

THESIS / THÈSE

MASTER EN INGÉNIEUR DE GESTION À FINALITÉ SPÉCIALISÉE EN ANALYTICS & DIGITAL BUSINESS

Mise en scène de soi dans un contexte digital Le cas de la plateforme TikTok

Buys, Ophélie

Award date:
2021

Awarding institution:
Universite de Namur

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



Mise en scène de soi dans un contexte digital :
Le cas de la plateforme *TikTok*

Ophélie BUYS

Directeur : Prof. A. DECROP

Mémoire présenté
en vue de l'obtention du titre de
Master 120 en ingénieur de gestion, à finalité spécialisée
en Analytics & Digital Business

ANNEE ACADEMIQUE 2020-2021

Avant-Propos

Ce mémoire représente l'aboutissement de mon parcours universitaire achevé dans une finalité orientée vers le monde du digital. Ce dernier suscite tout mon intérêt et ma motivation. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle je souhaite y développer mes compétences par la suite.

Je remercie tout d'abord mon promoteur, Monsieur Alain Decrop, pour son accompagnement tout au long de la réalisation de ce mémoire, ainsi que pour ses précieux conseils méthodologiques et rédactionnels.

Je remercie également les personnes interviewées qui m'ont donné de leur temps et qui se sont confiées afin que je puisse explorer mon sujet de recherche en profondeur et aussi pertinemment que possible dans les conditions restrictives liées à la crise sanitaire de la Covid-19.

Enfin, je tiens à remercier de tout cœur mes proches, amis et familles, qui m'ont soutenue ces cinq dernières années et qui ont contribué, de près ou de loin, à mon travail et à ma réussite.

Résumé

L'ère de la digitalisation ou « ère du Web 2.0 » a complètement bouleversé nos comportements. De plus en plus, la vie des consommateurs fait l'objet d'une mise en scène, d'une histoire racontée et partagée via les réseaux sociaux. La frontière entre la vie privée et la vie virtuelle s'affine et tend à disparaître. La génération Z, au cœur de ces changements, semble développer de nouvelles valeurs sur ces plateformes. De la construction identitaire à la création d'une image personnalisée, les réseaux sociaux permettent aux individus de se réinventer sans aucune limite. Plus que toute autre, la plateforme *TikTok* est symptomatique de cette nouvelle mise en scène du soi qui impacte les stratégies marketing futures. Dans le but d'étudier ces changements propres à cette plateforme émergente, nous avons mené une étude exploratoire qualitative au travers d'une netnographie et d'interviews effectuées auprès d'utilisateurs de cette plateforme. L'immersion totale sur ce réseau a permis d'analyser en profondeur le fonctionnement de cette plateforme et les comportements qui s'y développent pour ensuite les interpréter au regard des concepts théoriques proposés par la littérature existante.

Abstract

The era of digitalization or "Web 2.0 era" has completely changed our behaviour. More and more, consumers' lives are being staged, a story told and shared via social networks. The boundary between private life and virtual life is becoming thinner and is tending to disappear. Generation Z, at the centre of these changes, seems to be developing new values on these platforms. From identity building to the creation of a personalized image, social networks allow individuals to reinvent themselves without any limits. More than any other, the *TikTok* platform is symptomatic of this new staging of the self that affects future marketing strategies. In order to study these changes specific to this emerging platform, we conducted a qualitative explorative study through a netnography and interviews with users of this platform. The total immersion on this network allowed us to analyse in depth the functioning of this platform and the behaviours that are developing on it, and then to interpret them in the light of the theoretical concepts proposed by the existing literature.

Table des matières

Avant-Propos	I
Résumé.....	II
Abstract	II
Table des matières	III
Table des tableaux	V
Table des illustrations.....	V
Introduction.....	1
Partie I : Cadre théorique	3
Chapitre 1 : L’image de soi, l’identité et les réseaux sociaux	3
1.1 L’image de soi	3
1.1.1 Le concept de l’image de soi.....	3
1.1.2 Le soi en communauté.....	6
1.1.3 La perception d’autrui.....	6
1.2 La construction identitaire.....	7
1.2.1 La projection identitaire dans un contexte réel vs. digital	8
1.3 Les réseaux sociaux.....	10
1.3.1 Définition.....	10
1.3.2 Les réseaux sociaux les plus populaires.....	12
Chapitre 2 : L’exposition de soi dans un contexte digital	15
2.1 Être vu pour exister.....	15
2.1.1 Mise en scène de soi sur les réseaux sociaux	15
2.1.2 Le Postmodernisme	18
2.1.3 Les communautés digitales.....	20
2.1.4 Impact marketing sur les tendances digitales d’exposition de soi	21
2.2 La construction identitaire et les réseaux sociaux.....	23
2.2.1 Impact des réseaux sur la construction identitaire	23
2.2.2 L’identité digitale	26
Chapitre 3 : La Digitalisation et les tendances actuelles	27
3.1 La Digitalisation.....	27
3.1.1 La digitalisation de soi sur les réseaux sociaux	27
3.1.2 Impact de la digitalisation sur l’existence réelle.....	28
3.2 Les tendances digitales actuelles et la création de challenges viraux.....	30
3.2.1 Tendances actuelles sur les réseaux sociaux	30
3.2.2 Challenges sur les réseaux sociaux	31
Chapitre 4 : Le cas de la plateforme étudiée : TikTok	32
4.1 Bref historique de la plateforme	32
4.2 Fonctionnement de la plateforme.....	33
4.3 Facteurs liés au succès de la plateforme <i>TikTok</i>	35
Partie II : Etude empirique.....	37
Chapitre 5 : Méthodologie de la partie empirique	37
1.4 Déroulement méthodologique	38
1.4.1 Etude qualitative	38
1.4.2 Netnographie	38
1.5 Entretiens individuels auprès d’utilisateurs	39
1.5.1 Guide d’entretien	39
1.6 Collecte des données	40
1.7 Caractéristiques des répondants	41
1.7.1 Echantillon.....	41
Chapitre 6 : Résultats des analyses qualitatives	44
6.1 Typologie des utilisateurs	44
6.1.1 Profil général des utilisateurs	44
6.1.2 Classification des utilisateurs	44

6.2	Utilisation de la plateforme et interactions.....	46
6.2.1	Utilisation de la plateforme	46
6.2.2	Interaction entre les utilisateurs.....	47
6.3	Facteurs de succès, Motivations et Valeurs	49
6.3.1	Facteurs de succès	49
6.3.2	Motivations et Valeurs.....	53
6.4	Impacts de la plateforme sur les utilisateurs.....	61
6.4.1	Impacts de la plateforme sur l'exposition et la perception du soi	61
6.4.2	Déviations et points négatifs associés	62
6.5	La présence des marques sur la plateforme.....	64
6.5.1	La perception de <i>TikTok</i> comme plateforme commerciale.....	64
6.6	Futur de la plateforme	65
Chapitre 7 : Bouclage Théorique		66
Conclusion générale de ce mémoire		75
	Apports Théoriques.....	75
	Apports Managériaux.....	76
	Implications managériales pour la plateforme <i>TikTok</i>	76
	Limites de recherche	77
	Questions de recherches futures	78
	Avis personnel	79
Bibliographie.....		80
Annexes		85

Table des tableaux

TABLEAU 1: RESEAUX SOCIAUX LES PLUS POPULAIRES.....	12
TABLEAU 2: ÉVOLUTION DU NOMBRE D'UTILISATEURS DES RESEAUX SOCIAUX DANS LE MONDE CLASSES SELON L'ORDRE DE POPULARITE.....	14
TABLEAU 3 : CARACTERISTIQUES DES REpondANTS DE L'ÉTUDE QUALITATIVE.....	42
TABLEAU 4 : TYPOLOGIE DES UTILISATEURS DE LA PLATEFORME <i>TikTok</i> ELABOREE SUR BASE DE LA NETNOGRAPHIE ET DES ENTRETIENS INDIVIDUELS	45
TABLEAU 5: RECAPITULATIF DES MOTIVATIONS ET VALEURS PRINCIPALES RECUEILLIES SUR BASE DE L'ÉTUDE QUALITATIVE (NETNOGRAPHIE ET ENTRETIENS INDIVIDUELS).....	53
TABLEAU 6: EXEMPLES ILLUSTRATIFS DES DIFFERENTS PARTAGES.....	57

Table des illustrations

ILLUSTRATION 1: LOGO <i>FACEBOOK</i> & LOGO <i>INSTAGRAM</i> 2021	14
ILLUSTRATION 2: LOGO <i>TikTok</i> 2021.....	32
ILLUSTRATION 3: REPARTITION DES UTILISATEURS PAR AGE SELON UNE ETUDE MENEe EN FRANCE EN 2019	33
ILLUSTRATION 4: MINI SONDAGE FEEDBACK UTILISATEURS	49
ILLUSTRATION 5: TYPOLOGIE DES MEMBRES D'UNE COMMUNAUTE VIRTUELLE.....	73

Introduction

Le Web 2.0, caractérisé par l'apparition des réseaux sociaux, bouleverse notre quotidien. Il est essentiel à l'heure actuelle de comprendre le fonctionnement du monde virtuel en pleine expansion. L'univers du digital est un milieu aussi passionnant que surprenant. Les interactions sociales sont redéfinies et les réseaux sociaux permettent le passage continu et rapide du réel au virtuel. Entre autre, ils facilitent la communication et offrent la possibilité aux utilisateurs de se créer une vie « parfaite ». En conséquence, outre les changements sociaux engendrés, des modifications intrinsèques émergent chez les utilisateurs.

La mise en scène du soi prend une signification importante et l'image que les individus ont d'eux-mêmes en est directement impactée. En découle notamment une projection identitaire virtuelle, où les individus se créent une histoire à travers cet univers parallèle. Les nouvelles générations vivent au cœur de ce « nouveau monde ». L'étude de la place de ces plateformes dans leur vie est cruciale pour comprendre le système vers lequel nous tendons. Le fonctionnement de la société de demain repose sur la compréhension de ces outils digitaux et de leur signification pour une génération qui « zappe ».

En pleine expansion depuis le début de la crise de la Covid-19, *TikTok* amène de nouvelles tendances et des changements comportementaux au sein des individus. Ces derniers sont étudiés d'un point de vue sociologique et marketing dans ce mémoire. Aucun document scientifique n'est rédigé à cet effet du fait de sa popularité récente. En effet, cette plateforme a connu une évolution fulgurante en terme de popularité lors du premier confinement. Il est intéressant de se pencher sur les caractéristiques qui la rendent tant appréciée dans le monde entier.

Nous avons ainsi mené une étude exploratoire qualitative afin de mieux comprendre les profils et les comportements des utilisateurs de ce réseau. *TikTok* est le siège d'une nouvelle mise en scène du soi pour les utilisateurs. Les motivations et les valeurs qui prônent l'attractivité de la plateforme sont également étudiées auprès des utilisateurs. La place du monde marketing et plus particulièrement des marques y est explorée sur base des observations effectuées sur le réseau et des opinions des utilisateurs. Les opportunités qu'offre ce réseau aux marques ne sont plus à démontrer.

En effet, il a un réel potentiel pour celles-ci d'améliorer leur visibilité et de contribuer à leur proximité avec leur audience. C'est pourquoi, les marques s'orientent vers de nouvelles stratégies marketing dont le marketing d'influence à l'aide des *influenceurs TikTokers*.

Ce mémoire s'articule en deux parties. La première porte le nom de « cadre théorique ». Celle-ci reprend l'ensemble des concepts théoriques expliqués dans la littérature scientifique en lien avec le sujet principal traité : la mise en scène de soi dans un contexte digital. La construction identitaire des individus dans le monde digital crée de nouvelles perspectives. Cette première partie développe également les concepts théoriques concernés par les changements sociaux et comportementaux causés par les réseaux sociaux. L'image de soi et l'identité sont notamment des concepts bouleversés par ces nouvelles technologies.

Dans la société actuelle, l'apparence et le paraître prennent toujours plus d'importance et engendrent une exposition du soi des individus en accord avec les diktats physiques et sociaux valorisés par la société. Cependant, cela n'est pas une généralité. En effet, des mouvements tels que celui du Postmodernisme ont une influence sur cette exposition et amènent de nouvelles valeurs au sein de la société. Par ailleurs, les communautés digitales créées génèrent une aide entre les utilisateurs ce qui affaiblit la barrière entre le réel et le virtuel. Les liens ainsi créés se renforcent et les marques ont tout à y gagner en se mêlant aux valeurs et aux idéaux des individus. Tout ceci est expliqué dans les premiers chapitres. La digitalisation et les tendances actuelles sont développées dans le chapitre 3. Le cadre théorique se termine par une présentation de la plateforme étudiée, *TikTok*, qui permet d'introduire la « partie empirique ». Cette dernière reprend le déroulement méthodologique dont les questions de recherche principales étudiées dans ce mémoire ainsi que les résultats de l'étude exploratoire qualitative menée.

Finalement, le bouclage théorique met en lumière les observations et les résultats de l'étude au regard des concepts théoriques définis dans la première partie. La conclusion reprend quant à elle les apports théoriques et managériaux, ainsi que les limites et questions de recherche futures. Ce mémoire se clôture par un avis personnel qu'il me tient à cœur de partager aux lecteurs de ce travail.

PARTIE I : CADRE THEORIQUE

Chapitre 1 : L'image de soi, l'identité et les réseaux sociaux

Ce premier chapitre aborde les concepts tels que « l'image de soi » et « l'identité » tout en y liant le concept « d'apparence ». Le soi en communauté y est expliqué au travers du besoin d'appartenance et de reconnaissance. La perception est un concept également essentiel à élaborer dans ce contexte. Finalement, l'identité et la construction identitaire sont définis et expliqués dans le contexte des réseaux sociaux, également définis dans ce chapitre.

1.1 L'image de soi

1.1.1 LE CONCEPT DE L'IMAGE DE SOI

L'image de soi représente la manière avec laquelle une personne se voit elle-même de manière consciente. Celle-ci se compose de ce que la personne montre d'elle volontairement ainsi que de ce qu'elle exprime d'elle sans le vouloir (Pierson, M. L, 2005). Cette dernière est strictement subjective et peut s'étudier tant de manière sociologique que psychologique. L'image construite envers quelqu'un ou quelque chose est un processus mental qui dépend des caractéristiques internes et externes de l'individu ou de la chose jugée. Le jugement se base sur l'intérêt de celui qui juge envers la personne ou chose jugée (RATIER, M., 2002). L'image de soi peut également être définie comme suit : « *L'image de soi, c'est ce qui fait qu'autrui nous identifie en tant que personne unique et différenciable des autres* », (Jullien F, 2020, p.1). Cette définition n'est toujours pas complète mais résume assez bien ce que signifie l'image de soi de manière objective. En fait, ce concept est complexe et se compose de plusieurs caractéristiques aussi importantes les unes que les autres. Parmi ces caractéristiques, il y a notamment ce qui est visible, les caractéristiques physiques d'une personne. Elles ont un rôle précieux dans son image publique et dans sa propre image d'elle-même. Ensuite, son comportement, ses attitudes et son caractère constituent ensemble les caractéristiques morales et intellectuelles de l'individu. Finalement, il y a les goûts et préférences que cet individu exprime. Ces caractéristiques font partie de sa **personnalité** (Jullien F, 2020).

C'est en réalité un concept large comparable à un espace à plusieurs dimensions. La première dimension représente le « soi interne », le soi qui vit en chaque individu qui lui donne sa propre image de lui-même. Ensuite, le « soi avec autrui » constitue la seconde dimension et représente la manière avec laquelle un individu agit en présence d'autrui. Finalement, la troisième dimension est « l'interface », la manière avec laquelle un individu s'expose en public (Pierson, M.L, 2005). L'interface est une dimension complexe qui n'est pas entièrement sous le contrôle de l'individu. Dans un monde où l'image prend une place primordiale, l'apparence devient de plus en plus importante. C'est pourquoi cette dernière dimension, demande plus d'effort, d'attention et de soin de la part de l'individu. Il se doit d'être attentif aux normes et idéaux du moment. C'est à travers l'**apparence** que tout un chacun tend à se faire sa place (Pierson, M. L, 2005). L'apparence dépend de ce qui est montré aux autres de soi : style vestimentaire, goûts musicaux, mode de vie, job, voyages, etc. Toute méthode est bonne pour perfectionner son apparence aux yeux de la société. En effet, cette dernière porte en elle une certaine « **valeur symbolique** » dans la société actuelle (Pierson, M. L, 2005).

Dans un contexte d'étude comportementale du consommateur, l'image de soi est divulguée à travers ce que chacun tend à montrer aux autres à travers ses biens. En effet, les objets de consommation, produits ou services, peuvent être une manière pour l'individu de construire son image à l'égard de la société dans laquelle il prospère. Selon l'Institut de recherches et d'études publicitaires « *l'image est l'ensemble des représentations à la fois émotionnelles et rationnelles associées par un individu à une marque, un produit, une entreprise ou une idée* » (Pierson, M.L., 2005, p.21).

En parallèle et selon un autre auteur, le soi est divisible en trois composantes principales : « *Le soi matériel se référant aux possessions matérielles de l'individu à travers lesquelles il se définit, le soi social représenté au travers des interactions de l'individu et le soi spirituel qui définit l'existence psychique et subjective de l'individu* » (Georges, F., 2009, p.28-33).

« L'APPARENCE EST LE VETEMENT DE LA PERSONNALITE » GALIENNI

Selon Ratier, qui se situe dans une approche plus superficielle, l'image de soi peut également être décomposée en trois dimensions distinctes. La première concerne la manière avec laquelle l'individu souhaite se voir lui-même. La deuxième s'oriente vers l'image que l'individu tend à transmettre à propos de sa personnalité, à travers sa manière de s'habiller, son style, ses goûts, etc. En bref, tout ce que l'individu expose au grand public. Comme l'a dit le poète Horace, « *nous sommes trompés par l'apparence du bien* ». Finalement, la troisième dimension concerne la manière avec laquelle autrui considère cet individu, son image « externe ». Cette dernière est indépendante de la volonté de l'individu, ce qui rejoint la définition donnée précédemment (RATIER, M., 2002).

