondants aux questionnaires sont des femmes contre 41% d'hommes, pourtant 13 hommes sur 23 ont répondu positivement à l'organisation d'un entretien contre seulement 6 sur 33 chez les femmes. Bien que d'autres raisons peuvent expliquer un refus d'entretien, on ne pourrait exclure la corrélation entre la sous-représentation des utilisatrices lors des entretiens – alors même que ces dernières ont été plus nombreuses à répondre au formulaire – et leur invisibilisation en ligne.

Pour reprendre la définition de Judith Butler (2005), le genre résulte surtout d'une "performance", c'est-à-dire d'un "ensemble d'actes et de pratiques continuellement répétés" sans que l'individu en ait conscience. Dès lors, s'identifier en tant que femme ou homme relève davantage de nos pratiques que de notre sexe biologique. Ainsi la revendication d'appartenance à un genre –ou non– constitue un passage considérable dans la socialisation des jeunes, car elle suppose de s'affilier à une référence identitaire qui leur correspond et auquel ils se sentent intégrés (Dubet F. et Martuccelli D., 1996). Pour aller plus loin, il convient d'interroger le terme "femme" au delà de sa définition biologique. Pour ce faire, Elvira Alvarez et Lorena Parini (2005) mettent en relation le genre avec la distinction marxiste entre "classe en soi" et "classe pour soi". Pour rappel, la "classe en soi" renvoie à un groupe socio-économique homogène partageant des caractéristiques objectivement similaires (classe sociales, le niveau de revenus, et niveau de diplôme); la "classe pour soi" désigne davantage une conscience d'appartenir à un groupe social et de défendre un intérêt commun. Autrement dit, un groupe social devient une "classe pour elle-même" lorsqu'il se mobilise politiquement afin de défendre ses intérêts collectifs et de modifier les rapports de pouvoir actuels. En ce qui concerne la référence identitaire, les

deux chercheuses soulignent le processus par lequel la société “attribue un rôle à la classe féminine/masculine en soi” et les conséquences sur le groupe ainsi définis. Sur Tiktok, la catégorisation en ligne produit un sentiment d’appartenir à une même communauté comme le démontre Marion lorsqu’elle décrit ses activités en ligne. Elle dit ainsi regarder des vidéos “un peu Femme” pour parler de vidéos make up, de mode, et contenu “Aesthetic”². Ces thématiques ne sont que des exemples parmi d’autres de contenus propre à une “niche identitaire”. D’autres contenus regroupent par exemple des religieux, des personnes “vegan”, des étudiants en médecine, des “gamers” etc. (Rotman et Preece, 2010). Mais si les utilisatrices ont la possibilité d’être représentée sur le réseau et de se revendiquer en tant que “femme”, la place qui leur sont faite sur Tiktok reste majoritairement une place secondaire et sexualisée. Selon une enquête réalisée par le Haut Conseil à l’Egalité entre les femmes et les hommes (HCE, 2023) les réseaux sociaux de diffusion d’images ou vidéos tels que Instagram, Youtube et Tiktok participent au “processus d’invisibilisation des femmes, de reproduction des stéréotypes de genre et de diffusion de la violence symbolique envers les femmes.” Pour preuve, le phénomène “abrège frère” évoqué par Alix est un exemple probant de ces violences symboliques.



abregefrere ✓
 abregefrere

Suivre

0 Abonnements 1.5M Abonnés 18.1M J'aime
 J'aime pas les histoires longues
 Temps cumulé gagné : 7h00m13s
 Insta (1,1M)
 @abregefrere@gmail.com

Vidéos

A aimé






patricerichard523
 elles ont tellement l'impression de vivre des histoires extraordinaires
 4-28 Répondre
 Afficher 15 réponses



Shiny Tiag
 @abregefrere tu peux abrèger stp
 3-23 Répondre
 Afficher 1 réponse

829
 2

² Terme pour désigner la combinaison harmonieuse d’éléments et considéré comme particulièrement agréable à voir

Le créateur de contenu humoristique est connu pour résumer des vidéos de une à trois minutes en une synthèse de quelques secondes, et ce avec un ton psalmodique. “En soi c’est inoffensif” ajoute l’étudiante, “ mais beaucoup de mecs sont allés trop loin avec le concept [...] ils ont glissé des “@abregefrere” sous les vidéos d’influenceuses qui font des essayages, qui se maquillent en racontant des anecdotes etc. Et c’est très vite devenu misogyne”; Selon Laurène Lévy, créatrice de contenu visant à vulgariser des questions juridiques et sociales, cette tendance contribue à délégitimer la parole des femmes sur TikTok.:

“Depuis qu’il fait des vidéos, j’ai des mecs qui viennent dans mes commentaire me dire 50 fois “abrège frère. Je fais déjà des contenus qui sont très courts, parfois de 50 secondes, je ne vois pas comment faire plus court. On me demande de raccourcir des vidéos où je parle de droit du travail de manière déjà très condensée, ce n’est pas possible !”.