Toutes ces configurations de l'image du soi sont en partie basées sur des normes émises par la société. Ces normes dictent ce qui est bien et pas bien, ce qui est appréciable et ce qui est sans intérêt. Par ailleurs, la publicité joue un rôle non négligeable dans l'élaboration de ce qui est perçu comme attractif et désirable. À l'heure actuelle, chacun est confronté à la publicité des marques et l'image, tant de la marque que des personnes utilisant cette marque, y est engagée et prônée. En effet, cette dernière insère subtilement des normes de beauté et de plaisance sociales (Jullien, F, 2020).

En considérant ces définitions, il est correct d'affirmer qu'il n'y a pas de soi sans l'approbation des autres. L'individu existe au travers de son acceptation et de sa **reconnaissance sociale**. Son image est construite sur base des idéaux communiqués par les publicités, les magazines, les journaux, etc. Il se définit au travers de la société. L'image de l'homme et de la femme actuelle est soumise à des diktats : comment s'habiller, se comporter et quoi consommer. L'individu tend à rentrer dans une « case » qui le reconforte dans l'idée qu'il se fait de lui-même. L'homme se doit d'être viril et la femme se doit d'être coquette. Ces messages de dictature du soi sont transmis rapidement et en masse par les médias, réseaux sociaux, publicités papier, etc. Quant aux marques, elles construisent leur image au travers d'égéries et instaurent de nouvelles normes sociales et esthétiques basées, parfois de manière flagrante, sur des stéréotypes. Aujourd'hui, les médias ont un poids non négligeable sur l'acceptation de soi et sur ce qu'est l'image « parfaite » (Marchand, S., 2016). Ces obligations esthétiques et comportementales connaissent toutefois un fléchissement chez les nouvelles générations (cf. Chapitre 3).

1.1.2 LE SOI EN COMMUNAUTE

LE BESOIN D'APPARTENANCE

Comme dit précédemment, le soi et la représentation de soi ne vont pas l'un sans l'autre. En effet, chacun se définit comme membre à part entière d'un groupe. Le **besoin d'appartenance** à un groupe est essentiel dans la construction du soi et de l'image de soi (Pierson, M.L., 2005). L'image de soi se construit en grande partie à travers la comparaison que l'individu fait entre lui et les autres. La manière avec laquelle il porte un jugement sur sa propre personne dépend de ceux et celles avec qui cet individu passe la majorité de son temps. L'individu se construit sur base de ce qu'il voit et fréquente dans sa vie (Marchand, S., 2016).

À travers son soi, l'individu s'exprime dans une « *autonomie relative* » (Coutant, A., & Stenger, T., 2010, p.2). Cette autonomie vient de l'individu et le définit en tant que personne à part entière tout en se raccordant à son lien avec autrui. L'autonomie relative de l'individu est, comme son nom l'indique, dépendante des autres et du groupe d'appartenance de ce dernier. Plus théoriquement, l'individu se définit au travers des rôles qu'il joue dans le respect des normes et « *formes ritualisées* » au sein du/des groupe(s). Le développement et l'illustration du soi passent inévitablement par ces supports symboliques de conformité aux normes d'un groupe (Coutant, A., & Stenger, T., 2010).

1.1.3 LA PERCEPTION D'AUTRUI

« NOUS SOMMES TOUS PRISONNIERS DE LA PERCEPTION QU'ONT LES AUTRES DE NOUS » (TIMOTHY FINDLEY)

La perception est un concept fondamental dans le développement de ce qu'est l'image. Celle-ci est propre à tout individu et est directement liée à la personnalité et au vécu de chacun. L'image qu'une personne se fait d'une autre dépend de ses préférences personnelles et de ses expériences passées. Le jugement est directement lié à la personnalité de l'individu jugé et de celui qui porte le jugement. Il se fait également à travers la vision qu'autrui a de cet individu jugé. Par ailleurs, la manière avec laquelle une personne se fait une idée d'une autre n'est pas uniquement basée sur la communication verbale. En général, l'apparence d'une personne est la base du jugement d'autrui et est supposée représenter sa personnalité, telle une interface à travers laquelle la personne s'identifie et est identifiée (Pierson, M.L., 2005).

1.2 La construction identitaire

La construction identitaire passe irrémédiablement par les **interactions sociales**, « *Nous sommes la moyenne des cinq personnes que nous fréquentons le plus souvent* » (Jim Rohn)¹. L'identification de ses propres caractéristiques physiques et mentales permet à l'individu de se définir dans la société. Son identité se nourrit de ce que les autres projettent sur lui-même. L'**identité** même de l'individu se définit de manières multiples.

Proche de l'image de soi, l'identité peut se définir de manière objective comme quelque chose qui différencie les individus les uns des autres, que ce soit physiquement ou génétiquement. Elle a également une grande partie de subjectivité qui définit chaque individu dans « *sa propre individualité, sa singularité et d'un continuum dans le temps et dans l'espace* » (Marc, E., 2004, p.1). L'individu sait qu'il est, il sait qu'il est différent des autres et pour finir, il sait qu'il est une même personne à travers le temps. Ces sentiments et états d'âme sont ressentis par le sujet, mais aussi par les autres ; ses proches, les gens qui le côtoient et les gens qui l'observent.

Il est attendu de tous que l'individu soit cohérent. Cette cohérence doit lier de façon plus ou moins logique et constante son apparence, ses comportements, son attitude et son être. C'est ce qui de manière plus commune s'appelle la *reconnaissance subjective* (Marc, E., 2004). Nous reconnaissons une personne de par sa façon d'agir, de la manière avec laquelle elle agit habituellement. Tout comme l'image de soi, l'identité se décompose en plusieurs dimensions. La première concerne la manière de se ressentir en tant qu'individu à part entière. La seconde représente l'image de soi. Ensuite, la troisième dimension concerne l'estime que l'individu a de lui-même, la conscience qu'il a de ses qualités, ses forces et faiblesses qui le définissent. Ce qui peut se lier à la « représentation de soi », « la continuité de soi », « le soi intime » et « le soi vécu », continuellement construits dans l'expérience de vie (Marc, E., 2004).

¹ <https://nicolaspene.fr/vous-representez-la-moyennes-des-5-personnes-que-vous-frequentez-le-plus-souvent-jim-rohn/>

1.2.1 LA PROJECTION IDENTITAIRE DANS UN CONTEXTE REEL VS. DIGITAL

L'identité passe par la volonté d'être un soi à part entière. En d'autres termes, l'identité réelle se définit comme « *une dimension personnelle et subjective, d'abord, résultant d'une construction visant un « effet » d'unité dans la complexe hétérogénéité de la personnalité, permettant l'identification à/de soi dans la permanence* » (Perea, F., 2010, p.12). Par ailleurs, l'identité se compose d'une dimension dite « interpersonnelle » puisqu'elle dépend directement de l'interaction avec autrui, elle se co-construit à travers les relations sociales. Dans la continuité des interactions sociales, la dimension « sociale » fait aussi partie de l'identité de l'individu et représente la place de celui-ci dans la société. Cela fait aussi référence au rôle et au statut d'une personne dans la société à laquelle il appartient.

De l'identité réelle à l'identité digitale, l'individu se fait reconnaître à l'aide d'un « pseudonyme », son nom est ainsi reconnaissable même dans un usage numérique. Dans ce cas, la personne n'est reconnaissable que si elle le veut. C'est-à-dire que le nom numérique qu'elle se donne peut être directement son nom réel ou un nom inventé. Cette possibilité donne aux utilisateurs une certaine liberté et une protection personnelle. En utilisant un nom anonyme ou « pseudo », la personne se protège et permet à son identité d'être épargnée en se détachant d'une certaine manière des remarques désobligeantes ou blessantes de la part d'autres utilisateurs. Souvent lié par l'affection, l'individu se « cache » derrière une photo ou un avatar qu'il juge le représenter et dans laquelle il met un peu de sa personnalité. Dans ce cas, l'exposition personnelle de soi est limitée.

La projection de l'identité sur le net est liée à l'identité réelle de la personne. La relation « *personne-écran* » est devenue de plus en plus commune et est régie par différentes interactions. L'individu tend à se développer au travers des rencontres avec d'autres individus. De ce fait, l'espace numérique lui permet d'entretenir ces relations. Qu'elles soient avec les personnes qu'il connaît de la vie réelle ou celles avec qui aucun contact réel n'a été établi auparavant. Les relations fondées sur le net sont forcément différentes de celle déjà établies dans la réalité. Ces relations sont fondatrices de ce qui est appelé le « *Web social* » (Perea, F., 2010).

« L'IDENTITE-ECRAN »

« *L'identité numérique* » ou « *identité-écran* » est l'expression de l'individu, de l'image qu'il a de lui ainsi que celle qu'il veut montrer aux autres, incorporée dans une plateforme digitale (Perea, F., 2010, p.13). À travers une « autocréation », l'individu évolue et développe une image qu'il apprécie. Il donne de la valeur à celle-ci sur base de ce que les autres commenteront, que ce soit positif ou négatif. Cette divulgation de son soi personnel devra respecter certaines normes imposées par ce qui est perçu comme attrayant, valorisant et respectable (Perea, F., 2010, p.31).

L'identité dans le contexte digital se manifeste le plus souvent au travers de la photographie et des textes brefs d'explication de soi. L'identité numérique prend son origine dans ce qui peut être appelé « *la réalité augmentée* » (Perea, F., 2010, p.24). En effet, la création d'un soi dans le digital ressert la distance entre la vie réelle et celle partagée en ligne. Dès lors, l'identité numérique permet la transition de la vie réelle à la vie virtuelle et la projection de l'identité de l'individu dans ce deuxième univers. La **projection identitaire** et la possibilité de se mettre en scène permettent à l'individu de jouer comme il le souhaite avec un nom, un personnage et une vie spécialement choisie par lui-même. Cette « manipulation de soi » qui peut s'avérer néfaste pour l'identité réelle. Parfois jugée comme n'étant pas suffisamment bien, l'individu tend à donner plus d'importance à sa projection virtuelle (Perea, F., 2010, p.25). La raison est que les plateformes digitales lui permettent une projection de lui-même plus plaisante. L'apparence et la perception prennent tout leur sens dans une société où l'esthétique de toute chose prévaut.

En règle générale, les normes imposées par les réseaux sociaux sont fortement semblables à celles instaurées par les médias visibles quotidiennement. Parmi ces normes se trouvent généralement des normes esthétiques, souvent idéalisées et impossibles à atteindre. Cela amène une pression constante et un cadre de pensée et de vie contraignant (Marchand, S., 2016).

1.3 Les réseaux sociaux

1.3.1 DEFINITION

Les réseaux sont, à la base, dédiés à la communication entre les utilisateurs. Ce sont des applications qui fonctionnent via Internet et qui permettent aux individus de communiquer, de créer et de partager du contenu n'importe quand et presque n'importe où. De manière plus appropriée on parle aussi de « média sociaux ». Ceux-ci se définissent comme « *des applications web qui permettent la création et la publication de contenus générés par l'utilisateur et le développement de réseaux sociaux en ligne en connectant les profils des utilisateurs* »². Ils représentent le fondement de l'ère du Web 2.0, caractérisé par la nature participative des réseaux : la création de contenu par les membres du réseau (Cardon, D., 2011).

LES RESEAUX SOCIAUX COMME FONDEMENT DE L'ERE DU WEB 2.0

Les utilisateurs et leurs publications constituent le moteur principal de fonctionnement de ces plateformes digitales (Munar, A. M., 2010). Les réseaux sont indépendants d'une autorité principale même si évidemment, ils sont constitués d'une base de gestion à partir de laquelle les contenus inappropriés sont rapidement détectés et supprimés de la plateforme.

Dans la société moderne actuelle, ce succès quasi instantané de ces plateformes digitales peut être expliqué en partie par deux grands processus distincts ; la *subjectivation* et la *simulation* (Cardon, D., 2008, p.6). Le premier processus concerne la création d'une identité personnelle et virtuelle sur les réseaux sociaux en passant par certaines aptitudes comme celles de faire de belles photos, de créer du contenu, de rédiger des textes attractifs, etc. Ce processus souligne le paradoxe de l'individualisme contemporain, à savoir la recherche de l'autonomie au sein de la société et celle de l'authenticité. La particularité du Web 2.0 est qu'il transforme la nature de l'identité : celle-ci n'est plus caractérisée par un état, mais bien par un processus, une activité ou encore un mouvement. C'est même plus que cela, c'est une « dynamique personnelle de co-crédation de soi » (Cardon, D., 2008, p.7). Ensuite, le processus de *simulation* est en lien avec **les diverses facettes**, réelles ou non, de la personnalité de l'individu qui sont exposées sur les réseaux.

² https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9dia_social

En effet, l'individu est libre d'exposition les traits de son identité qu'il souhaite sur les réseaux. À travers l'exposition de ses diverses facettes personnelles, l'individu se différencie des autres tout en se rendant conforme aux attentes de son audience (Cardon, D., 2008).

L'exposition de soi constitue la base relationnelle sur laquelle se développent les réseaux sociaux. Il est important de considérer les différents types de liens créés. Les **liens forts** et **liens faibles** sont les principaux liens créés sur les réseaux et ils ne se construisent pas de la même manière. Les réseaux sociaux participent surtout à l'extension des *liens faibles* : des liens qui nécessitent peu d'engagement et d'émotions. Ce sont ceux créés entre des personnes qui ne se connaissent pas forcément dans la vraie vie (Cardon, D., 2011, p.9). Au contraire, les *liens forts* sont souvent des liens entretenus dans la réalité entre les individus qui projettent ces liens sur les réseaux (Cardon, D., 2011, p.6).

UNE SOURCE D'INFORMATION ABONDANTE

Ces plateformes digitales sont devenues une **source d'informations** et de **communication abondante** pour la société, au-delà des médias et de l'industrie traditionnelle de communication. L'information se transmet à très grande vitesse et sur un nombre indénombrable de sujets (Mell, L., 2015). Tout individu peut émettre un avis sur toute chose et ce, peu importe son expertise dans le milieu. Un réel « *empowerment* » donne aux individus une autonomie remarquable sur les plateformes digitales (Cardon, D., 2011, p.11). Ceux-ci sont libres d'exprimer leurs propres critiques, connaissances ou encore d'agir politiquement et socialement. En plus d'enrichir la culture au sein d'une société, les réseaux participent à la volonté des individus de s'émanciper à travers une « *individualisation contemporaine et d'une singularisation expressive* » rendant ainsi l'identité de tout individu dépendante du degré de reconnaissance lui étant attribué par autrui (Cardon, D., 2011, p.14). Les individus s'en remettent davantage aux avis et connaissances de personnes singulières plutôt qu'aux politiciens, institutions culturelles, ... qui n'inspirent plus autant confiance (Cardon, D., 2011).

La **capacité de diffusion** est un des points forts des réseaux sociaux. Tout est accessible facilement et très rapidement, parfois instantanément. À travers le phénomène du Web 2.0, on passe d'une technologie qui autrefois était basée sur un contrôle et des directives à un espace libre pour tous, une absence de contrôle où chacun peut s'exprimer comme il l'entend dans la mesure de l'acceptable éthiquement (Cardon, D., 2011).

1.3.2 LES RESEAUX SOCIAUX LES PLUS POPULAIRES

TABEAU 1: RESEAUX SOCIAUX LES PLUS POPULAIRES³

Réseau social	Caractéristiques d'utilisation	Nécessite la création d'un compte	Date de création
Facebook	Publication de photos, vidéos et partage de messages entre « amis » et participation à des groupes.	Oui	2004
YouTube	Permet aux utilisateurs de poster, regarder, partager, évaluer ou encore commenter des vidéos en streaming ⁴ .	Non	2005
Instagram	Ce réseau participe fortement à l'exposition de soi. Il est caractérisé comme « le réseau de l'image » (expliqué plus précisément ci-après).	Oui	2010
TikTok	Ce réseau fait l'objet de l'étude de ce mémoire et est défini dans le chapitre 4.	Non	2017
Snapchat	Permet à ses utilisateurs de poster des photos et vidéos de manière instantanée.	Oui	2011
TripAdvisor	Partage d'expériences touristiques et évaluations de celles-ci par les utilisateurs. Ce réseau joue un rôle minime dans l'échange de messages personnels entre les individus.	Non	2000 devient un réseau social en 2018
Twitter	Ce réseau social s'est différencié de par la mise en place d'une limite textuelle de postage de 280 caractères. De ce fait, le type de contenu et de communication qui y sont partagés et diffusés est très différent de celui des autres plateformes digitales.	Oui	2006
LinkedIn	Partage d'informations purement professionnelles. Il permet aux utilisateurs de se tenir au courant de l'évolution du marché du travail et répondre aux opportunités d'emploi facilement et rapidement.	Oui	2002
Wikipédia	Partage de connaissances sur des sujets très diversifiés entre les utilisateurs. Ce réseau n'est pas dédié à l'échange de messages personnels. Il joue un rôle minime dans la création d'interactions entre les individus. Aucun développement de soi n'y est effectué.	Non	2001

³ SOURCE : (MUNAR, A. M., 2010)

⁴ <https://fr.wikipedia.org/wiki/YouTube>

Créée en 2010 par K. Systrom et M-M Krieger, *Instagram* amène avec elle un nouveau terme pour définir les utilisateurs qui postent fréquemment sur les réseaux, les « *Instagrameurs/euses* ». Ces utilisateurs ont pour but de poster le plus souvent possible du contenu riche et divertissant (vidéos, photos, publications) qui leur ressemble. Via leurs publications, ils/elles ont pour objectif de se créer une communauté avec les utilisateurs qui partagent les mêmes préférences et centres d'intérêts. Les utilisateurs d'*Instagram*, tous confondus, tentent principalement d'avoir un maximum de « followers ». Ces *Followers* sont les personnes qui suivent le compte de l'utilisateur. La visibilité des posts sur *Instagram* doit aussi son succès aux « *hashtags* ». À l'aide de ces *hashtags*, l'auteur ajoute de la valeur à son contenu et s'assure que celui-ci touche les bonnes personnes.