Toujours selon le HCE, 42,5% des “séquences d’humour” sur Tiktok contiennent des “représentations dégradantes des femmes”. Par conséquent, il semble compréhensible que la plupart des jeunes femmes ne se sentent pas “à l’aise” à participer en ligne. Que ce soit en tant que créatrice de contenus ou dans la rédaction d’un commentaire, les utilisatrices s'exposent à un risque plus élevé que les hommes à être exclues d’un débat. Lorsque Alix, alors étudiante en science politique, commente une vidéo de la militante d’extrême droite Thais d’Escuffon., elle s’est heurtée à des propos misogynes :

“Mais du coup justement c’est sous les vidéos de Thais d’Escuffon, qu’ on m’a le plus répondu de façon haineuse. Après j’avoue que j’ai pas mal commenté de TikToks, mais pas de façon virulente, j’étais pas dans la confrontation mais plutôt de façon construite en disant : “bah là, ce qu’elle dit c’est de la merde parceque...” et j’argumente. Et j’ai eu pas mal de mecs qui m’ont lancé des “qu’est-ce qu’elle a ? elle se sent visée ?” ou des “retourne à la cuisine”... [soupir] j’ai laissé tombé”

Au delà du fait que les personnes qui ont tenu ces propos soit des approbateurs de Thais d’Escuffon, la réponse par des remarques sexistes peut décourager les usagères à

s'exprimer en ligne –“j'ai laissé tombé”-- et ainsi entretenir l'inégale répartition de la parole. Toutefois il est possible de nuancer le propos. Parallèlement aux reproductions d'inégalités femmes-hommes, Tiktok abrite aussi des niches identitaires féministes, allant du mouvement radical aux mouvements féministes plus classiques. A titre d'exemple, prenons le compte d'Ashley Chaney, une créatrice de contenu américaine suivie par près de 11 mille personnes. Elle introduit notamment le principe de “micro-féminisme” sur Tiktok pour qualifier toutes les petites actions du quotidien qui contribuent à l'évolution des mentalités, et participent ainsi à une vision plus égalitariste. Dans une vidéo filmée depuis son canapé, la jeune femme explique l'une de ses actions micro-féministe préférée:

“Lorsque j'envoie un mail à un PDG ou un chef d'entreprise qui a une assistante, je mets toujours l'assistante comme destinataire principale. Ce n'est peut être rien, mais moi je sais. C'est un moyen pour moi de dire [à l'assistante]: je te vois”

“Je te vois”, autrement dit je te considère comme appartenant au même groupe social que moi. En résumé, la plateforme chinoise reproduit aussi des réalités sociales positives, mais ces pratiques restent minoritaires et tendent surtout à prêcher des convaincu.es avec le système algorithmique (cf. Chapitre 2) : Une personnes qui ne se considèrent pas comme féministe aura très peu de chance de tomber sur ce genre de vidéos.

Plus largement, le biais du genre s'explique aussi par l'inégale répartition des compétences numériques différenciées. Ainsi observe-t-on des “scripts d'usages” qui placent les hommes dans des prédispositions techniques alors même que ces outils numériques sont normalement conçus “pour tous” (N.Oudshoorn, 2004). Le domaine du jeu vidéo par exemple, a pendant longtemps constitué un terrain de formation aux outils numériques considérables chez les garçons, au point de parler d'une “forme d'initiation à l'univers informatique” (Jenkins, 1998). C'est pourquoi lorsque l'on demande à Salim, 25 ans s'il a déjà rencontré des difficultés sur Tiktok, il explique avoir toujours grandi avec la technologie : “j'ai toujours été un *Geek*³, je me souviens que je passais beaucoup de temps sur Minecraft”. Il explique aujourd'hui que “toutes ses heures de jeu” lui ont finalement permis d'apprendre à “utiliser un PC en jouant”. Une façon ludique d'intégrer des compétences comme savoir utiliser un ordinateur très jeune ou connaître des

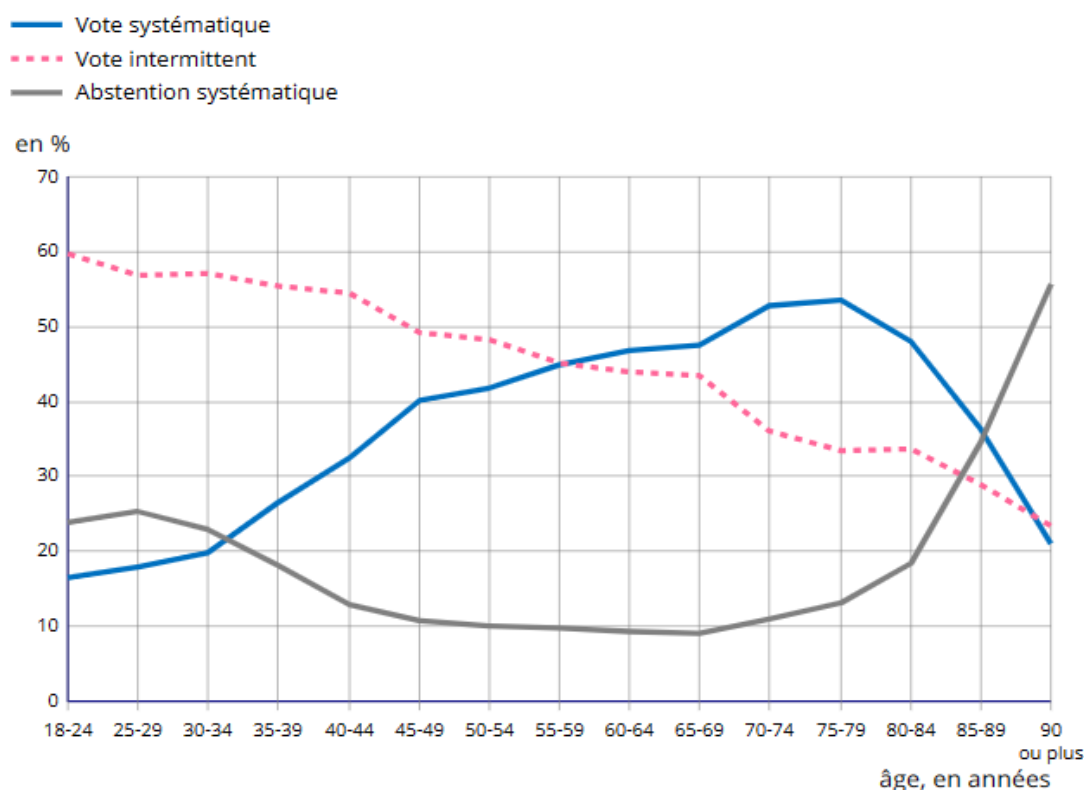
³ Anglicisme pour qualifier une personne passionnée par les nouveautés technologique et plus particulièrement les jeux vidéos

manipulations techniques. De fait, si le domaine du jeu vidéo tend désormais à se féminiser, ce dernier reste prédominé par la gent masculine; D'une part parce que les filles sont entrées dans le monde des jeux virtuels beaucoup plus tardivement, mais aussi par une socialisation différenciée aux outils numériques durant l'enfance. De fait, la socialisation de l'informatique chez les jeunes impact durablement leur sentiment de compétence en ligne. A l'inverse de Salim, Lizzie confie avoir longtemps évité les réseaux sociaux dont TikTok : "en fait pendant longtemps j'avais pas de réseau social" avoue l'étudiante, "j'avais un peu d'appréhension et mes parents ne voulaient pas que je sois dessus trop jeune". Les travaux de Sherry Turkle (1988) "Computational Reticence: Why Women Fear the Intimate Machine" sont particulièrement intéressants pour rendre compte des inégalités de participation entre les genres. Elle emploie notamment le terme de "women computerphobia" pour définir les réticences socialement ancrées des femmes envers les outils numériques et met ainsi en exergue l'influence de la socialisation traditionnelle des femmes dans leurs relations avec les objets techniques. Ces relations se caractérisent le plus souvent par l'admonestation des pratiques en ligne : Si les parents de Lizzie l'ont mise à distance du numérique pour la préserver des risques qu'il comporte, "Ne le touche pas, tu vas recevoir un choc" (S. Turkle, 1988). Cette mise à distance se caractérise aujourd'hui par un retard numérique et de l'appréhension dans leur usage.

Un rapport socialement différencié à la politique

La question de la participation politique des jeunes est une préoccupation récurrente des travaux sur la citoyenneté depuis plusieurs décennies. La participation juvénile, mesurée principalement par le biais de l'acte de vote, semble souvent inférieure à celle des catégories plus âgées du corps électoral (Galland, 2017). D'après l'institut IPSOS, les jeunes de 18 à 24 ans seraient de moins en moins mobilisés, avec seulement 58 % d'entre eux qui ont voté. De fait, la fonction de l'âge reste indéniablement influente dans le comportement électoral: Selon L'INSEE (cf.graphique), le vote intermittent serait une pratique majoritairement adoptée par les jeunes de 18 à 25 ans (58%), alors que le vote systématique n'excède pas la barre des 20% juste derrière l'abstention (25%) .