Par ailleurs, le compte *Instagram* peut se régler comme étant « *privé* » ou « *public* », tout comme sur *Facebook*. Dans le cas d'un compte privé, le contenu du compte est accessible uniquement aux utilisateurs « acceptés » par l'auteur, soit dans sa liste de « followers ». Dans l'autre cas, tous les utilisateurs ont accès au contenu du compte sans que l'auteur n'ait à les accepter au préalable. Cette plateforme se développe à travers la « *phonéographie* », la prise de photos avec un smartphone. Cela permet de poster instantanément des photos sur le réseau et ainsi, les rendre disponibles très rapidement, une des caractéristiques spécifiques et source de succès de la plateforme. Cette application marque le passage vers une conversation « *avec photos* » (Gunther, A., 2014). Une autre spécialité qui fait d'*Instagram* une plateforme digitale très appréciée est la possibilité d'utiliser des filtres qui embellissent les photos. Les utilisateurs peuvent ainsi se créer une image attrayante ce qui favorise une valorisation personnelle et sociale de soi (Jullien, F, 2020). *Instagram*, aussi appelé « *le réseau de l'image* », se construit autour de **l'exhibition et l'approbation de l'image** (Marchand, S., 2016, p.8). Ce « *réseau d'engagement* » suscite beaucoup plus d'interactions que tout autre réseau social (Marchand, S., 2016, p.8). En effet, la publication de photos permet à la génération C de s'exposer et de montrer davantage des facettes plaisantes d'eux-mêmes. La génération C se définit sur base des 4 C ; *Connexion, Création, Communauté et Curation* (Marchand, S., 2016, p.7).

- **La Connexion**, pour le fait que les individus de cette génération ont la possibilité d'être connecté 24H/24.
- **La Création**, car ils créent et enrichissent eux-mêmes les réseaux de contenu plus originaux les uns que les autres.

- **La Communauté**, du fait que les individus recherchent cette appartenance, cette intégration et cet engagement envers un groupe.
- **La Curation**, car ils diffusent et partagent le contenu qui les intéresse et qu'ils aiment.

TABLEAU 2: EVOLUTION DU NOMBRE D'UTILISATEURS DES RESEAUX SOCIAUX DANS LE MONDE CLASSES SELON L'ORDRE DE POPULARITE⁵




























Décembre 2018	Juillet 2020	Mai 2021
2.3 Milliards 	2.6 Milliards 	2.740 Milliards 
1.9 Milliards 	2 Milliards 	2.291 Milliards 
1 Milliards 	1 Milliards 	1.221 Milliards 
326 Millions 	800 Millions 	689 Millions 
250 Millions 	398 Millions 	498 Millions 
186 Millions 	381 Millions 	353 Millions 
116 Millions 	367 Millions 	450 Millions 
xx	310 Millions 	738 Millions 
xx	2 Milliards 	2 Milliards 
xx	1.3 Milliards 	1.3 Milliards 



ILLUSTRATION 1: LOGO FACEBOOK & LOGO INSTAGRAM 2021

Parmi les réseaux sociaux les plus populaires, *Facebook* et *Instagram* permettent la création d'une identité et d'une image de soi plus personnalisée (Georges, F., 2009). *Facebook* est une référence de par sa notoriété et par l'offre « *d'utopie sociale* » qu'elle propose (Potier, R., 2012, p.7). Ensuite, *Instagram* est une référence en termes de partage de l'image de soi avec les autres et d'une exposition embellie de la vie privée des utilisateurs. En effet, la société a été bouleversée par l'arrivée de la *photographie numérique* qui apporte avec elle « *la révolution des usages conversationnels de l'image* » (Gunthert, A., 2014, p.16).

⁵ <https://sophieturpau.com/2021/03/05/infographie-reseaux-sociaux-2021/infographie-chiffres-reseaux-sociaux-2021-via-sophieturpau-socialmedia/>

Chapitre 2 : L'exposition de soi dans un contexte digital

Ce chapitre porte sur l'exposition de soi des individus sur les réseaux sociaux. Des concepts théoriques tels que le Postmodernisme y sont liés et expliqués. Les communautés digitales ainsi que l'impact marketing sur les tendances digitales d'exposition de soi sont développés dans ce contexte. Finalement, l'impact des réseaux sociaux sur la construction identitaire et la création d'une identité digitale y sont exposés.

2.1 Être vu pour exister

2.1.1 MISE EN SCENE DE SOI SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Comme introduit ci-dessus, le phénomène du Web 2.0 a amené de nouvelles habitudes comportementales. Les réseaux sociaux ont notamment fourni une source populaire d'expression de soi. Au-delà du fait que le Web 2.0 permet aux individus de générer du contenu digital et de le partager en masse, ce phénomène apporte avec lui la possibilité de se créer un semblant de biographie instantanée en ligne (Munar, A. M., 2010). Chaque utilisateur projette aisément son identité au travers d'une photo, d'un nom et d'une brève description : des indices personnels partagés (Cardon, D., 2008).

À travers l'évolution des réseaux sociaux, chacun tend de plus en plus à montrer une image de lui-même qu'il apprécie. Ce comportement s'intègre dans la construction identitaire des individus (Bonnet, G., 2015). Comme dit antérieurement, les réseaux ne sont plus simplement des outils de communication, ils sont des outils d'aide à la création du **soi digital** pour les utilisateurs (cf. section 2.2). Via la création d'un compte, un univers propre à chacun est construit et enrichi de contenu sélectionné avec soin par son auteur et en concordance avec l'image voulue. Les utilisateurs s'habituent à se montrer « à nu » sur les réseaux et à exposer leurs préférences, modes de vie, expériences, événements vécus, ... La vision qu'un individu a de lui-même est bousculée par ce nouveau mode de vie. Ce phénomène est observé à tout âge et pour tout genre (Warburton. S, 2012).

LE SPECTACLE DE SA PROPRE VIE POUR PLAIRE A SON AUDIENCE ET CREER DU LIEN SOCIAL

L'application de cette tendance au réseau social *Facebook* (pionnier de l'exhibition personnelle) tend à s'interpréter, selon la sociologie de Goffman, comme une « scène de théâtre » où chacun joue son rôle dans les règles imposées par la société virtuelle.

Cela devient presque une obsession pour les utilisateurs d'exposer leur vie et d'entretenir leur image sur les réseaux. Les côtés positifs de la vie de chacun sont exposés et font de l'ombre aux cotés négatifs. De cette manière les individus s'influencent les uns les autres dans un mouvement de transformation et **d'exhibition positive** de leur propre vie.

Le succès des posts à propos de la vie privée d'un individu sur les réseaux sociaux n'existe pas sans l'approbation de l'audience atteinte. En effet, c'est via les « *likes* » que le post prend tout son sens et acquiert de la valeur. Dès lors, ce qui est exposé est choisi avec beaucoup de réflexion puisque cela constituera la base d'interaction des utilisateurs sur ce réseau. Cette interaction dite « *bidirectionnelle* » entre l'individu et l'audience est essentielle et ce, même si les membres de l'audience sont bien conscients de la **mise en scène** du post. Le but pour l'auteur est de faire oublier à toute son audience que ce n'est pas entièrement réel. Au travers de cet effort, il recherche principalement le **soutien** et la **reconnaissance** de son public (Choi, H. S., 2013).

LA MISE EN SCENE DE SOI SOUS UNE AUTRE PERSPECTIVE QUE CELLE DU « NARCISSISME »

Lors de l'apparition du « selfie » sur les réseaux sociaux en 2013, ce comportement, majoritairement présent chez les nouvelles générations, est perçu comme du **narcissisme**. Ce préjugé marketing fit énormément de bruit à l'époque et la prise de photo de soi, devenue tendance, était très mal vue par la société. Or, le narcissisme est défini à la base comme étant une surestimation de soi-même qui mène à « trop » s'aimer soi-même (Jullien, F, 2020). Dans cette optique, il est intéressant de revoir la signification de la publication de photos de soi sur les réseaux. Par exemple, le fait de poster une photo de soi peut très bien relever d'un manque de confiance et d'amour propre cherchant à être comblé par l'approbation des autres. Cependant, il est clair que la majorité des utilisateurs de réseau comme *Instagram* « se vendent » comme le ferait une publicité marketing à propos d'un service ou d'un produit quelconque. Ce comportement est reconnu comme du « *self-branding* »⁶. Le positivisme des photos publiées comme « la vie parfaite » aurait un but d'expression du soi positive sur-exagérée. Cependant, il est ressorti d'études comportementales que l'exposition de soi dans le simple but de « se montrer » n'est que minoritaire (Jullien, F, 2020).

⁶ <https://www.advotisa.com/how-to-brand-yourself-self-branding-and-personal-branding-tips/>

L'exposition de soi, selon « *l'individualisme contemporain* », reflète principalement l'expression de soi dans le but de **créer du lien** (Cardon, D., 2011, p.7). L'exhibition de soi via les réseaux sociaux n'est alors plus limitée à l'expression d'un opportunisme ou à une vision abusive de l'amour surévalué de soi. À l'heure actuelle, il semble que la volonté primaire est de se créer un horizon de contacts sur lequel l'individu va construire sa reconnaissance. Au plus une personne a de contacts, au plus elle aura de chances de construire une réputation solide et donc une plus grande facilité à construire une image de soi plaisante (Cardon, D., 2011).

De manière générale, les réseaux sociaux poussent à cette habitude de poster des éléments de sa vie privée, de son état d'âme et de sa personnalité. Par exemple, *Facebook* propose à ses utilisateurs de partager leur état d'esprit au quotidien avec « *Qu'y a-t-il aujourd'hui ?* », « *Qu'est-ce qui vous préoccupe ?* » affichés directement après la connexion. De la même manière, *Twitter* demande « *Que se passe-t-il ?* » à ses utilisateurs lorsqu'ils se connectent. Ces plateformes agissent tels des outils de *microblogging* permettant aux utilisateurs d'émettre des idées ou des sentiments de manière instantanée à l'aide de messages postés sur leur profil. Cette technologie permet par ailleurs de faire naître un *mouvement de réflexivité* chez les utilisateurs (Cardon, D., 2008). Ils sont poussés à se poser des questions sur leur propre vie et d'échanger leurs pensées. Encore une fois, la création d'un **lien** et d'une **complicité** entre les individus a une valeur fondamentale. Des éléments de vie intimes sont partagés tout naturellement sur le réseau. La réflexion se pose surtout sur la partie esthétique du post.

Un autre type d'exhibitionnisme est celui du **partage d'avis** sur les réseaux sociaux. Ce dernier est principalement présent sur les plateformes telles que *TripAdvisor*, il est caractérisé de « *genre revue* » (Munar, A. M., 2010). Il permet aux utilisateurs d'avoir des avis sincères sur des expériences vécues. L'auteur d'un « avis » partage ses sentiments et appréciations à propos d'une activité touristique par exemple. Les utilisateurs éprouvent une confiance mutuelle presque aveugle du fait qu'ils sont tous dans la situation où ils cherchent à vivre une belle expérience et à s'informer. Ce type d'exhibitionnisme est étroitement lié à l'activité et l'expérience vécue, ainsi qu'aux sentiments propres de l'individu. Ce cas particulier de partage d'informations se fait de manière totalement informelle et subjective, ce qui le différencie de revues disponibles dans les journaux.

Dans ce cas-ci, la légitimité des informations vient du fait qu'elles se basent sur les émotions ressenties par son auteur lorsque celui-ci a vécu l'expérience. La communauté créée repose sur un partage d'émotions et de vécus personnels. Tandis que la valeur du contenu partagé vient principalement de la nature des publications, de l'absence d'autorité(s) commerciale(s) et de l'intérêt commun des utilisateurs, sources de succès de cette plateforme (Munar, A. M., 2010).

D'autre part, une des raisons pour lesquelles les individus s'exposent et se mettent en scène plus facilement en ligne que dans la vie réelle est que les réseaux sociaux sont perçus comme **moins risqués**. Ils sont vus comme requérant moins d'implications personnelles (Granjon, F & Denouël, J., 2010).

Une des conséquences de cet exhibitionnisme sur les réseaux sociaux est que certains utilisateurs observent sans forcément participer au contenu. Ce comportement porte le nom de « **Voyeurisme** ». Ce dernier peut se définir comme le besoin d'observer les autres, parfois de manière obsessionnelle. Cette attitude est de plus en plus fréquente et est favorisée par l'accessibilité des informations privées sur les réseaux sociaux. Au-delà de l'interaction sociale possible, l'observation est aussi une des possibilités précieuses offertes par les réseaux sociaux. Les « *voyeurs* » sont ceux qui se permettent de voir ou plutôt d'observer la vie des autres de manière délibérée. Ce point reflète une problématique de l'ordre de l'éthique qui ne sera pas développée dans ce mémoire. Les règles sociales qui s'appliquent dans la vraie vie ne sont plus une priorité et certaines barrières intimes sont parfois dépassées (Munar, A. M., 2010).

2.1.2 LE POSTMODERNISME

LE POSTMODERNISME OU « UN CHANGEMENT STRUCTUREL D'ENVERGURE DANS LA SOCIETE »

Le *Postmodernisme* est un changement structurel, tant pour la société, que pour les individus. C'est le signe d'une avancée et du passage à une ère moderne où le relativisme prend tout son sens. Dans cette « nouvelle société », les individus sont libres d'exprimer leurs propres goûts et leur « propre soi ». Tout un chacun y est libre et autonome dans l'expression du soi, dans la création et l'exécution des normes sociales. Aucune responsabilité n'est engagée entre les individus et envers la société. Dans ce sens, les individus ne ressentent plus aucun devoir envers leur groupe d'appartenance, qu'il soit familial, professionnel ou autre.

À l'heure actuelle, ce mouvement est aussi associé à une société de consommation, où l'individu se définit et s'exprime de plus en plus via les objets de consommation qu'il achète et utilise.

Selon Lipovetsky, professeur en philosophie, la considération de l'individu et de sa place dans la société change et évolue vers de nouvelles perspectives. En effet, lors de la première « révolution individualiste », la liberté individuelle n'était que fictive et les normes pesaient toujours autant sur les comportements des individus. La société prévalait sur l'individu. À l'inverse de la « deuxième révolution individualiste » où l'individu occupe une place centrale et connaît enfin la vraie liberté d'être soi-même. Ce mouvement du « Postmodernisme », amène avec lui de nouvelles valeurs notamment, l'importance du corps et du soin à y apporter. L'émergence de ce courant impacte toute la structure sociale et donne plus de droits aux individus. Cette liberté se manifeste par la liberté de penser, de croire ou d'agir comme chacun l'entend. L'exhibition sur les réseaux est fortement liée à ce mouvement qui bouleverse la manière avec laquelle les individus se définissent (Choi, H. S., 2013).

Au début de cette individualisation, ce sont surtout les jeunes qui prennent l'habitude d'exposer leur vie privée sur les réseaux. Nés avec ce nouveau courant de pensées, les « millennials »⁷ et la génération Z se développent au travers du digital. Les mentalités, les valeurs et les comportements se diversifient et deviennent de moins en moins stables. Les individus craignent nettement moins de s'éloigner des normes imposées par la société. De par ce fait, un *hédonisme* puissant s'établit : l'individu évite ce qui est moralisateur et sérieux (Choi, H. S. 2013). Il privilégie les plaisirs et le fait de vivre, de s'amuser, de prendre la vie du bon côté et surtout n'exposer aux autres que la face positive de celle-ci, d'où le paradoxe de ce mouvement. *Facebook*, le réseau devenu le plus populaire à cette période, est le plus touché et connaît un énorme succès grâce à ce nouveau mode de pensées. Dès lors, ce réseau se voit submergé de posts d'utilisateurs, exhibant leurs propres goûts, leur style et leur propre vie dans toute sa positivité. D'un autre point de vue, cette tentative de tout rendre positif et plaisant condamne l'individu à se libérer dans un cadre de conformité et de ce qui sera reconnu par les autres. Encore une fois, l'individu se construit sur base des avis de son audience et se comporte de telle sorte qu'il essaie de plaire à autrui : « *l'individu a besoin du regard des autres pour être reconnu* » (Choi, H. S. 2013, p.15).

⁷ Génération Y <https://changethework.com/millennials-definition/>

De ce mouvement naît une certaine complicité entre les individus. À travers l'approbation des posts et donc de l'image d'autrui, l'individu se montre compatissant et reconnaissant (Choi, H. S., 2013).

Les réseaux sociaux apparaissent comme « un monde à part », un autre univers où presque tout est permis et où l'individu peut s'échapper de la réalité. **L'hétérotopie virtuelle** des réseaux offre aux utilisateurs une déconnexion avec leur vie quotidienne vers une aventure digitale et un accès à de nouvelles libertés (Hert, P., 1999). Finalement, l'espace engendré par internet n'est pas seulement un lieu d'échanges, mais bien un « *espace psychologique, ou espace symbolique et un lieu d'expression identitaire à part* » (Lukasiewicz, C., 2009, p.1).