Figure 2 - Comportements de vote aux élections présidentielle et législatives de 2022 selon l'âge



Toutefois, les chiffres ne permettent pas de distinguer les raisons d'un refus de voter. Si l'abstention électorale relève de l'apolitisme pour certains, d'autres jeunes bien politisés préfèrent usés d'autre forme de participation à la politique. Nous l'aurons compris, la jeunesse est loin d'être une communauté homogène et présente bel et bien des clivages internes. Les sociologues Olivier Galland et Marc Lazar distinguent par ailleurs quatre jeunes selon leurs orientations politiques et origines sociales (2022). Chacune d'elles présentent ainsi des caractéristiques visant à déterminer leur rapport à la politique.

	Les démocrates protestataires	Les désengagés	Les révoltés	Les intégrés transgressifs
Taux (en%)	39	26	22	13
Caractéristiques	Compréhension des enjeux sociétaux Politiquement actif	Apolitisme marqué Abstentionnisme	Compréhension enjeux sociétaux Progressiste Révolutionnaire	Compréhension des enjeux sociétaux Progressiste Politiquement actif Tendance révolutionnaire
Profil des jeunes	Diplômé Politisé Issu de milieu favorisé	Peu diplômé Non-politisé Issu de milieu populaire	Peu diplômé Politisé Issu de milieu populaire	Diplômé Politisé Issu de milieu favorisé

Tableau présentant les quatre types de jeunes à partir d'une enquête de O.Galland et M.Lazar (2022)

Tout d'abord, *les démocrates protestataires*, qui représentent 39 % de la jeunesse. Leur intérêt pour les questions sociétales est plus important que celui des autres. S'ils ne se limitent plus à la participation par le vote, ils refusent pour autant la violence politique en restant attachés au modèle démocratique représentatif, ainsi 91 % de ces jeunes estiment que le vote est «utile». Si nous reprenons nos enquêtes, le profil social d'Alix est un bon exemple. Fille de contremaître industriel et Sagefemme, elle explique avoir toujours parlé des sujets sociétaux depuis l'adolescence. Pour autant, l'étudiante se dit ne pas être convaincue par les formes de contestations politiques et préfère la participation en ligne :

“Aujourd’hui je me prononce beaucoup moins, parce qu’au final la manif c’est un moyen de pression qui me déçoit un peu, parce qu’au final j’ai pas l’impression que ce soit très utile, c’est à dire quand je suis dans une manifestation j’ai juste l’impression de déranger, de faire du bruit machin, mais je suis pas convaincue de l’utilité. Pour moi c’est important de mener des action utiles [...] et je trouve que les petites republications que je mets sur Tiktok par exemple, je trouve ça plus utile qu’une manif à mon sens.”

Le second profil de jeunes est à l'inverse du premier. En retrait sur toutes les questions sociétales et politiques, *les désengagés* ont pour principale caractéristiques de ne “pas exprimer d’opinion politique”. De fait, 63% d’entre eux n’indiquent aucune proximité avec

un parti politique et 47% ne se positionnent pas sur l'axe gauche droite (O.Galland, M.Lazar, 2022). C'est notamment le cas de Charline, pour qui les sujets politiques ne sont pas intégrés dans son quotidien et qui explique le fait qu'elle ne se situe pas politiquement "en fait j'ai pas les infos sur qui est quoi, donc j'avoue que je sais pas trop" explique la jeune femme. La troisième catégorie, appelée les *révoltés*, regroupe les jeunes particulièrement en "en détresse psychologique et en situation matérielle difficile". Caractérisés par une mentalité progressiste, ils aspirent à une révolution sociale, et s'avèrent prêts à justifier la violence politique pour y parvenir. Enfin, le quatrième profil sont les *intégrés transgressifs* pour désigner les jeunes politisés, qui ont intérioriser les enjeux sociétaux et politiques mais qui, à la différence des démocrates protestataires, montrent une plus "grande tolérance à l'égard des comportements déviants". C'est le cas de Marius, étudiant politisé et passionné par les sujets sociétaux tels que l'aménagement urbains et les politiques de territoires, il revendique son activisme :

"J'ai fait aussi beaucoup de manifestations, j'ai fais les 15 manif sur la réformes des retraites, euh voilà ça n'a servi strictement à rien mais on été là, jusqu'au bout même à trois jours des partiels on été dehors "

Plus largement, la participation et l'intérêt pour la politique sont souvent expliqués par les ressources socio-économiques, et tout particulièrement le niveau de diplôme. Depuis longtemps, les chercheurs ont montré que le niveau d'éducation est corrélé à l'intérêt pour la politique (Boyadjian, 2020) . L'expression d'un manque d'intérêt pour la politique étant plus fréquente chez les personnes moins diplômées, elle confirme donc la théorie du cens caché de Daniel Gaxie (1978) selon laquelle les citoyens moins diplômés se sentent moins compétents en politique et donc moins aptes à exprimer leur intérêt. Selon Van Dijk (2005), la fracture sociale est également due à la disparité de répartition des ressources temporelles, sociales et culturelles à l'intérieur même d'une génération. En se fondant sur les résultats d'une série d'enquêtes sur le terrain, Van Dijk montre que les inégalités sont principalement liées à une inégale répartition des ressources sociales et culturelles plutôt que des "ressources mentales" spécifiques. C'est par exemple le cas de Erwan, alternant en carrosserie, qui explique ne pas pouvoir s'investir davantage politiquement à cause de ses horaires de travail prenant :

“Il y a certaines choses on va dire j’adhère mais je vais pas poser ma pierre à l’édifice non plus. Si je pouvais , j’irais. Mais je ne veux pas m’handicaper avec mes heures de travail non plus, j’ai besoin de mon salaire [rire] ! J’aurais encore été étudiant pourquoi pas..”

Autrement dit, les disparités intra-générationnelles s'expliquent par les différences liées à la formation : un jeune en alternance aura toujours des horaires moins flexibles qu'un étudiant à l'Université. De même pour les ressources sociales et culturelles, lorsque l'on demande à un ancien étudiant en CFA – désormais préparateur en pharmacie– s' il se considère politiquement actif, Salim dit ne “pas avoir le temps ni les personnes autour” de lui pour l’accompagner.

En résumé, les pratiques en ligne reflètent bien la position sociale occupée en hors ligne suivant le principe de déterminisme. C’est pourquoi certains jeunes vont avoir des dispositions par l’intériorisation de normes lors de leur socialisation (suivre l’actualité régulièrement, exprimer une opinion, voter etc.). Tant de pratiques intégrées dans leurs environnement social et qui leur semble naturel. La position sociale influence aussi la relation entre les jeunes et la politique. On l’a vu, les jeunes les moins diplômés tombent plus facilement dans les extrêmes : Révoltés ou désengagés. Des rapports qui ,au mieux, sont désintéressés de la politique, ou pire relèvent de la défiance. Enfin, les disparités se caractérisent aussi selon l’appartenance au genre. Et notamment au vu du rôle imputé aux utilisatrices de TikTok : si la femme semble représentée sur le réseau chinois, les contenus les plus présents en ligne restent sexualisés, stéréotypés et discriminants, ce qui pourrait expliquer le retrait de participation politique des femmes en ligne .Si le coût de participation se manifeste par des insultes misogynes, il semble légitime que les jeunes femmes s’expriment moins que les hommes, et se réduisent au rôle qui leur ont été attribuées (Make up, mode, storytelling, aesthetic...).

Conclusion

Le mémoire touche désormais à sa fin. En cherchant à répondre à la question “comment TikTok influence-t-il la participation en ligne des jeunes ?” , ce travail aura permis finalement deux choses :

Tout d’abord, comprendre un réseau social complexe régi par un algorithme et des codes qui lui sont propres. En étant une plateforme davantage centrée sur les jeunes, elle influence leur participation à la racine. Autrement dit, ce serait un terrain privilégié pour atteindre du “sang neuf” et le mobiliser. TikTok peut s’avérer être un bon outil dans la participation citoyenne des jeunes, mais à condition que ces derniers le soient déjà en hors ligne, c’est la logique “du tout ou rien” : son algorithme ultra-personnalisable tend moins à ouvrir les esprits qu’à les enfermer. Ce qui a pour effet de les isoler les uns des autres. amplifie donc les inégalités déjà existantes en hors ligne. Nous avons ensuite cherché à comprendre en quoi l’algorithme et la polarisation de ses usagers se traduit par des inégalités . Si l’algorithme n’est que le miroir de son utilisateur, c’est que les inégalités sont bien plus profondes que l’espace informatique.