2.1.3 LES COMMUNAUTES DIGITALES

Via et avec l'apparition des réseaux sociaux, des groupes d'individus se sont formés et renforcés sur base de caractéristiques et d'intérêts communs. Contrairement aux communautés « réelles » créées dans la société, celles construites sur les réseaux sociaux n'ont aucune barrière physique. Le concept de **communauté digitale** prend toute son importance puisqu'elle est une partie du fondement du succès des plateformes digitales actuelles. Le sens porteur d'une communauté provient d'expériences partagées entre ses membres, de valeurs similaires, d'un respect mutuel et d'un **sentiment d'appartenance** et d'**engagement** des membres envers le groupe. Tout ceci, encouragé par des interactions et la participation de chacun au maintien de la communauté (Warburton, S., 2012).

Le type de réseau social influence le type de communauté et d'interactions qui s'y développent. Par exemple, les communautés formées sur *Facebook* ne sont pas les mêmes que celles qui se développent sur *LinkedIn*. Dès lors, la nature du contenu qui s'y crée et qui y est publié est fortement impacté et diverge d'une plateforme à l'autre.

De manière plus pratique, les communautés virtuelles se définissent sur base de leur caractère **libre** et **sans hiérarchie**. Cela met l'accent sur la possibilité des membres d'ajouter et d'exprimer librement leurs idées tout en étant certain d'avoir un droit d'auteur sur ce qu'ils publient. Cette possibilité porte le nom de « *connectivité autonome* », elle permet une certaine collaboration libre entre les membres et un organisme social significatif (Munar, A. M., 2010).

CREATION D'UNE COMMUNAUTE DIGITALE OU « IDENTITE COLLECTIVE »

Les communautés offrent aux individus la possibilité de se retrouver dans un groupe, un univers commun différent et indépendant des autres. Cette « bulle » ainsi formée permet un « *clavardage* », la création d'un **espace limité** et déterminé dans lequel interagissent des personnes concernées et motivées par un centre d'intérêt commun. Dans la cohésion du groupe se construit une **identité collective** (Perea, F. 2010). Pour rappel, les plateformes digitales offrent la possibilité de se construire diverses identités dont une identité « de groupe » avec d'autres individus. En d'autres termes, le « *clavardage* » fait référence au terme « *bavardage* » (Perea, F. 2010). Outre le sentiment d'appartenance, les individus peuvent échanger à tout moment sur des sujets qui les passionnent. Ces communautés digitales peuvent aussi représenter une bulle, un univers à part où l'individu se réfugie pour se confier ou pour échanger avec les autres. Cet « espace social rassurant » offre à l'utilisateur un endroit où il s'immerge totalement. Il fait « partie intégrante du réseau » et est certain d'échanger avec des personnes qui lui ressemblent (Perea, F. 2010, p.30). L'utilisateur est alors conforté dans ses pensées et dans sa vision de la réalité. Son opinion est validée par la communauté à laquelle il appartient.

2.1.4 IMPACT MARKETING SUR LES TENDANCES DIGITALES D'EXPOSITION DE SOI

Selon une étude qualitative du comportement des utilisateurs ou « *netnographie* » menée sur *Instagram*, il s'est avéré que l'un des buts principaux des utilisateurs sur ce réseau est d'obtenir une certaine notoriété jusqu'à atteindre la **popularité**.

La notoriété d'un compte se définit principalement par le nombre de *followers*, de *likes* et de commentaires. Les *likes* viennent de la plaisance et de l'originalité des photos postées. Les *likes* sont plus aisés à obtenir lorsque l'auteur prend en compte les normes imposées par les publicités actuelles qui définissent la beauté et donc le succès des photos postées.

Dans le cas d'*Instagram*, les lignes de conduite sont déterminées par les « influenceurs ». Ces derniers se conforment aux **exigences esthétiques** des marques avec lesquelles ils collaborent. Ils partagent cette identité éditoriale dans leur contenu photographique. Les *influenceurs* sont des *Instagrammeurs* qui ont une notoriété supérieure pouvant ainsi créer des tendances sur le réseau social. La notoriété ainsi créée génère un certain pouvoir de persuasion (Marchand, S., 2016). Ils occupent le rôle de **leaders d'opinion** sur le réseau et possèdent un très grand nombre d'abonnés ou « *followers* ».

De ce fait, « *ils sont capables d'influencer les comportements de consommation de leurs followers, voire même d'impacter la perception des consommateurs envers une marque* » (Jullien, F, 2020, p.1).

Cette popularité demande une certaine expertise et l'utilisation de stratégies marketing spécifiques au réseau. Il est ressorti de cette même étude que « *l'application favorise chez certaines personnes une utilisation de son profil comme le ferait un mannequin de publicité devant faire sa propre promotion pour se vendre aux marques et acquérir de la popularité, mais que finalement ces personnes s'aliènent aux stéréotypes publicitaires afin de gagner de l'argent, mais au prix de l'effacement de sa propre personne* » (Jullien, F, 2020, p.1). L'alliance avec des marques permet en grande partie d'augmenter considérablement sa notoriété sur la plateforme digitale, ce qui impacte indirectement la valorisation de soi pour l'auteur. Dans cette optique, la gestion de son compte est comparable à la gestion d'une entreprise. La métaphore est très forte puisque l'influenceur se doit de maintenir son image, tout comme une marque a intérêt de le faire. De la même manière, son objectif est d'obtenir un maximum de *likes*, tout comme la marque veut atteindre et convaincre le plus de clients possibles. Pour finir, l'auteur d'un post cherche le succès et l'atteinte d'une certaine notoriété sur le réseau, exactement comme une marque fait de la publicité dans le but d'être reconnue sur le marché. Dans l'exécution de cette stratégie, l'individu ne se soucie plus tellement de sa vraie personnalité. Sa valeur en est réduite au jugement des autres à propos du contenu partagé de son compte.

Dès lors, l'utilisateur des réseaux sociaux incorpore les consensus des communautés auxquelles il appartient afin de répondre aux exigences instaurées (Perea, F., 2010). Cette limitation de soi dans le but de se conformer aux normes sociales imposées sur les réseaux se définit comme la « *dictature de l'image* » (Marchand, S., 2016, p.8).

Outre le respect de normes esthétiques, l'originalité et la distinction représentent, elles aussi, une source potentielle de succès. Tout comme la publicité différencie les marques et leur identité, l'individu tend à se distinguer des autres en jouant sur des **caractéristiques uniques** (Jullien, F, 2020). Par exemple, il poste des photos de vêtements, voitures ou objets d'un certain coût. Ainsi, la valeur économique de ses biens le définit et le distingue des autres. De cette manière les individus tentent d'exposer leur appartenance à un groupe social déterminé. Cela est comparable à la manière avec laquelle la publicité met en scène l'utilisation d'un produit ou d'un service afin de le rendre désirable.

Cette mise en scène fait passer un message, des valeurs, un mode de vie, des goûts qui sont appréciables. Un ensemble de caractéristiques symboliques qui sont acceptées et enviées par l'audience ciblée. Au plus l'objet mis en scène a de la valeur, au plus il sera apprécié. Cela vient principalement du fait qu'il porte le symbole d'un certain pouvoir. Ce pouvoir a le don de changer la perception et les comportements des individus. Tout comme les marques de luxes ont le pouvoir de dicter la mode. La notoriété d'une personne sur les réseaux sociaux ne se limite pas à ce qu'elle possède. Cela passe aussi par l'**apparence physique**. De la même manière que l'apparence d'une marque et des produits exposés, l'utilisateur voit sa popularité augmenter lorsqu'il entre dans les critères esthétiques de la société tout en se distinguant des autres (Jullien, F, 2020).

2.2 La construction identitaire et les réseaux sociaux

2.2.1 IMPACT DES RESEAUX SUR LA CONSTRUCTION IDENTITAIRE

Le rapport aux technologies est davantage important et s'insère intégralement dans la vie quotidienne de nombreux individus. Les smartphones acquièrent le rôle d'outils dans la construction identitaire.

Les utilisateurs, dont majoritairement les jeunes générations, se construisent une vie en accord avec leur « *soi narratif* », l'histoire qu'ils se racontent à propos d'eux-mêmes. Entre autre, ils se rendent sur les réseaux sociaux dans le but de se rassurer et d'améliorer leur confiance en eux (Amri, M. & Vacaflor, N., 2010). Chacun construit son identité sur base de ce qu'autrui pense. L'individu tend à anticiper l'avis des autres sur son compte et s'y adapte dans ses publications. Il ajuste de manière quasiment instantanée son identité virtuelle en fonction des réactions des autres utilisateurs (Warburton. S, 2012).

L'ESTIME DE SOI REPOSE ALORS SUR L'HISTOIRE QUE L'INDIVIDU SE CONSTRUIT EN LIGNE

Il existe cependant un risque pour l'individu, selon Lipovetsky. En effet, si certains utilisent les réseaux sociaux pour se montrer, s'épanouir et se développer personnellement. D'autres tombent parfois dans un isolement total qui peut mener dans certains cas à « *une perte d'identité de l'individu, qui se retrouve coupé de la réalité* » (Choi, H.S., 2013, p .17). Cela se rapporte à une forme d'apathie émotionnelle envers les autres et d'indifférence envers soi-même.

Dans une vision narcissique de ce comportement, l'individu se construirait un « *moi imaginaire* » qui fait rêver et ne laisse passer qu'une image positive. L'individu entretient cette image avec dévotion. Il se sent obligé de dévoiler sa vie afin de s'assurer de la valeur de celle-ci aux yeux des autres. Il se sent redevable et se doit de prouver qu'il vit au mieux son existence (Choi, H. S., 2013).

C'est parfois une manière pour les individus de sortir du monde réel et de ses règles, de pouvoir porter une image de soi différente ou du moins, plus extravertie que dans la réalité. Cela peut cependant mener à cacher sa vraie nature et à se « décorer » pour plaire aux autres et pour se plaire. L'individu réagit de manière à ce que l'image qu'il renvoie n'est en fait qu'un fantasme de lui-même.

L'exposition de soi implique un risque qu'il est difficile à évaluer. Dans ce risque, il y a la perte de sa propre personnalité au profit de la création d'un soi imaginaire, mais aussi la perte de confiance, conséquences des réactions extérieures négatives. Par ailleurs, ce processus d'exposition s'accompagne du « *processus de civilisation* » qui pousse les individus à s'observer les uns les autres et à se comparer sur les réseaux (Granjon, F., & Denouël, J., 2010, p.6). De cette manière, ils sont capables de contrôler et modéliser les multiples facettes de leur propre personnalité.

L'*exhibition*, proche du concept d'impudeur, est le terme utilisé lorsque certains aspects personnels appartenant à la sphère « *proche* » ou « *privée* » sont exposés à tout le monde. Encore une fois, cela crée un phénomène de décroisement entre la sphère privée, intime et la sphère publique. Ce comportement s'intègre également dans le processus de **reconnaissance de soi** (Granjon, F., & Denouël, J., 2010). À travers la reconnaissance de soi par les autres, l'individu trouve un certain « *bien-être social et individuel* » qui lui donne confiance et améliore le respect et l'estime qu'il a pour lui-même. En effet, lors d'un post, l'auteur n'est pas sans l'attente de réactions. Les réactions agissent comme des guides ou lignes de conduite au sein desquelles doivent se créer les publications. Cependant, le mépris, le rejet, voire la méchanceté constituent des risques imminents pour tous les utilisateurs dans la construction de leur identité digitale. Un jugement négatif peut blesser, voire parfois, dans le pire des cas, détruire personnellement l'individu dans la réalité (Granjon, F., & Denouël, J., 2010).

APPLICATION AU CAS D'INSTAGRAM ET CONSEQUENCES DE LA CONSTRUCTION IDENTITAIRE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Parmi les réseaux sociaux, *Instagram* s'est avéré être le pire et le plus nocif spécialement chez les jeunes femmes. Selon la *Royal Society for Public Health*, la perfection physique exigée et favorisée sur ce réseau social atteint moralement les filles et femmes de corpulence normale se trouvant « grosses » en comparaison aux « modèles » et « corpulences de référence » appréciés sur le réseau. Devenu « un système de pensée » à part entière, ce réseau social dicte à ses utilisateurs comment vivre, se comporter et quoi ou qui aimer. Le mode de vie « parfait » existe sur cette plateforme et est extrêmement difficile, voire impossible à atteindre en réalité. Les utilisateurs ont de moins en moins conscience de la frontière entre la réalité et le virtuel. De ce fait, une double pression sociale s'installe et il est de plus en plus difficile de se construire une identité « à la hauteur ». Les utilisateurs et particulièrement les jeunes en pleine construction identitaire, considèrent cette image de perfection comme un objectif à atteindre, jusqu'à devenir une obsession. Finalement, ces attentes et exigences rudes impliquent une faible estime de soi. Les utilisateurs se sentent dévalorisés par cette image de l'homme ou de la femme parfaite. Les risques liés à cette utopie sont non négligeables. Par exemple, il a été démontré que des troubles de l'anxiété et de la nutrition peuvent rapidement en découler (Jullien, F, 2020). Depuis l'apparition des réseaux sociaux, le taux de tentative de suicide chez les jeunes filles de 10 à 14 a augmenté de 189 % et de 62 % auprès des filles de 15 à 19 ans⁸.

Un autre risque lié à la construction identitaire sur les réseaux sociaux est la volonté de l'individu de s'informer de tout ce qui se passe à tout moment dans le monde et dans la vie des autres utilisateurs. À tel point que, dans les cas les plus extrêmes, l'individu se déconnecte totalement de la réalité et apporte une importance surdimensionnée à sa vie virtuelle. Cette attitude est définie par l'acronyme F.O.M.O ; « *fear of missing out* », qui est « *le besoin d'être constamment connecté avec ce que les autres sont en train de faire pour ne rien manquer* » (Jullien, F, 2020, p.2). Dès lors, les réseaux sociaux ne sont pas sans risques psychologiques pour ses utilisateurs. En effet, il a été prouvé que « *le lien entre dépression et trop forte utilisation des réseaux sociaux est de plus en plus marqué* » (Jullien, F, 2020, p.3).

⁸ Source : « Social Dilemma » by Jeff Orlowski, Netflix, 2020

2.2.2 L'IDENTITE DIGITALE

La majorité des utilisateurs construisent leur identité digitale sur base de ce qui est accepté, apprécié et ce qui est « tendance ». Chacun tend à privilégier des traits de leur personnalité plus aptes à plaire au grand public des plateformes digitales. Dans les cas où les aspects dévoilés vont en contre-courant des tendances du moment, ceux-ci portent en eux des caractéristiques particulières porteuses d'un message fort et de valeurs à transmettre. En effet, il est possible que certains individus cherchent principalement à se différencier ou à montrer des aspects de leur personnalité en décalage avec ce qui est publié en masse sur les réseaux. Dans cette optique, l'individu cherche à partager une image d'originalité et de marginalité qui est très susceptible de connaître du succès si celle-ci est bien placée et stratégiquement partagée en termes d'audience (Granjon, F. & Denouël, J., 2010). En lien avec la postmodernité, le partage de sa différence est de plus en plus courant. L'individu se libère de la double pression sociale, réelle et virtuelle.

À travers les réseaux sociaux, les individus sont libres de modeler leur(s) identité(s) digitale(s) à leur goût. C'est de là que vient le concept « *d'identités multiples* » (Warburton S., 2012). C'est grâce à la spécificité de ces identités que l'utilisateur pourra être considéré comme un membre de groupes ou « communautés » spécifiques sur les réseaux.

Chapitre 3 : La Digitalisation et les tendances actuelles

Ce chapitre reprend quelques grands points cités et les idées principales présentées dans les chapitres précédents. Y sont également étudiées : la digitalisation et son impact sur la vie réelle des utilisateurs ainsi que les tendances actuelles dont notamment les challenges sur les réseaux sociaux. L'objectif est ici de comprendre le monde digital dans lequel nous vivons.

3.1 La Digitalisation

3.1.1 LA DIGITALISATION DE SOI SUR LES RESEAUX SOCIAUX

La digitalisation de soi est devenue une étape incontournable dans la vie de chacun, un mode de vie commun dans cette ère digitale croissante. De nos jours, de nombreux réseaux sociaux incitent à digitaliser sa vie. Pour ce faire, les utilisateurs ont simplement à publier des moments de leur quotidien, de leurs loisirs, compétences professionnelles, leurs savoirs et d'autres éléments de vie privée en fonction du type de réseau et de son intérêt particulier. Il est devenu normal, parfois même inconscient, pour tous de fournir des données personnelles et d'accéder à celles d'autres personnes. Par exemple, *Facebook* est très explicite par rapport à ce qui est possible de faire grâce à cette plateforme : « *Facebook vous aide à vous connecter et à partager avec les gens qui font partie de votre vie* ». De la même manière, *LinkedIn* donne le mot d'ordre dès la connexion à un compte utilisateur : « *tenez-vous informé de vos contacts et de votre secteur d'activité, trouvez les personnes et les connaissances dont vous avez besoin pour atteindre vos objectifs et contrôler votre identité professionnelle en ligne* ». *Twitter* a lui aussi sa propre manière d'inviter les gens à se « dévoiler » et à connaître ce qui se passe partout ailleurs, à tout moment : « *partage et découvre ce qui se passe en ce moment, partout dans le monde* ». Tout est digitalisé et connecté à un tel point que le choix des rencontres avec d'autres personnes via les réseaux est comparable au choix d'un plat au restaurant. Tout y est référencé, les goûts, les préférences de genre, de musique, de films, d'activités, le type de personnes fréquentées, etc. Les réseaux constituent une biographie pour chacun des utilisateurs.

Cette digitalisation amène avec elle une nouvelle structure sociotechnique complexe et un changement sociétal et socio-culturel important (Munar, A. M., 2010).

3.1.2 IMPACT DE LA DIGITALISATION SUR L'EXISTENCE REELLE

DANS LE MONDE DIGITAL, L'INDIVIDU N'EXISTE QU'AU TRAVERS DU CONTENU QU'IL PUBLIE.