Ce qui nous amène au deuxième point central : les inégalités de pratiques socialement ancrées. Outre le fait de refléter une position sociale occupée en hors ligne, elles tendent à enfermer les jeunes moins politisés dans leur apolitisme. C’est pourquoi certains jeunes vont avoir des dispositions à user de Tiktok afin d’entretenir un capital culturel alors que d’autres n’auront pas cette occasion. Enfin, et comme l’identité sexuelle est une forme d’ancrage social, les disparités se caractérisent aussi selon l’appartenance au genre. Notamment au vu du rôle imputé aux utilisatrices de TikTok : si la femme semble représentée sur le réseau chinois, les contenus restent sexualisés, stéréotypés et discriminants, ce qui pourrait expliquer la plus faible participation politique des femmes en ligne. Nous relativisons cependant sa normalisation : si certaines femmes ne s’aventurent pas dans une participation engagée, ce n’est pas forcément parce qu’elles ont été victimes de sexisme en ligne, d’autant plus que toutes les jeunes femmes ne se revendiquent pas féministes. Il s’agit néanmoins d’une piste intéressante et qui mériterait d’être exploitée à part entière. Soulignons enfin, la distinction nécessaire entre les désengagés marginalisés et ceux volontairement exclus. En effet, ce serait une erreur que de justifier la non-participation comme résultant des inégalités de compétences ou sentiment de légitimité. Bien qu’elles soient significatives, d’autres raisons telles que la méfiance

grandissante des jeunes envers les élus ou encore le simple désintérêt pour la politique entrent en jeu dans ces disparités de pratiques en ligne. Là réside toute la complexité du sujet auquel – je l’espère– ce travail aura permis d’en éclaircir une partie.

Annexe

Annexe 1: Questionnaire en ligne

1. Quel est votre âge actuel ?

- ☐ 18-20
- ☐ 21-22
- ☐ 23-25
- ☐ 26-30
- ☐ >30 ans

2. À quel sexe vous identifiez-vous le plus ?

- ☐ Homme
- ☐ Femme
- ☐ Autre

3. Quel est votre niveau d'étude ?

- ☐ Diplôme antérieur aux études secondaires
- ☐ Diplôme de fin d'études secondaires ou diplôme équivalent
- ☐ Pas de diplôme
- ☐ Baccalauréat
- ☐ Licence ou équivalent
- ☐ Maîtrise

4. Quelle est votre situation professionnelle ?

- ☐ En recherche d'emploi
- ☐ Sans profession
- ☐ Employés
- ☐ Etudiant

5. Combien de fois utilisez-vous le réseau social Tik Tok ?

- ☐ Tous les jours
- ☐ Quelques fois (2 à 3 fois par semaine)
- ☐ Rarement (1 fois par semaine)
- ☐ Jamais (Je n'ai pas ce réseau)

6. Pour quel usage utilisez-vous Tik Tok ?

- ☐ Divertissement
- ☐ Échanger avec vos proches
- ☐ Suivre l'actualité

☐ Partager du contenu

7. Suivez vous l'actualité politique en règle général

- ☐ Oui, tous les jours
- ☐ Seulement en période électorale
- ☐ De temps en temps
- ☐ Non, jamais

8. Avez-vous voté lors des élections présidentielles 2022 ?

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Je ne sais pas
- ☐ Préfère ne pas se prononcer

9. Acceptez vous de laisser votre nom de compte Tiktok, qui sera utilisé anonymement dans le cadre de l'enquête

- ☐ Oui:
- ☐ Non

10. Souhaitez-vous être recontacté(e) pour un entretien ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Annexe 2: Questionnaire via QR code



Annexe 3: Grille d'entretien

Présentation générale

1. Présente toi en quelques mots
2. Qu'est ce que tu fais dans la vie
3. Etablissement collège et lycée
4. Que font tes parents dans la vie ?
5. Raconte-moi comment se passent tes repas en famille ?
6. Parlez -vous beaucoup politique dans ton foyer ?

Utilisation du réseau

1. Depuis combien de temps tu utilises Tik-Tok ?
2. Pourquoi tu l'utilises ?
3. As-tu déjà rencontré des difficultés sur la plateforme ? (Accès, fonctionnement, incompréhension)
4. Quel type de contenu préfères- tu consulter ?
5. Quels types de créateurs suivez vous sur Tik-Tok? (Lifestyle, littérature mode, vidéos humoristique)
6. Quel type de vidéos partages-tu le plus souvent ?
7. C'est quoi pour toi un caractère politique
8. Est ce que tu as déjà commenté une vidéo politique ? Si non, pourquoi ?
9. Est il arrivé que tu partages ou (re)publies du contenu à caractère politique ?
10. Est-ce-que tu suis un créateur de contenu politique ? Si oui, lesquels ?

Engagement et intérêt pour la politique

1. En hors ligne, te considères-tu comme politiquement actif ? (Adhésion à un parti, militantisme, participation à des rassemblements)

2. Est- ce que tu regardes des contenus sur les sujets en débat : Ecologie ? Violences faites aux femmes ? Intégration des personnes LGBT ? Précarité étudiante?...
3. Quels outils utilises-tu pour t'informer ? pour suivre l'actualité politique si tu la suis
4. As tu voté lors des dernières élections présidentielles ? Régionale et municipale ?
5. Penses -tu que Tik-tok est un outil efficace pour s'informer ? pour discuter de sujets politiques ?