Ce concept de « **mise en scène de soi** » revient très fréquemment dans la littérature lorsqu'il s'agit d'expliquer les comportements sur les réseaux sociaux, fortement corrélée avec l'estime de soi comme déjà expliqué précédemment (Poitier, R., 2012).

De manière générale, **l'existence d'une personne se justifie par son activité numérique**. Une personne qui ne poste pas de photo n'existe pas aux yeux des autres utilisateurs. Sa visibilité et son existence dépendent de son activité digitale (Cardon, D., 2008). Cela marque une des plus grandes différences entre le digital et le réel. Dans la vie réelle, une personne existe de par sa visibilité physique, l'existence de son corps en tant que tel. Tandis que sur les réseaux, un individu n'existe qu'au travers du contenu qu'il expose sur son compte. L'utilisateur doit faire passer la mise en scène de sa propre vie comme naturelle et ne pas trop « sur-jouer » les poses et le décor sur ses photos. Ainsi, il doit faire les efforts nécessaires pour s'assurer que la photo va plaire tout en faisant passer cela le plus naturellement possible. Le « *soi authentique* », même si pas authentique dans le fond, y est ainsi valorisé et permet une validation des autres utilisateurs (Jullien, F., 2020). De manière générale, l'individu se construit une image légitime sur les réseaux, une image qui le définit de manière digitale uniquement. C'est ce qui est aussi appelé « *l'auto-design* » d'une identité digitale (Jullien, F., 2020).

Le soi virtuel et « authentique » est divulgué distinctement dans un « espace extime ». « *L'extimité* » est un concept qui vient de cette nouvelle obsession de voir et d'être vu par tout le monde grâce aux réseaux sociaux ou encore « être visible pour exister » (Hislaire, R., & Pinon, N., 2019). « *L'extimité* » est simplement le fait que l'auteur expose une image de lui-même sur base de ce qu'il juge de valorisant en lui-même. Ainsi, il a plus de certitude que les autres valideront ses caractéristiques. Dès lors, la manière avec laquelle l'individu se voit et considère sa propre identité correspond à la vision des autres par rapport à celle-ci sur les réseaux. Son identité digitale est alors créée réellement dans un espace virtuel, d'où vient le paradoxe « réel vs. virtuel » créé par les réseaux (Jullien, F., 2020). L'individu **hypermoderne** se crée une identité numérique qui devient une identité à part entière, au même titre que l'identité réelle (Hislaire, R., & Pinon, N., 2019).

Au-delà du désir de se montrer, les utilisateurs cherchent également à informer et divertir leur audience. En fin de compte, ces comportements se font dans le simple but d'exister virtuellement et de se sentir exister aux yeux des autres. Internet joue très clairement le rôle d'outil de définition de soi (Gallez, S., & Lobet-Maris, C., 2011).

SE MONTRER DANS BUT D'ÊTRE RECONNU, LA CÉLÉBRITÉ DEVENUE ACCESSIBLE POUR TOUS

La célébrité d'antan réservée aux stars, personnes politiques, royales... est maintenant accessible à tous à tout moment. Avant même qu'Internet existe, en 1968, le célèbre artiste américain Andy Warhol annonçait déjà « à l'avenir, chacun aura droit à 15 minutes de célébrité mondiale ». Ne sachant pas encore de quoi il parlait exactement, il s'avère qu'il avait vu juste. Avec l'arrivée d'Internet, tout le monde a la possibilité de se démarquer et de diffuser du contenu disponible à l'international.

Il n'est plus nécessaire d'avoir un bagage technique pour se permettre de diffuser sur les réseaux. Tout le monde est apte à le faire tant techniquement qu'économiquement. Les seuls prérequis sont la possession d'un smartphone et d'une connexion internet devenus une base à la vie sociale. Cela favorise un aspect négatif des réseaux sociaux, la prise de pouvoir de ces plateformes sur nos vies. Ce que Linda Stone, célèbre écrivaine et ancienne employée chez Apple, a défini en 1998 comme le « *continuous partial attention* ». Les individus apportent plus d'attention à ce qui se passe sur les réseaux que dans la vie réelle. Ce concept « *d'attention partielle continue* » s'explique dans la disparition de la frontière entre le réel et le virtuel. Les individus actuels veulent constamment se sentir en connexion avec tout et connu de tous. Du fait que la technologie rend ce désir possible, la vie réelle se voit parfois être littéralement mise de côté. L'individu se laisse éblouir par ces possibilités digitales et se désinvestit de la réalité dans le but de se « digitaliser » un maximum. Dès lors, cette tendance à vouloir tout digitaliser pousse l'individu à favoriser les liens « *faibles* » (connaissances réelles ou virtuelles peu investies) aux liens « *forts* » (amis de la vie réelle et famille) tels nommés par Dominique Cardon (cf. section 1.3.1). Cette importance attribuée à sa vie virtuelle est fortement présente chez les « *digital natives* ». Ces individus qui sont nés avec ou pendant la révolution du numérique.

3.2 Les tendances digitales actuelles et la création de challenges viraux

3.2.1 TENDANCES ACTUELLES SUR LES RESEAUX SOCIAUX

« *SOYEZ VOUS-MEME, LES AUTRES SONT DEJA PRIS* » (*OSCAR WILDE*).

De nos jours, les codes et valeurs fondées dans la société divergent et sont de plus en plus larges. Cependant, deux mouvements prennent place quant au respect des normes sociales. Certains suivront le mouvement et les codes définis alors que d'autres préféreront s'en distinguer et s'émanciper vers des comportements plus « *marginiaux* ». Dès lors, certains privilégieront les côtés appréciables de la vie et ne publieront que les aspects positifs de celle-ci. Quand d'autres mettent à jour la « vraie » vie avec ses bons et ses mauvais côtés. De nouvelles tendances prennent de plus en plus leur place dans les modes de vie de chacun. Par exemple, faire beaucoup de sport devient un mode de vie apprécié et partagé par de nombreux utilisateurs sur les réseaux. Les corps galbés, minces et musclés font fureur, de même que le fait d'avoir une alimentation saine. Le succès de ses tendances digitales vient aussi en majeure partie de la recherche d'autonomie et « d'individualisation » sur les réseaux (Gallez, S., & Lobet-Maris, C., 2011).

Les tendances sur les médias sociaux pour 2021 sont fortement tournées vers l'utilisation d'*Instagram* et *TikTok*. Tout comme les utilisateurs, les marques utilisent elles aussi, les plateformes digitales pour améliorer leur visibilité et développer leur notoriété (cf. section 6.5). Par exemple, le **marketing conversationnel** prend toute son importance pour les marques sur les réseaux : « interagir avec les clients, de manière profonde et personnalisée »⁹. Cela permet de parler directement à son audience et favorise la fidélisation. Par exemple, la tendance du « remixing »¹⁰ est apparue et semble apporter de l'authenticité au contenu partagé. Il s'agit d'utiliser un slogan ou phrase célèbre et de l'appliquer à de la publicité. Une manière pour les marques de faire preuve d'originalité dans leurs publicités.

De son côté, *TikTok* devient le phénomène à suivre tant chez les plus jeunes que chez la population en général. Cette plateforme bouscule les autres réseaux sociaux comme *YouTube* ou encore *Snapchat*, pionniers dans la diffusion de contenu vidéographique, et entre dans les premières places des réseaux sociaux incontournables.

⁹ <https://www.codeur.com/blog/tendances-reseaux-sociaux/>

¹⁰ <https://www.codeur.com/blog/tendances-reseaux-sociaux/>

3.2.2 CHALLENGES SUR LES RESEAUX SOCIAUX

L'une des grandes modes apparues sur les réseaux sociaux, principalement *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* et très récemment *TikTok* est de se lancer dans des challenges et de les poster sur les réseaux pour ensuite inviter des amis à faire ce même challenge. La période de confinement n'a fait que de nourrir cette nouvelle tendance¹¹ qui occupe et divertit les gens.

En effet, ces « challenges » représentent en quelque sorte une autre manière de s'exprimer et surtout de s'exposer sur les réseaux sociaux. Outre les risques liés aux challenges plus « dangereux », ceux-ci se basent de façon générale sur la tendance des « défis » : « *Dans toutes les sociétés et depuis longtemps, les hommes ont cherché à se braver et à affronter le regard des autres pour prouver leur force ou leur pouvoir* » (Haza, M., 2020).

De nos jours, c'est une façon pour les gens de trouver un certain réconfort et une occupation ludique tout en restant chez eux. Sur les réseaux sociaux, les utilisateurs reproduisent les challenges : « *la mèmification de la communication des utilisateurs* »¹² engendre une nouvelle manière d'interagir sur les réseaux. Les utilisateurs reproduisent les vidéos d'autres utilisateurs et créent une chaîne de vidéos similaires. Cela favorise le lien ainsi créer entre eux : « (...) *un moyen de faire ça place parmi les autres, de se faire respecter, de se faire admettre dans un groupe, une communauté. Du fait de la portée des commentaires, des « j'aime » et de la diffusion exponentielle de ces images, le réseau social se prête parfaitement à ces jeux typiquement adolescents* » (Haza, M., 2020).

LES CHALLENGES, UNE NOUVELLE FAÇON DE SE DIVERTIR

Parmi ces challenges souvent orientés vers l'humour se retrouvent des performances sportives, des danses, des jeux, des chansons, des défis, etc. Ces derniers ont fait fureur dans le monde entier. Ils ont la particularité de porter des noms bien spécifiques identifiables grâce aux *hashtags* qui caractérisent les « *hashtags challenges* » (cf. Chapitre 4). Par exemple, le « *#BottleCapChallenge* » qui consiste à dévisser le bouchon d'une bouteille avec son pied. Plus sportif, le « *#PlanckChallenge* » consiste à monter des marches d'escalier de profile, tout en dansant en rythme avec la musique. *TikTok* est le réseau sur lequel la majorité des challenges se sont créés et partagés, surtout durant le confinement.

¹¹ <https://www.lavoixdunord.fr/740785/article/2020-04-14/pendant-le-confinement-les-challenges-des-reseaux-sociaux-occupent-les>

¹² <https://www.sysk.fr/2019/11/19/TikTok-france-chiffres-brand-safety/>

Chapitre 4 : Le cas de la plateforme étudiée : *TikTok*

Ce chapitre se concentre sur la plateforme *TikTok* : son fonctionnement et les facteurs de succès qui ont propulsé cette plateforme dans les réseaux les plus populaires. Ce dernier introduit le sujet de l'étude empirique menée dans ce mémoire.

4.1 Bref historique de la plateforme



ILLUSTRATION 2: LOGO *TikTok* 2021

Créée en 2017 par *ByteDance*, « une entreprise de technologie digitale fondée en 2012 à Pékin »¹³, *TikTok* offre la possibilité à ses utilisateurs de créer et de partager du contenu vidéographique sur des morceaux audio divers.

À travers cette App, la plus téléchargée de l'App Store depuis 2020¹⁴, se construit une immense communauté d'utilisateurs, les « *TikTokers* ». Fin 2018, l'application compte environ 150 millions d'utilisateurs par jour, soit environ 500 millions d'utilisateurs actifs par mois. Cette même année, *TikTok* se positionne à la première place des applications de téléchargement mobile après avoir fusionné avec l'application *Musical.ly*¹⁵. Par la suite, la crise de la Covid-19 et le confinement qui en a découlé ont eu un impact très positif pour la plateforme. En effet, vers la fin du mois d'avril 2020, la plateforme comptait plus d'un milliard d'utilisateurs actifs mensuels. C'est-à-dire une arrivée de deux cents millions d'utilisateurs depuis le mois de janvier 2020 où *TikTok* en comptabilisait huit cents millions. *TikTok* est aujourd'hui la plateforme la plus influente au monde en général auprès des « *digital natives* »¹⁶ et principalement auprès des adolescents de 16 à 24 ans qui représentent 41 % des utilisateurs¹⁷.

¹³ <https://fr.wikipedia.org/wiki/ByteDance>

¹⁴ <https://www.oberlo.fr/blog/TikTok-statistiques>

¹⁵ <https://www.compta-online.com/actualite-et-strategie-des-reseaux-sociaux-en-2020-ao4598>

¹⁶ <http://www.psychomedia.qc.ca/societe/2016-02-16/generations-definitions>

¹⁷ <https://www.oberlo.fr/blog/TikTok-statistiques>

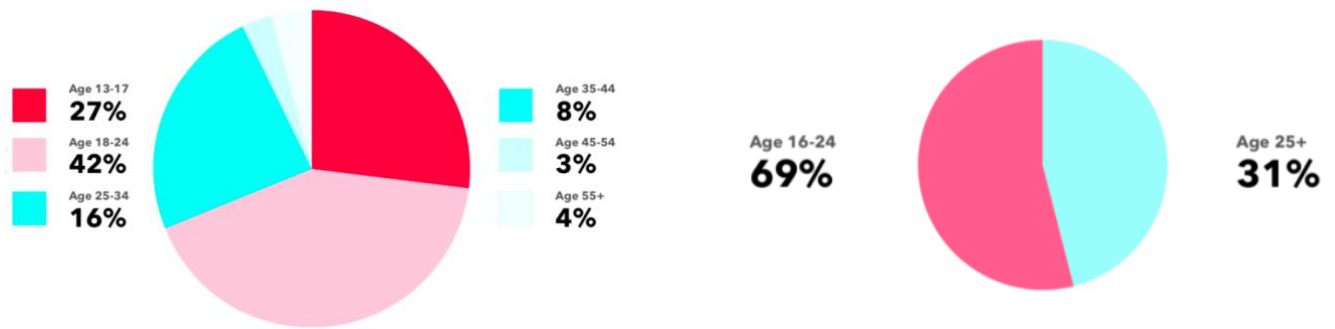


ILLUSTRATION 3: REPARTITION DES UTILISATEURS PAR AGE SELON UNE ETUDE MENEES EN FRANCE EN 2019¹⁸

4.2 Fonctionnement de la plateforme

Les utilisateurs de l'application *TikTok* peuvent visionner aisément un large panel de clips musicaux, ainsi que créer leur propre contenu vidéographique. 90 % des utilisateurs s'y connectent quotidiennement, voire plusieurs fois par jour pour consulter le contenu¹⁹. Le temps moyen d'utilisation de *TikTok* par jour s'élève à 52 minutes²⁰, pour un temps moyen sur les réseaux sociaux, tous confondus, de trois heures par jour²¹.

Ensuite, *TikTok* n'est pas configuré expressément pour l'interaction entre les individus via messages. Contrairement aux réseaux comme *Facebook* et *Instagram*, *TikTok* ne mise pas uniquement sur l'interaction sociale et la mise en scène de soi. En effet, ce réseau se distingue par le fait que les utilisateurs communiquent principalement via des commentaires sur les contenus vidéographiques postés. Le but principal de *TikTok* est d'offrir une source de créations, de « divertissement social », de moments de vie et de savoirs accessibles au monde entier.

Il existe cependant une interaction, bien que nouvelle et particulière, celle de la « conversation vidéographique », émergente dans l'ère du Web 2.0. Dès lors, il existe bien une forme de communication, au travers des vidéos filmées et publiées. D'où la définition qui lui est accordée, celle de « réseau social ».

Plus techniquement, les vidéos publiées font entre trois et soixante secondes. Elles sont filmées sur des sons qui peuvent être des tubes du moment, des bandes son d'un film ou dessin animé, des discours de personnes connues, des musiques de tout temps, des années 2000 comme plus anciennes, etc. *TikTok* amène même ses propres remix de musiques.

¹⁸ <https://www.sysk.fr/2019/11/19/TikTok-france-chiffres-brand-safety/>

¹⁹ <https://www.oberlo.fr/blog/TikTok-statistiques>

²⁰ <https://agence-digitale-jourj.com/l-essentiel-des-statistiques-des-reseaux-sociaux-en-2021/>

²¹ <https://www.oberlo.fr/blog/chiffres-reseaux-sociaux>

En bref, un registre audio immense est disponible sur cette plateforme. Les vidéos peuvent être modifiées et il est possible d'y ajouter des filtres et des effets spéciaux afin de les rendre attractives et « fun ». Il est aussi possible d'ajouter des « hashtags ». Les « *hashtags challenges* » prolongent la popularité d'une vidéo en la liant à d'autres afin de générer un plus grand nombre de vues et donc davantage de « *likes* »²².

Quant aux challenges, introduits dans le chapitre précédent, ceux-ci suivent les tendances et les sons populaires d'actualité sur la plateforme. En effet, dans son menu principal, *TikTok* propose différentes catégories de sons comme « *Top 40 France* », « *Viral* », « *Jeux Video* », « *Love songs* », etc. (cf. Annexe 2). Ces chansons ou sons audio à succès ont leur place dans le menu *TikTok* pendant quelques semaines avant de se faire remplacer par d'autres²³. Cette plateforme évolue de manière impressionnante et joue avec les tendances en s'adaptant très rapidement. Cette caractéristique de « rapidité » est d'ailleurs ce qui plaît à une « *génération qui zappe* ». Les vidéos défilent sur l'écran et l'utilisateur « *swipe* » d'une vidéo à l'autre.

TikTok a son propre mode de fonctionnement. Les effets spéciaux s'utilisent de manière très spécifiques en fonction du résultat souhaité par l'utilisateur. Il entre entièrement dans la peau d'un réalisateur de « mini-film » et la création d'une vidéo peut parfois prendre des heures.

En général, ce qui est filmé doit coller avec le son qui défile derrière. Une vidéo *TikTok* n'a plus aucun intérêt lorsqu'on enlève la musique, qui procure le dynamisme des vidéos. Il est aussi possible pour l'utilisateur d'enregistrer sa voix et la mettre en fond d'une vidéo *TikTok*, ce qui apporte davantage d'authenticité à la vidéo. Certains contenus créés par les utilisateurs même sont ensuite réutilisés. *TikTok* a réinventé la créativité des plateformes digitales, pour en faire une source inégalable d'amusement et de divertissement.

²² <https://www.compta-online.com/actualite-et-strategie-des-reseaux-sociaux-en-2020-ao4598>

²³ <https://www.businessinsider.fr/voici-le-mode-demploi-de-TikTok-pour-tout-comprendre-a-lappli-preferee-des-ados-184055>

4.3 Facteurs liés au succès de la plateforme *TikTok*

Ces trois facteurs sont ceux recensés par le web concernant le succès de cette plateforme. En effet, aucun article scientifique n'a encore été rédigé à ce sujet. D'où l'intérêt considérable de l'étude qualitative de ce mémoire. D'autres motivations, ainsi que de nouvelles valeurs ont été identifiées et sont exposées dans le chapitre 6.

ENGAGEMENT

La particularité de *TikTok* est la possibilité qu'offre ce réseau de s'exprimer et surtout de s'engager dans la création de contenus vidéographiques, où l'originalité est une qualité reconnue. C'est d'ailleurs le message principal de *TikTok* : « *Make your day* ». Ce message est clair et invite ses utilisateurs à se montrer tel qu'ils sont et à décider librement du contenu qu'ils vont partager sur les réseaux. La plateforme n'existerait pas sans le contenu publié par les utilisateurs qui se sentent engagés dans le maintien du réseau et dans son évolution. Cet engagement peut également se faire ressentir par le temps pris par les utilisateurs dans le montage des vidéos qu'ils exposent sur la plateforme.

POPULARITE

La notoriété et la célébrité font rêver plus d'une personne à l'heure actuelle. *TikTok* l'a bien compris et permet à ses utilisateurs de se construire un réseau de *followers* très rapidement. Tout comme une star se doit de répondre aux attentes de son public et donner des représentations, le *TikTokeur* se doit de poster régulièrement du contenu qualitatif et divertissant pour ses *followers*.

Par ailleurs, depuis juin 2020, les 19 plus grands *TikTokeurs* américains se sont rassemblés dans une villa à Los Angeles, la « *Hype house* » pour y créer du contenu. L'objectif de ce rassemblement est de booster leur créativité et ainsi générer du contenu qui augmentera davantage leur **visibilité**. Environ 100 vidéos sont créées et postées sur *TikTok* chaque jour dans cette fameuse maison. N'importe qui peut devenir célèbre sur cette plateforme : « *il est très aisé de devenir populaire et influent sur TikTok* »²⁴.

Il n'est pas nécessaire d'être équipé et avoir du matériel technique, un simple smartphone et une connexion internet suffisent pour faire le buzz facilement.

²⁴ <http://www.influenth.com/decouvrez-hype-house-la-maison-de-creation-des-stars-de-TikTok/>

Par ailleurs, cette popularité sur *TikTok* engendre parallèlement la popularité sur les autres réseaux. Le fonctionnement est très simple, lors de la création d'un compte *TikTok*, l'utilisateur peut y indiquer ses identifiants des autres réseaux sociaux. De là, un *follower* gagné sur *TikTok* a plus de chances de se rendre sur *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* ou encore *YouTube* pour suivre l'auteur du compte devenu populaire.

POSSIBILITE DE CARRIERE

Une fois connu, l'utilisateur ou « *TikTokeur* » se doit de redoubler de créativité s'il veut garder sa notoriété. Une fois encore, cela suscite beaucoup d'effort et d'engagement de la part de l'utilisateur. Il n'a jamais été aussi facile de se faire voir et de dégoter un contrat avec des marques célèbres ou firmes artistiques prêtes à offrir un salaire pour la réalisation de vidéos. La plupart des utilisateurs tentent de miser sur la créativité et l'authenticité du contenu qu'ils créent. Au-delà de cette popularité, la visibilité qui en découle permet de commencer une carrière dans la vie réelle, que ce soit via leur activité digitale ou dans le domaine qui les passionne. Certains entrent en collaboration avec des marques ou enseignes et ainsi ils obtiennent le statut de « *TikTokeurs influenceurs* ».

SUCCES LIE AU CONFINEMENT LIE A LA CRISE DE LA COVID-19

Le succès de la plateforme a été fortement impacté par la période de confinement dû à la crise sanitaire²⁵. Pour preuve, le nombre d'utilisateurs de la plateforme a grimpé puis s'est stabilisé avant de diminuer quelque peu. En effet, la plateforme comptabilisait 800 millions d'utilisateurs à la fin de l'année 2020 et en compte aujourd'hui pas loin de 700 millions d'utilisateurs.

Voici quelques pistes de succès de cette plateforme digitale. Les bouleversements sociaux et identitaires engendrés ainsi que les nouvelles tendances marketing amenées par cette plateforme sont étudiés plus concrètement et en profondeur dans les chapitres suivants.

²⁵ <https://blog.digimind.com/fr/agences/tiktok-chiffres-et-statistiques-france-monde-2020>

PARTIE II : ETUDE EMPIRIQUE

Chapitre 5 : Méthodologie de la partie empirique

L'analyse du comportement d'exposition de soi sur les réseaux sociaux est déjà très approfondie dans la littérature. Cependant, les tendances actuelles ne sont pas toutes expliquées. En effet, l'étude de la mise en scène de soi liée à la création de contenu vidéographique sur la plateforme *TikTok* n'a fait l'objet d'aucun article scientifique à ce jour. Il est intéressant de se demander si *TikTok* permet une émancipation de l'utilisateur en dehors des normes sociales et esthétiques qui sont si pesantes sur les autres plateformes d'exposition de soi comme *Facebook* et *Instagram*. L'utilisation de *TikTok* est beaucoup plus diversifiée que les autres réseaux sociaux. Alors qu'*Instagram*, réseau de l'image, connaît son succès grâce aux photos retouchables, *TikTok* se sert de l'art vidéographique et transforme ses utilisateurs en de véritables cinéastes. Dès lors, l'image est traitée de manière totalement différente que sur les autres réseaux sociaux. L'exposition de soi est, d'une certaine manière, bouleversée par cette nouvelle plateforme. Les motivations et les valeurs des utilisateurs sont propres à la plateforme et suscitent également tout l'intérêt de cette étude.

Ensuite, l'anonymat partiel des utilisateurs rend l'exposition de soi totalement différente. Cette approche est intéressante à étudier et sera un point abordé lors de l'étude qualitative.

L'utilisation de cette plateforme par les marques impacte les stratégies marketing et les méthodes de communication. Ces dernières semblent vouloir se fondre dans le contenu partagé par les utilisateurs.

Finalement, les questions de recherche principales développées et étudiées dans ce mémoire peuvent se résumer ainsi :

- **Pourquoi la plateforme rencontre un tel succès ?**

Le but étant d'explorer les motivations et valeurs des utilisateurs, notamment à travers la comparaison avec les autres réseaux sociaux tels que *Facebook* et *Instagram*, fortement liés à l'exposition du soi.

- **Comment la plateforme *TikTok* impacte-t-elle la mise en scène du soi des utilisateurs ?**

Le but étant de comprendre comment une plateforme comme *TikTok* contribue à la construction identitaire de l'individu.

- **Quelle place la plateforme *TikTok* laisse-t-elle aux marques ?**

Le but étant d'étudier l'influence des diktats marketing sur les utilisateurs de ce réseau et sur leur image. D'autre part, cela permet également de comprendre quelle(s) opportunité(s) ce réseau offre aux marques en termes de communication et de stratégies marketing.

1.4 Déroulement méthodologique

La méthodologie de la partie empirique de ce mémoire s'articule en deux méthodes que j'utilise en parallèle pour mon étude qualitative. J'ai ainsi mené, d'une part, une netnographie et, d'autre part, une série d'entretiens individuels semi-directifs auprès de différents types d'utilisateurs de la plateforme *TikTok*. Cette étude a été effectuée à partir du mois d'octobre 2020 jusqu'au début du mois de mai 2021.

1.4.1 ETUDE QUALITATIVE

L'étude qualitative menée est « de nature exploratoire »²⁶. Elle permet de collecter des informations détaillées sur un sujet bien précis tout en gardant une certaine flexibilité. Elle offre la possibilité de recueillir les opinions, perceptions et les impressions des répondants. Les informations récoltées sont ainsi très riches et pertinentes. Cette approche est de nature inductive, en ce sens qu'elle permet d'émettre des suppositions sans se baser sur des hypothèses définies au préalable.

1.4.2 NETNOGRAPHIE

La *netnographie* est une méthode, un type d'étude qualitative qui se base sur l'analyse des interactions des utilisateurs ou membres d'une communauté virtuelle dans le but de donner des explications à leurs comportements (Bernard. Y, 2004). C'est, comme son nom l'indique, une « ethnographie » conduite sur Internet et les médias sociaux (Kozinets, R. V, 2015). Afin de répondre aux questions de recherche explicitées ci-dessus, j'ai étudié les comportements des utilisateurs en me plongeant dans le réseau. Cette immersion totale m'a permis d'observer profondément ce qu'il s'y passe. J'ai participé à la vie de la communauté *TikTok* en me créant un compte et interagissant via les « *likes* », ainsi qu'en partageant des vidéos à des ami(e)s via *Messenger de Facebook*.

²⁶ <https://fr.surveymonkey.com/mp/conducting-qualitative-research/>

Par ailleurs, j'ai constaté que la création de vidéos n'était pas si simple et demande un certain temps avant d'être entièrement maîtrisée. Il existe énormément de fonctionnalités et de possibilités de montages vidéo. J'ai pu alors mieux comprendre les propos des interviewés. Cette introspection a été complémentaire aux interviews et a permis d'enrichir mon étude (Bowler Jr, G. M, 2010). En effet, j'ai observé le fonctionnement de la communauté en visionnant les vidéos diffusées, ainsi qu'en analysant les commentaires des utilisateurs sur ces vidéos. Cela m'a permis de comprendre l'état d'esprit général des utilisateurs sur la plateforme ainsi que les valeurs et motivations qui s'en dégagent.

1.5 Entretiens individuels auprès d'utilisateurs

Les entretiens menés dans cette étude sont semi-directifs. À travers ce genre d'entretien, l'interview menée est flexible et repose sur un guide d'entretien permettant de garder un fil conducteur durant la conversation. Les questions posées sont ouvertes afin de laisser la personne interrogée la plus libre possible dans ses réponses.

Ces entretiens sont effectués de manière individuelle. En effet, les « entretiens individuels en profondeur » se font au travers d'une conversation peu structurée et personnelle. Cela permet d'obtenir des ressentis ainsi que des informations plus détaillées (Baribeau, C., & Royer, C., 2012). Dès lors, les réponses sont plus sincères et profondes. Le répondant est plus enclin à se confier que s'il était interrogé dans un groupe de répondants. En effet, L'entretien collectif peut représenter un risque que les répondants ne soient pas entièrement sincères, qu'ils soient influencés dans leurs réponses ou qu'ils ne soient pas suffisamment à l'aise pour se confier.

Ensuite, il faut considérer la situation de crise dans laquelle cette étude est réalisée. Les réponses sont forcément impactées, d'où l'importance de remettre en contexte cette étude qualitative. Les tendances sociales sont valables pour cette période bien précise et seront peut-être changeantes sur le long terme. Également suite aux règles de distanciation sociale d'application, les entretiens ont été réalisés à distance via les plateformes *Teams*, *Skype* et *Messenger*.

1.5.1 GUIDE D'ENTRETIEN

Le guide d'entretien peut être vu comme une trame composée de trois grandes parties, soit : une introduction, un « cœur » ou questionnement, qui traite du sujet de l'étude et finalement, une conclusion.

L'introduction enclenche la phase d'échauffement. Elle se compose d'une présentation brève des deux interlocuteurs, ainsi que d'un rappel du sujet traité et de l'objectif de l'enquête. Cela permet de rendre l'entretien plus agréable et d'introduire la situation ainsi que le contexte dans lequel cette étude qualitative est effectuée. Une attention doit cependant être portée sur l'explication du sujet d'étude qui ne doit pas être trop détaillée afin de ne pas biaiser les réponses de la personne interviewée.

Ensuite, vient le questionnement, base fondamentale de la phase de centrage du sujet. Ces questions sont également séparées en catégories qui apportent une structure primaire à l'analyse (cf. Annexes 3 et 4).

Finalement, la conclusion se termine par une question ouverte qui donne la possibilité au répondant d'ajouter ce qu'il veut en lien avec le sujet, qu'il juge pertinent et qui n'aurait pas été abordé durant l'entretien. Les remerciements bouclent l'entretien.

1.6 Collecte des données

Ces interviews se basent sur deux guides d'entretien. En effet, un guide d'entretien est consacré aux utilisateurs « passifs », un autre s'adresse aux utilisateurs « actifs ». Les questions de base sont les mêmes, à quelques phrases près.

Au sein de l'introduction et phase d'échauffement les questions sont exactement les mêmes :

- 1) Elles permettent une **présentation du répondant** et introduisent le sujet de **l'utilisation des réseaux sociaux**. Les questions sont assez générales et tentent principalement de comprendre l'intérêt global des utilisateurs envers la plateforme *TikTok*.

Au sein de la phase de centrage du sujet :

- 2) Une première série de questions traite du **type d'utilisateur** et du **degré d'utilisation** de la plateforme. Cela permet de comprendre plus en profondeur l'intérêt et l'engagement du répondant envers la plateforme, ainsi que d'en ressortir d'éventuels facteurs de succès.
- 3) Les questions suivantes abordent le **fonctionnement et l'interaction des utilisateurs** sur cette plateforme. Elles permettent également de comprendre la perception du répondant quant aux **normes et valeurs diffusées**, tout en effectuant la **comparaison avec deux autres réseaux sociaux importants dans l'exposition du soi : Facebook et Instagram**.

- 4) Les questions qui suivent explorent plus en profondeur les **facteurs de succès** de la plateforme, selon le répondant. Ses motivations et valeurs y sont ciblées. Sa vision quant à **l'intégration des marques** sur cette plateforme y est également abordée.
- 5) Finalement, les dernières questions abordent **l'impact de la plateforme sur la vie du répondant** et sur **sa propre perception de lui-même**. Les questions du guide spécifiques aux utilisateurs « actifs » / « créateurs de contenu » sont beaucoup plus précises et riches à ce sujet étant donné qu'ils s'exposent sur le réseau.

1.7 Caractéristiques des répondants

Comme qu'expliqué ci-dessus, les utilisateurs de la plateforme *TikTok* ont d'abord été grossièrement classés en deux catégories principales. Ces catégories ont été redéfinies plus clairement une fois la netnographie effectuée et les entretiens réalisés, retranscrits et analysés. Les interviews ont permis de découvrir la validité de ces catégories, jusqu'à présent observables et d'en faire ressortir d'autres plus précises.

1.7.1 ECHANTILLON

Dans le cas des entretiens individuels, les répondants sont choisis au préalable en fonction de l'objet de l'étude. Le choix des intervenants s'est basé sur l'objectif d'obtenir un échantillon riche et varié d'utilisateurs. Ils se différencient notamment sur quatre caractéristiques principales :

- **L'âge**
- **Le genre**
- **Le niveau d'utilisation**
- **Le degré d'engagement**

L'échantillon final se compose de 14 répondants, tant des utilisateurs « actifs » que « passifs », autant de femmes que d'hommes dont l'âge varie entre 17 et 55 ans et de niveaux d'utilisation et de degrés d'engagement différents. Les entretiens ont été effectués entre novembre 2020 et fin février 2021. Lors de cette étude qualitative, l'objectif a été d'**atteindre la saturation des informations** collectées au fur et à mesure des interviews. Mon échantillon s'est construit au fil des entretiens selon le principe de « *la boule de neige* » (Ritchie et al., 2013). Certains des répondants m'ont renvoyé vers d'autres utilisateurs, ce qui m'a permis de compléter mon étude et d'obtenir des informations riches et pertinentes.

TABLEAU 3 : CARACTERISTIQUES DES REpondANTS DE L'ETUDE QUALITATIVE

N° Entretien + Interviewé	Âge	Niveau d'utilisation et Degré d'Engagement « Classification selon la typologie décrite au point 6.1.2 »
1. Margaux (indépendante tatoueuse) Belge	26	Elle crée beaucoup de contenu, visionne, aime, commente et suit des comptes. Elle partage très peu. « Hyperactive très engagée » Contenu créé et apprécié : danse, humour, autodérision, tendance du « <i>glow-up</i> » ²⁷
2. Charlotte (étudiante en communication) Belge	19	Elle crée du contenu, visionne, aime, suit des comptes, et commente peu. Elle partage souvent des vidéos à des amis. « Créatrice moyennement engagée » Contenu créé et apprécié : humour et autodérision
3. Carine (mère de famille et femme au foyer) Belge, habite en France	55	Elle crée du contenu pour l'amusement et le divertissement, aime et commente parfois. « Créatrice très peu/ faiblement engagée » Contenu créé et apprécié : Danses avec sa fille et sa famille
4. Amandine (travaille dans l'événementiel) Belge	30	Elle n'a pas l'application (pas de compte) mais regarde les vidéos <i>TikTok</i> partagées via <i>Facebook</i> . « Voyeuse très peu/ faiblement engagée » Contenu apprécié : fun et drôle
5. Luiz (étudiant et <i>YouTubeur</i>) Belge	23	Il crée du contenu et entretient une communauté qu'il tend à faire grandir. Il partage souvent des vidéos à ses amis via <i>Facebook</i> (<i>Messenger</i>). « Créateur très/fortement engagé » Contenu créé et apprécié : il crée des sketches et du contenu drôle et aime l'humour.
6. Nicolas (étudiant, comédien, associé aux Taloche et Virginie Hocq – chroniqueur sur Vivacité) Belge	24	Il crée du contenu pour se faire connaître au grand public et partager son humour au travers de sketches qu'il crée. Il aime, suit et commente beaucoup mais ne partage que rarement. « Hyperactif très/fortement engagé » Contenu apprécié : tout genre mais surtout humour.
7. Léa (étudiante en communication-influenceuse, <i>YouTubeuse</i>) Belge	20	Elle crée du contenu, aime et partage beaucoup de vidéos à ses amis. Elle ne commente jamais. « Créatrice très/fortement engagée » Contenu apprécié : tous les thèmes, nourriture, <i>lifestyle</i> , humour, ...