Références

- ALVAREZ Elvita, PARINI Lorena, « Engagement politique et genre : la part du sexe », *Nouvelles Questions Féministes*, 2005/3 (Vol. 24), p. 106-121.
- ASSADI H., BEAUDOUIN V. (2002), Comment utilise-t-on les moteurs de recherche sur Internet ? , *Réseaux*, (n 116), p. 171-198
- BALLEYS C. (2017). Socialisation adolescente et usages des médias sociaux : la question du genre. *Revue des politiques sociales et familiales*, 125, 33-44
- BERGSTRÖM M., et PASQUIER D. (2019) Genre & Internet. Sous les imaginaires, les usages ordinaires:Introduction. *RESET*, n°8, DOI. *org*(Crossref), <https://doi.org/10.4000/reset.1329>.
- BIMBER, B. (2014). Digital Media in the Obama Campaigns of 2008 and 2012 : Adaptation to the Personalized Political Communication Environment. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(2), 130-150.
- BOYADJIAN J. (2020a). Désinformation, non-information ou sur-information ? *Réseaux*, N° 222(4), 21-52. <https://doi.org/10.3917/res.222.0021>
- BOYADJIAN, J. (2020b). Les rapports socialement différenciés des publics jeunes à la participation politique en ligne. *Pôle Sud*, n° 53(2), 117—134. <https://doi.org/10.3917/psud.053.0117>
- BOURDIEU P. (1976) « Le sens pratique ». *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 2, n° 1, p. 43-86. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.3406/arss.1976.3383>.

- BROTCORNE P., VALENDUC G. (2009), « Les compétences numériques et les inégalités dans les usages d'internet. Comment réduire ces inégalités ? », *Les Cahiers du numérique*, (Vol. 5), p. 45-68. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2009-1-page-45.htm>
- CARDON, D. (2015). À quoi rêvent les algorithmes nos vies à l'heure des big data. *La République des idées : Seuil*,
- CARDON, D. (2019). Culture numérique. *Presses de Sciences Po*.
- CHADWICK A. (2018). Les médias sociaux et l'avenir de la démocratie. Tonique. Conférence annuelle du groupe des médias et de la politique de l'Association britannique d'études politiques, *Université de Nottingham*.
- COSNEFROY L. (2007) « Le sentiment de compétence, un déterminant essentiel de l'intérêt pour les disciplines scolaires ». *L'Orientation scolaire et professionnelle*, n° 36/3, septembre p. 357-78. DOI.org (Crossref), <https://doi.org/10.4000/osp.1459>.
- Fondation JEAN-JAURÈS (Réalisateur). (2023). Génération Tiktok, génération « toctoc » ? Enquête sur la désinformation des jeunes et leur rapport à la science et au paranormal à l'heure des réseaux sociaux. *IFOP*.
- GAXIE D. (1978) Le Cens caché. Inégalités culturelles et ségrégation politique. *Le Seuil*, « Hors collection »
- GÈRE F. (2011) « La désinformation dans l'histoire », dans : , *Dictionnaire de la désinformation*. sous la direction de GÉRÉ François. Paris, Armand Colin, « Dictionnaire », , p. 16-38. URL: <https://www.cairn.info/dictionnaire-de-la-desinformation--9782200257729-page-16.htm>
- GIBSON J. (2014) The Ecological Approach to Visual Perception, *Classical Edition*
- GREFFET F. (2011), Continuerlalutte.com Les partis politiques sur le web, *Paris, Presses de Sciences po*.
- GRANJON F. (2009), Inégalités numériques et reconnaissance sociale. Des usages populaires de l'informatique connectée, *Les Cahiers du numérique*, vol. 5, p. 19-44.
- GUIOL E. (2023) *La fabrique du mensonge TikTok, l'ombre chinoise*. 2023. www.france.tv, <https://www.france.tv/documentaires/societe/5444307-tiktok-l-ombre-chinoise.html>.
- HADZIABDIC P. (18 mars 2023) « Comment la politique française s'est « tiktokisée » ». *Numerama*, <https://www.numerama.com/politique/1308316-comment-la-politique-francaise-sest-tiktokisee.html>.