²⁷ La tendance du "Glow-up" concerne la publication de vidéos de soi qui montrent principalement une évolution physique positive (perte de poids, changement de style, ...).

<p>8. Sébastien (mécanicien) Belge</p>	<p>39</p>	<p>Il ne poste pas de vidéos. Il suit quelques comptes. Il partage à des amis, via <i>Messenger</i>, les vidéos qui le font rire. « Voyeur très peu/ faiblement engagé » Contenu apprécié : humour et danses en famille.</p>
<p>9. Sarah (étudiante en Bachelier d'économie et gestion) Belge</p>	<p>20</p>	<p>Elle ne poste pas, elle regarde uniquement. Elle aime beaucoup et suit les comptes qui l'intéresse. Elle ne commente jamais et partage quelques fois à ces amis les vidéos qui l'ont étonnée ou fait rire. « Réactive engagée » Contenu apprécié : sketches sur des scènes de film connu et vidéos d'animaux.</p>
<p>10. Marius (étudiant en relations publiques) Belge</p>	<p>20</p>	<p>Il crée beaucoup mais ne regarde pas souvent, il ne commente, aime et suit des comptes que très rarement. Il a des partenariats avec des enseignes pour faire leur pub en tant que « micro-influenceur ». « TikTokeur influenceur » Contenu apprécié : drôle, spontané, trucs et astuces, ... Il s'inspire d'autres vidéos pour créer son contenu.</p>
<p>11. Mohamed (entrepreneur sportif) Français</p>	<p>41</p>	<p>Il crée et regarde beaucoup de contenu. Il aime, suit et partage le contenu qui lui plaît. « Hyperactif engagé » Contenu apprécié : humour, construction bâtiment, astuces de la vie de tous les jours.</p>
<p>12. Maxime (Directeur clientèle dans une agence de communication digitale) Français</p>	<p>35</p>	<p>Il regarde beaucoup de contenu, personnellement pour se divertir et professionnellement pour comprendre comment les tendances apparaissent. Il étudie la place des marques sur le réseau dans le but d'élaborer des stratégies digitales pour ses clients. « Voyeur/Réactif engagé » (Voyeur professionnellement et Réactif personnellement) Contenu apprécié : danse, challenges, expériences, magie, « tout ce qui sort de l'ordinaire ».</p>
<p>13. Axelle (étudiante en terminale) Française</p>	<p>17</p>	<p>Elle crée du contenu, aime et suit quelques comptes qui l'intéressent, ainsi que partage à ses amis. Elle interagit peu avec la plateforme. « Créatrice engagée » Contenu apprécié : le monde équestre, les danses et l'humour.</p>
<p>14. Augustin (étudiant en rhétorique) Belge</p>	<p>17</p>	<p>Il crée et visionne beaucoup de vidéos. Il aime de temps en temps et s'abonne aux compte qui l'intéressent. « Créateur très engagé » Contenu apprécié : humour, danses, challenges.</p>

Chapitre 6 : Résultats des analyses qualitatives

6.1 Typologie des utilisateurs

6.1.1 PROFIL GENERAL DES UTILISATEURS

Il est possible de trouver des personnes de tout âge sur la plateforme, même si la majorité des utilisateurs sont des jeunes entre 16 et 24 ans. D'ailleurs, les personnes en dehors de cette tranche d'âge sont souvent accompagnées sur les vidéos. Par exemple, des parents qui reproduisent des danses avec leurs enfants (<https://vm.TikTok.com/ZMeaCQ77w/>), (<https://vm.TikTok.com/ZMemQqWRL/>) . Un autre exemple, est un père de famille qui tente de faire le buzz sur la plateforme à l'aide de ses filles qui le filment reproduire des pas de danses célèbres sur *TikTok* (<https://vm.TikTok.com/ZMeU2nD9P/>).

En effet, la majorité des répondants ont énoncé la « démocratisation » de cette plateforme aux personnes de tout âge et pour tout le monde : « J'ai vu qu'il y avait vraiment tout âge, tout style et ce n'était pas quelque chose de gênant » (Augustin, 17 ans). Les célébrités ont d'ailleurs fortement valorisé cette caractéristique qui définit *TikTok* comme « une plateforme pour tout le monde ». Il est facile de s'en apercevoir et de constater ces faits au travers de nombreuses vidéos sur la plateforme dont celle d'Algie Powers par exemple (<https://vm.TikTok.com/ZMeDYJ1WL/>). On y voit une femme âgée partager sa passion pour le chant et la musique.

« Aujourd'hui on voit que ça s'est beaucoup plus démocratisé. On retrouve maintenant des tranches d'âges plus larges avec des gens en dehors de la tranche 15-25 ans quoi ! Moi voilà, je reste persuadé qu'il faut être curieux et s'y intéresser. (...) On a vu que *TikTok* en France, ça s'est vraiment démocratisé parce que des influenceurs, parce que des acteurs, actrices, chanteurs, chanteuses, fin voilà. Il y a un peu de tout, il y a des peuples qui ont pris en main l'application et donc forcément, ben ça a déployé la notoriété de la plateforme » (Maxime, 35 ans).

6.1.2 CLASSIFICATION DES UTILISATEURS

Les utilisateurs de la plateforme peuvent être répartis en cinq catégories selon leur niveau d'utilisation. L'engagement varie d'une personne à l'autre et est difficilement généralisable. Ces catégories ont été élaborées suite à la netnographie et aux différents entretiens menés.

Utilisateurs « passifs » :

- Les « Voyeurs » : ils ne font que de visionner le contenu de la plateforme. Ils n'ont pas forcément besoin de se créer un compte, il leur suffit de télécharger l'application ou simplement d'ouvrir la vidéo publiée/envoyée par un autre utilisateur via un autre réseau comme *Facebook* ou *Instagram*. Le téléchargement de l'application n'est pas nécessaire.
- Les « Réactifs » : ils visionnent, aiment, commentent et s'abonnent/suivent ou encore partagent les vidéos. Ils doivent avoir un compte sur l'application.

Utilisateurs « actifs » :

- Les « Créateurs » : ils participent activement au réseau en produisant leurs propres vidéos. Ils interagissent très peu sur la plateforme, ils commentent et/ou aiment.
- Les « Hyperactifs » : ils créent des vidéos, visionnent, commentent, aiment, s'abonnent et partagent. Ils sont intégralement plongés dans l'univers de *TikTok*.
- Les « *TikTokeurs* Influenceurs » : ils sont des *Hyperactifs* qui ont acquis un nombre élevé de *followers*. Leur notoriété leur permet de collaborer avec des marques.

À noter que le terme « *TikTokeur* » peut porter à confusion. En effet, les significations divergent dans la littérature. Dans ce mémoire, je considère tous les utilisateurs « actifs » comme des « *TikTokeurs* » et distingue « *TikTokeurs* Influenceurs » qui sont connus sur la plateforme, collaborent avec des enseignes et font de la publicité pour leurs activités, services et/ou produits.

TABLEAU 4 : TYPOLOGIE DES UTILISATEURS DE LA PLATEFORME *TIKTOK* ELABOREE SUR BASE DE LA NETNOGRAPHIE ET DES ENTRETIENS INDIVIDUELS

	Forte interaction		
PASSIFS Aucune production de contenu	<i>Réactifs</i>	<i>Hyperactifs/ Influenceurs TikTokeurs</i>	ACTIFS Production et publication de contenu
	<i>Voyeurs</i>	<i>Créateurs</i>	
	Faible interaction		

6.2 Utilisation de la plateforme et interactions

L'étude des commentaires, a permis de comprendre comment interagissent les utilisateurs entre eux. Cette étude est donc déterminée par la période de temps au cours de laquelle les observations ont été effectuées. Le contexte dans lequel cette dernière a été conduite doit être considéré dans l'interprétation des résultats. Concernant les interviews, les réponses obtenues sont davantage subjectives puisqu'elles dépendent directement du genre de vidéos que propose l'algorithme de *TikTok* sur le fil vidéographique du compte de l'utilisateur et donc, propre à ses préférences personnelles.

6.2.1 UTILISATION DE LA PLATEFORME

En général, une fois *zappée*, la vidéo se perd dans l'infini contenu de *TikTok* et ne peut être retrouvée que si elle a été *likée* ou si l'utilisateur connaît le nom/pseudo de l'auteur de la vidéo.

De manière plus pratique, deux listes de vidéos sont proposées à l'utilisateur ; la liste des « *following* » qui propose toutes les vidéos des comptes que l'utilisateur suit et la liste « *for you* ». Cette dernière est générée par l'algorithme de *TikTok* en fonction du type de vidéos qu'il a l'habitude de regarder en entier, des vidéos qu'il a *likées* et du type de vidéos postées par les comptes qu'il suit. Du côté des créateurs de contenu, ils ont le choix de garder leur vidéo « en privé » ou de la rendre « publique » sur le flux vidéo *TikTok* : « comme moi-même je ne fais pas de vidéos, alors moi je me suis amusé à faire des vidéos, mais que je n'ai pas diffusées. J'ai envoyé en privé à des potes » (Maxime, 35 ans). Cela permet une utilisation plus « intime ».

Les paramètres d'utilisation de *TikTok* permettent aux créateurs de contenu d'indiquer des mots-clés « inacceptables ». Grâce à cela, les commentaires qui contiennent ces mots sont automatiquement supprimés. Cela offre une certaine protection à l'utilisateur même si les commentaires négatifs, qui ne contiennent pas ces mots, peuvent apparaître. Il est également possible de poster une vidéo et de faire en sorte que personne ne puisse la commenter et où seuls les « *likes* » sont admis par l'auteur.

6.2.2 INTERACTION ENTRE LES UTILISATEURS

À l'inverse des réseaux tels que *Facebook* et *Instagram*, *TikTok* n'est pas spécialement conçu pour l'interaction messagère. Cela n'empêche cependant pas les utilisateurs de communiquer au travers des commentaires. Dans ce cas, les messages s'adressent à la communauté entière. Certains répondent et échangent en prenant part aux conversations. D'autres communiquent directement à travers une vidéo. En effet, il n'est pas rare d'observer un créateur de contenu répondre à un commentaire sur l'une de ses vidéos, cela rend la réponse plus personnalisée. Voici un exemple où Mohamed, un interviewé, répond à un commentaire qui lui est adressé (<https://vm.TikTok.com/ZMeRj7SNR/>). Finalement, seuls deux utilisateurs abonnés l'un à l'autre ont la possibilité d'échanger par messages privés.

DU VIRTUEL AU REEL – UNE INTERACTION A DOUBLE SENS

L'interaction des utilisateurs de la plateforme *TikTok* ne se limite pas au virtuel. En effet, la plupart des répondants qui créent du contenu, postent des vidéos avec leurs proches et/ou ami(e)s. Par exemple, un jeune réalise des pas de danse avec ses parents dans la cuisine (<https://vm.TikTok.com/ZMehnpG1t/>). Dès lors, au-delà du fait que les vidéos sont partagées virtuellement, un travail de coordination et d'échange s'effectue entre les personnes « dans la vie réelle ». Ils s'inspirent de vidéos et reproduisent entre amis ou avec leur famille des danses, challenges et autres, tout en passant des moments précieux ensemble. C'est d'ailleurs ce qu'a affirmé Carine, mère de famille de 55 ans : « c'est l'occasion de faire une chorégraphie et de passer un peu de temps en famille avec quelque chose de chouette ! ». Amandine, 30 ans, y trouve aussi un aspect interactif différent de celui d'autres réseaux sociaux : « il y a une forme d'interaction et d'échange donc c'est positif, plus que juste poster ta photo sur *Instagram* (...). Je pense que *TikTok* amène quand même un peu plus une forme de partage et d'échange ».

CREATION DE SA PROPRE COMMUNAUTE

Les utilisateurs qui créent leur contenu tentent souvent de se rapprocher de leur audience et de créer leur propre communauté. Pour ce faire, ils interagissent un maximum avec les autres utilisateurs. C'est ce qu'a expliqué Luiz, 23 ans, qui tente de se faire connaître à travers la création de contenu, une de ses passions : « je l'utilise surtout pour essayer de me créer une communauté aussi parce que *TikTok*, c'est aujourd'hui la façon la plus facile de

grandir en tant que créateur de contenu ». Par ailleurs, cela renforce le lien d'engagement entre utilisateurs comme affirmé par Margaux, 26 ans : « j'essaye aussi quand moi, j'ai des commentaires, de répondre à tous, parce que ça aide aussi avec l'engagement ».

Par ailleurs, de nombreux *TikTokeurs* mettent leur identifiant *Instagram* pour permettre aux utilisateurs de les contacter de manière plus privée via ce réseau. Nicolas, 24 ans, a confirmé le recours à cette méthode pour permettre à ses « followers » de le contacter : « (...) sur *Insta...* et aussi je réponds aux abonnés par là comme c'est le seul moyen qu'ils ont pour me contacter en quelques sortes puisqu'heu *TikTok* ne le permet pas ».

Cependant, d'autres utilisateurs profitent de cette « distance » créée par l'absence d'échange privé, comme l'a partagé Mohamed, 41 ans : « sur *TikTok*, t'as la bonne distance quoi, ce ne sont pas des messages privés et du coup, ça reste un lien sain entre toi et les autres utilisateurs ».

Au-delà des communautés créées volontairement par les utilisateurs, des communautés sont créées « automatiquement » et gérées par l'algorithme. Ces dernières se basent les intérêts communs et les profils d'utilisateurs similaires. En effet, ces communautés sont basées sur le système de préférences lié aux « likes », aux « follows » et au temps passé sur la vidéo. La communauté *TikTok* est dès lors subdivisée en multiples sous-communautés : « le fait que ce soit comme une communauté en fait. On va tous se reconnaître l'un et l'autre et encore une fois, c'est à cause de l'algorithme puisqu'il nous propose des choses qui nous ressemblent » (Augustin, 17 ans).

PROACTIVITE DE CREATION

La proactivité de création s'explique par le fait que certains utilisateurs « passifs » participent d'une certaine manière au contenu. Au travers des commentaires, les idées fusent et permettent aux créateurs de contenu de s'en inspirer pour leurs futures vidéos. Dès lors, certains utilisateurs sont « proactifs » du fait qu'ils participent à la création de contenu en donnant des idées qui seront utilisées par la suite : « j'ai pris l'idée de son commentaire et je l'ai fait avec cette idée-là. Du coup, le gars a reconnu que ma vidéo illustrait son idée et il était super content ! C'était hyper bienveillant et gentil » (Luiz, 23 ans). Nicolas, 24 ans, a également constaté cette entre-aide créative entre les utilisateurs : « il y a des gens qui donnent des conseils et je les prends, oui ! Ça, j'aime bien parce que ça fait avancer quoi ».

6.3 Facteurs de succès, Motivations et Valeurs

6.3.1 FACTEURS DE SUCCES

TikTok, UNE PLATEFORME INNOVANTE ET CREATIVE

TikTok est une plateforme innovante et créative de par l'originalité de son contenu et la particularité de son utilisation. L'algorithme de la plateforme la rend davantage performante. Il décèle les goûts et préférences de ses utilisateurs très rapidement et propose le contenu le plus adéquat :

« je trouve que *TikTok* est vraiment une plateforme d'innovation géniale. Que ce soit d'un point de vue ergonomique, technique et aussi d'un point de vue contenu et surtout contenu ! (...) Le scroll vertical avec toutes les vidéos, c'est complètement dans l'ère du temps et c'est complètement ergonomique. On a juste à switcher avec notre pouce et il n'y a pas plus simple, pas plus basique ! Toutes les icônes sont mises au bon endroit, pour *liker*, pour commenter.... Entre les vidéos qu'on suit et les vidéos qu'on nous propose dans l'onglet « pour toi ». Je trouve que l'algorithme il est assez incroyable, je crois qu'il est hyper puissant ! Des fois, je tape un truc dans *Google*, n'importe quoi, il va me le proposer sur *TikTok* la fois d'après où je me connecte à *TikTok* ! Je crois que c'est vraiment malin ! Justement je trouve que du coup l'algorithme propose des choses pertinentes par rapport à ce que je suis déjà ! *Insta* essaie de le faire aussi mais c'est clairement mal fait. (...) *TikTok*, on est clairement dans la curiosité ! On va tout regarder ! Moi je regarde, je peux m'abonner à toutes sortes de comptes » (Maxime, 35 ans).

Par ailleurs, *TikTok* se soucie de l'avis de ses utilisateurs et affiche, depuis le début du mois de mars 2021, un mini sondage de manière stratégique entre deux vidéos. Ce dernier apparaît très peu souvent. Certainement pour ne pas « opprimer » l'utilisateur qui peut déjà exprimer sa préférence à l'aide du « *like* ».