- ICCS 2022 (Novembre 2023): les résultats de la France en connaissances civiques et citoyennes dans la moyenne internationale, .n° 23.47
- JERASA, S., & BOFFONE, T. (2021). BookTok 101 : TikTok, Digital Literacies, and Out-of-School Reading Practices. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 65(3), 219-226.
- LEFEVRE R (2017), Leçons d'Introduction à la Science politique. *Ellipses*, « *Leçons de Droit* »
- LLOBET E.(2017), Générations X, Y, Z.... L'alphabet d'un concept qui se cherche , *Effeuillage*, (N° 6), p. 36-39. DOI : 10.3917/eff.006.
- MARTY Emmanuel, REBILLARD Franck, SMYRNAIOS Nikos *et al.*, « Variété et distribution des sujets d'actualité sur Internet. Une analyse quantitative de l'information en ligne », *Mots. Les langages du politique*, 2010/2 (n° 93), p. 107-126.
- MUXEL A. (2001) L'Expérience politique des jeunes, *Paris, Presses de Sciences Po*, 2000, 190 pages
- OCTOBRE S. (2014), Les enfants du numérique : mutations culturelles et mutations sociales , *Informations sociales*, (n° 181), p. 50-60.
- OUDSHOORN N., ROMMES Els & STIENSTRA M. (2004). Configuring the User as Everybody: Gender and Design Cultures in Information and Communication Technologies , *Science, Technology, & Human Values*, 29 (1), pp. 30-63.
- OFFERLE M. (2008), Retour critique sur les répertoires de l'action collective (XVIIIe - XXIe siècles) , *Politix*
- PASQUIER D. (2019), Les pratiques numériques en milieu populaire, *Etudes*, p.51-6
- PERCHERON A., (1993) La Socialisation politique, *Paris, Armand Colin*. Perssee.fr
- PIPPA N.I (2022) In Praise of Skepticism: Trust but Verify. By Pippa Norris. New York: *Oxford University Press*, 318p
- RIUTORT P. (2013), « La socialisation. Apprendre à vivre en société », dans : , *Premières leçons de sociologie*. sous la direction de RIUTORT Philippe. Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Major »,p. 63-74. URL : <https://www.cairn.info/premieres-lecons-de-sociologie--9782130620396-page-63.htm>
- SEGESTEN, A. D., & BOSSETTA M. (2016). A typology of political participation online : how citizens used Twitter to mobilize during the 2015 British general elections.

Information, Communication & Society, 20(11), 1625-1643.

<https://doi.org/10.1080/1369118x.2016.1252413>

THEVIOT, A., & MABI, C. (2014). 3-Politiques de s'engager sur Internet. Mobilisations et pratiques politiques. *Revue Politiques de communication*
<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01119060>

TURKLE S. (1988). Computational Reticence: Why Women Fear the Intimate Machine , in Kramarae Cheris (dir.), *Technology and Women's voices: Keeping in touch*, New-York, Routledge, pp. 41-61.

VAN DIJK J., (2005) *The deepening divide – Inequality in the Information Society*, Sage, London.

WRONA Adeline, JEANNE-PERRIER Valérie, RAYMOND Lucie, (2022) « Avant-propos: Informer sous algorithmes », *Quaderni*, (n° 107), p. 11-17. DOI : 10.4000/quaderni.2457. URL : <https://www.cairn.info/revue-quaderni-2022-3-page-11.htm>

Sites

« Les appels à l'aide du peuple ouïghour sur TikTok » (2 novembre 2019). *www.20minutes.fr*, <https://www.20minutes.fr/high-tech/2642435-20191102-comment-t-ouighours-servent-tiktok-denoncer-internement-proches>.

« La Chine est responsable d'un « génocide » des Ouïgours, selon des experts réunis à Londres ».(10 décembre 2021) *Le Monde.fr*, https://www.lemonde.fr/international/article/2021/12/10/la-chine-est-responsable-d-un-genocide-des-ouigours-selon-des-experts-reunis-a-londres_6105455_3210.html.

« Meeting de Donald Trump à Tulsa : des utilisateurs de TikTok affirment être à l'origine du fiasco ». (21 juin 2020) *Le Monde.fr*, https://www.lemonde.fr/international/article/2020/06/21/des-utilisateurs-de-tiktok-revendiquent-le-sabotage-du-meeting-de-trump_6043657_3210.html

« Toxique TikTok : l'application très populaire de vidéos expose les jeunes à des infos sur le vaccins en quelques minutes seulement » . *NewsGuard*, <https://www.newsguardtech.com/fr/special-reports/france-toxique-tiktok>.

Enquête « Jeunesses, citoyenneté et inégalités socio- spatiales », réalisée par Internet par Ipsos pour Sciences Po Bordeaux en janvier et février 2020

Rapport - La Femme Invisible dans le numérique : le cercle vicieux du sexisme - Haut

Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes. URL

<https://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/parite/travaux-du-hce/article/rapport-la-femme-invisible-dans-le-numerique-le-cercle-vicieux-du-sexisme>.

« Une jeunesse plurielle - Enquête auprès des 18-24 ans ». *Institut Montaigne*,

<https://www.institutmontaigne.org/publications/une-jeunesse-plurielle-enquete-aupres-des-18-24-ans>