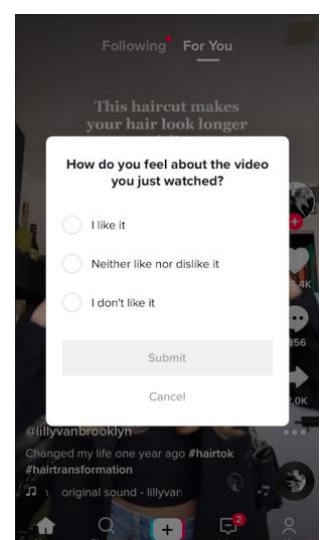


ILLUSTRATION 4: MINI
SONDAGE FEEDBACK
UTILISATEURS

LA RAPIDITE DE VISIONNAGE

Les utilisateurs semblent unanimes sur le fait que la rapidité de visionnage des vidéos rend la plateforme davantage dynamique et attractive. Les utilisateurs affirment ce sentiment d'un monde qui va de plus en plus vite et les gens suivent ce même mouvement dans leurs préférences : « le fait aussi que ce soit très court, il n'y a pas de *TikTok* de plus d'une minute parce que ça n'existe pas et aujourd'hui, j'ai l'impression que les gens c'est heu tout va vite ! Ils veulent que tout aille vite ! D'ailleurs *TikTok*, ils ont dit qu'on devait conquérir le public en moins de 3 secondes » (Nicolas, 24 ans). Les utilisateurs adorent cette configuration de courtes vidéos à la chaîne les unes des autres : « *TikTok* prend le dessus sur tous les autres réseaux sociaux heu... comme *YouTube* etcetera parce que c'est super court ! (...) Les gens ont envie de voir quelque chose d'hyper-dynamique et de super varié » (Léa, 20 ans).

Enfin, *TikTok* reprend des particularités des autres réseaux sociaux qui fonctionnent : « genre *TikTok*, ils ont pris tout ce qu'il y avait sur *Snapchat*, sur *Instagram*, sur *YouTube* et tout ça et puis ils ont condensé » (Mohamed, 41 ans).

DIVERTISSEMENT SOCIAL

TikTok peut être décrite comme « une plateforme de création et de divertissement ». Tous les répondants ont mis en avant cet aspect fort du réseau :

« Honnêtement c'est pour du divertissement (...), que ce soit heu tous les trends avec les parodies de parler ou de chanter certaines chansons, ou alors les trends avec les chorégraphies pour danser. Je pense qu'il faut vivre avec son temps et heu moi, je trouve ça tout à fait normal que les adolescents, les jeunes adultes utilisent leur smartphone. Je trouve ça assez sain, ce qu'on voit sur *TikTok* avec des défis sportifs, heu il y a aussi des défis de danses, artistiques, culturels, tout ce qu'on veut » (Maxime, 35 ans).

Par ailleurs, c'est de cette manière que la plateforme crée son propre univers : « je pense aussi que le fait que cette plateforme laisse de la place à une forme d'art plait aux gens également. Ils s'expriment de leur propre manière à travers les vidéos *TikTok*. On n'a pas toujours l'occasion en dehors de cette plateforme d'exprimer notre créativité et c'est vraiment une plateforme faite pour la créativité. C'est vraiment un univers à part qui permet de s'exprimer et c'est ce qui fait la particularité de la plateforme. Dès qu'on a un petit coup de blues, on va sur cette plateforme et c'est certain qu'on en ressort avec le sourire ! » (Augustin, 17 ans).

DIVERSITE DES CONTENUS

Les utilisateurs font un tas de choses diverses comme chanter en playback, danser, faire des blagues, des sketches, etc. Certains utilisateurs partagent des expériences de vie, de voyages, de rencontres, tandis que d'autres publient des vidéos de leurs animaux. D'autres encore partagent des danses ou lancent des challenges. La diversité de contenu rend cette plateforme « hypnotique ». Elle permet de zapper un ensemble de vidéos très diversifiées, comme l'explique Margaux, 26 ans : « c'est vraiment divertissement et c'est heu... moi, j'aime beaucoup *TikTok* parce qu'il y a de tout (...). Il y a des vidéos drôles, heu... C'est un peu, je trouve, un nouveau *YouTube*, si on peut dire. Mais avec des plus courtes vidéos. (...) danse, hum, des vidéos aussi de tutos » (Margaux, 26 ans). Au fur et à mesure de son utilisation, la plateforme reconnaît le type de contenu qui est apprécié par l'utilisateur. Les vidéos qui apparaissent sur son fil deviennent de plus en plus ciblées sur ce qu'il semble apprécier : « tout vient à nous et heu du coup, je trouve que ça repère vraiment bien nos centres d'intérêts. Les algorithmes sont vraiment bien faits pour ça ! Du coup, dès que je vais dessus, je vois que des trucs qui m'intéressent beaucoup » (Axelle, 17 ans).

Cette diversité de contenu et cette source infinie de vidéos ont conquis les utilisateurs. D'ailleurs ils ont été nombreux à parler du temps qu'ils passent sur la plateforme sans s'en rendre compte : « c'est hyper addictif, j'arrive plus à en sortir quand je vais sur *TikTok*. Au final je reste des heures » (Axelle, 17 ans). Charlotte, 19 ans, l'affirme également à sa façon : « le soir, quand je vais dormir par exemple, il est 9 h 30, je peux m'en rendre compte qu'il est déjà 23 h que je suis toujours sur *TikTok* quoi... C'est infini et heu on tombe toujours sur des vidéos qu'on a jamais vues ».

Cette plateforme permet également aux utilisateurs de découvrir de nouvelles choses et de s'instruire dans de nombreux domaines, que ce soit l'art, la danse, la cuisine, le développement personnel, les voyages, etc. Beaucoup de *TikTokers* partagent leurs passions et leurs savoirs sur des sujets spécifiques. Cela plaît et rend la plateforme davantage attrayante : « je me suis inspiré de pleins de trucs, ça peut être des recettes de cuisine, des gens qui font du sport, des conseils dans la nutrition, ça peut aussi être dans le développement personnel. Ça peut être même de la mode, des styles et tout ! » (Marius, 20 ans).

FUN & HUMOUR

Cet aspect de plaisir et l'envie de s'amuser au travers des vidéos sont propres au contenu *TikTok* et a été cité unanimement par tous les répondants. L'humour semble être une source principale de succès pour la plateforme : les gens cherchent à se divertir, à rire et à penser à des choses positives : « thank you for this !! You made my day ! I laugh so much » (laetiwho, 08/05/21). Dans cet exemple, des élèves font une blague à leur professeur durant un cours donné en vidéoconférence (<https://vm.TikTok.com/ZMeU2gwqN/>).

Il ressort des interviews qu'au départ, les gens avaient peur de se créer un compte du fait que le contenu de *TikTok* est décalé par rapport aux autres réseaux sociaux et un sentiment de gêne, voire de honte, était présent. Maintenant, tout le monde semble se faire à cette nouvelle plateforme. C'est devenu entre autre une nouvelle façon de se détendre : « je regarde du contenu, c'est beaucoup pour le divertissement et pour rigoler » (Marius, 20 ans).

LIEN AVEC LE CONFINEMENT

Le lien avec le confinement est indéniable. En plus d'être observable au travers de l'utilisation de la plateforme, tous les répondants ont reconnu ce lien étroit entre le succès de la plateforme et le confinement : « durant le confinement, j'ai vu que *TikTok* était en train de prendre une ampleur vraiment énorme ! » (Augustin, 17 ans). De près ou de loin, il est évident que l'utilisation de cette plateforme est favorisée par le temps libre plus important des gens dû au confinement lié à la crise sanitaire : « ça a pris de l'ampleur pendant le confinement, je dirai que c'est parce que les gens s'ennuyaient et ils ont vu ça et ils se sont pris au jeu » (Sarah, 20 ans). Amandine, 30 ans, est persuadée que l'utilisation de *TikTok* est liée au fait que les gens ont plus de temps libre : « je pense que c'est quelque chose qui a aidé les gens à penser à autre chose aussi, à rire, à focaliser son esprit sur quelque chose d'autre que la situation qu'il y avait quoi ! *TikTok*, moi je pense que c'est une appli qui a eu un gros coup de buzz avec le confinement ». Finalement, cela se rapporte également au besoin de créer du lien pour palier à un sentiment de solitude : « ça fait déjà quelques années que ça existe mais on va dire en France, ça a vraiment explosé là avec le premier confinement. (...) Clairement les gens se sentent plus seuls et puis surtout avec ce qu'on vit depuis un an, à être confiné, machin truc... on n'a plus de lien social. C'est aussi pour ça que *TikTok* a explosé hein ! Les gens ont cherché du lien et *TikTok* a été une plateforme créative parce que tout le monde s'est emmerdé à mourir avec le premier confinement » (Maxime, 35 ans).

De manière humoristique, cette vidéo illustre le manque de lien social vécu durant le confinement (<https://vm.TikTok.com/ZMeFJvFx2/>).

6.3.2 MOTIVATIONS ET VALEURS

TABLEAU 5: RECAPITULATIF DES MOTIVATIONS ET VALEURS PRINCIPALES RECUEILLIES SUR BASE DE L'ETUDE QUALITATIVE (NETNOGRAPHIE ET ENTRETIENS INDIVIDUELS)

MOTIVATIONS	Degré d'importance	VALEURS	Degré d'importance
La facilité qu'offre <i>TikTok</i> à atteindre la popularité .	++	La valorisation positive de soi.	++
La source de visibilité offerte par la plateforme tant d'un point de vue personnel que professionnel.	++	Le partage de moments du quotidien, de savoirs, de compétences, d'expériences,...	++
La possibilité de se lancer dans une carrière (collaboration avec des marques ou développement sa propre activité).	+	La bienveillance et la solidarité (soutien via les commentaires) et la réalisation des challenges).	++
La recherche de lien social (surtout durant le confinement).	++	La liberté d'expression et l' ouverture d'esprit (Partage de ses opinions dans l'acceptation des divergences)	++
L'envie de bouger (se mettre au sport, tester des activités, des challenges, ...)	+	Le détachement envers les normes sociales et les diktats esthétiques.	+
Le fait de vivre des moments en famille et/ou entre amis (interactions réelles créées dans la réalisation des vidéos ensuite partagées)	+	L'acceptation de la différence (apparition du mouvement du « Body Positivism »)	++
Le divertissement (principalement par le rire)	++	La spontanéité (l'authenticité et la valorisation du « real life »).	++

Légende : + modéré, ++ fort

Ces motivations sont à considérer en dehors du lien avec les valeurs, même s'il existe un lien, ce tableau ne l'illustre pas. Le degré d'importance est établi au regard des observations effectuées sur le réseau et des réponses reçues lors des interviews individuelles.

POPULARITE FACILE ET RAPIDE

Citée par l'entièreté des répondants, la facilité d'atteindre la notoriété est une motivation forte, comme l'a exprimé Nicolas, 24 ans : « quel que soit le nombre d'abonnés, la vidéo peut être vue des millions de fois et c'est accessible à tout le monde quoi, tout le monde peut devenir populaire ! ». En effet, contrairement aux autres réseaux sociaux, comme *Instagram*, les créateurs de contenu obtiennent très facilement un grand nombre de vues et de followers, ce qui est très valorisant. Cependant, la durée de cette popularité est très aléatoire. Cela n'enlève pas le sentiment de reconnaissance et de valorisation de soi ressenti par les créateurs de contenu : « une petite fille de Namur comme ça qui fait le buzz, c'est quand même pas mal. (...) ça fait plaisir parce que des gens que je ne connais pas me reconnaissent ! » (Charlotte, 19 ans). Cela engendre beaucoup de motivation du côté des créateurs de contenu : « sur *TikTok*, je fais des vidéos vite fait et j'ai plein de vues, et plein de follows qui arrivent, donc je suis beaucoup plus motivée de mettre du contenu sur *TikTok* que sur *Insta* (...) aujourd'hui, tout peut faire le buzz » (Margaux, 26 ans).

Par ailleurs, de nombreux utilisateurs communiquent leur compte *Instagram* également dans le but d'augmenter leur nombre de *followers* sur ce réseau où la notoriété est beaucoup plus compliquée à atteindre et demande plus d'efforts en termes de qualité de contenu et de continuité de création de celui-ci : « grâce à *TikTok*, tu peux être plus connu sur les autres réseaux sociaux, je pense que c'est pour ça aussi que les gens essayent de pousser leur communauté de followers *TikTok* vers les autres réseaux sociaux » (Luiz, 23 ans).

Cependant, cette popularité s'affine au fil du temps, les comptes à notoriété forte sont nombreux même s'il semble que leur nombre diminue : « je trouve que de plus en plus, la plateforme prend forme et on voit très bien maintenant qu'il y a, à mon sens, une cinquantaine, voire une centaine de personnes qui clairement dictent un peu les trends sur *TikTok* » (Maxime, 35 ans).

SOURCE DE VISIBILITE

Cette plateforme est l'occasion pour les utilisateurs de s'exposer, de se montrer ou de partager leurs passions et compétences, dans n'importe quel domaine qu'il soit. Cette visibilité est autant personnelle que professionnelle. Dans le cas de Luiz, 23 ans, cela lui a permis de se faire connaître dans un domaine qui le passionne : « *TikTok*, c'est aujourd'hui la façon la plus facile de grandir en tant que créateur de contenu ».

De la même manière, Léa, 20 ans, y voit une source d'opportunités professionnelles importante : « je pense que beaucoup de gens se lancent sur *TikTok* pour avoir de la visibilité et je pense qu'ils ont raison pour certains projets et tout, c'est top ! ». Le témoignage de Nicolas, 24 ans, confirme cette possibilité « d'être vu » rapidement par un grand nombre de personnes en partageant son expérience : « après *TikTok*, pour moi, ça a été un tremplin énorme en terme de visibilité. C'est d'ailleurs en partie grâce à ça que je suis aujourd'hui chez *Tipik (radio et émission Belge)* et je sais pas du tout si j'aurai pu rentrer à la radio ou à la télé s'il n'y avait pas eu ce réseau social quoi ! (...). Ça fait genre six ans que je travaille pour Virginie Hocq et Vincent Taloché et eux, ils disent « enfin c'est incroyable ! » parce qu'eux n'avaient pas ça et du coup, c'était beaucoup plus lent et difficile de se faire connaître qu'aujourd'hui ! Vincent, quand je lui ai parlé de mon poste radio et télé, il m'a dit « waouh pour rentrer à la télé avant, ce n'était pas évident, il fallait faire 10 années de preuves... » ».

De leur côté, les créateurs de contenu s'associent pour générer une plus grande audience comme l'a partagé Margaux, 26 ans : « je commence à faire des collab' avec des *TikTokers* pour faire connaître mon salon de tatouos ».

POSSIBILITE DE CARRIERE

La visibilité qu'offre *TikTok* est également liée à la possibilité pour les utilisateurs connus sur les réseaux d'avoir des propositions de marques afin de collaborer et recevoir un revenu salarial, soit devenir *TikTokers influenceurs*.

Par ailleurs, *TikTok* a introduit une rémunération à ses utilisateurs en fonction du nombre de vues qu'ils génèrent, appelée les « fonds de création »²⁸. De ce fait, les gens se mettent à poster plus de vidéos que d'ordinaire et la plateforme est maintenue et enrichie par ces vidéos : « je pense que ça prend de l'ampleur parce que là, à 10 000 followers, je peux gagner de l'argent. Du coup, les gens vont commencer à poster, poster, poster. (...). Au final, je pense que c'est pour ça que l'appli a pris de l'ampleur » (Charlotte, 19 ans).

D'ailleurs, en France le concept de la « Hype House » a été copié et les rémunérations atteignent des sommes énormes : « je regardais un reportage là sur la « French house », donc ce collectif de jeunes qui habitent tous au même endroit et ils doivent produire du contenu. Donc, eux, j'ai l'impression qu'ils pourraient poster une photo de leurs pieds, ça ferait le buzz !

²⁸ <https://newsroom.TikTok.com/fr-fr/fonds-createurs-TikTok-qa>

Je pense qu'ils sont devenus bien influents et deviennent des ambassadeurs qui lancent des modes, des challenges et tout. (...) Je voyais que les fameux gars et filles de la « French house », ils ont 18000 euros les 15 secondes sur *TikTok* quoi ! » (Maxime, 35 ans).

Certains des répondants y voient un point fort de la plateforme, d'autres n'y accordent pas beaucoup d'importance et ne pensent pas que ce soit réellement une réelle motivation d'utilisation de *TikTok*.

BIENVEILLANCE ET SOLIDARITE AU SEIN DE LA COMMUNAUTE TIKTOK

Lors de l'analyse des commentaires, j'ai pu remarquer beaucoup de bienveillance : « thank you for this ! This was definitely something I needed to hear! I've been lost for so long and have had several breakdowns this year » (elviaalvarez28, 17/02/21). La solidarité est également fortement présente entre les utilisateurs dans les commentaires (cf. Annexe 2b).

En effet, le peu de commentaires négatifs ou dévalorisants sont souvent mal perçus par la communauté qui réagit directement à la critique en valorisant la personne sur la vidéo et en demandant à l'auteur du commentaire négatif de se retenir. Les commentaires négatifs, dévalorisants et malveillants existent sur *TikTok*, mais sont une minorité en comparaison avec les autres réseaux sociaux.

Les utilisateurs développent, en majorité, une interaction constructive : « personnellement je n'ai jamais eu de commentaires négatifs, donc c'est motivant. Le fait de voir toujours du positif et d'être suivi c'est vrai que c'est encourageant ! » (Augustin, 17 ans). Les débats sont courants dans les commentaires, notamment sur les valeurs des messages diffusés au travers de la vidéo. Comme l'a expliqué Luiz, 23 ans : « c'est souvent des commentaires gentils, bienveillants et puis de temps en temps, je dirai même pas 1 %, des commentaires de personnes qui n'aiment pas et qui critiquent ». Sur base de ce partage positif, une forme de motivation entre les individus se développe, ce que Sarah, 20 ans, a également développé : « partager des choses avec les gens comme un peu tous les réseaux sociaux quoi (...) la solidarité parce qu'il y a ce phénomène de tendances que tout le monde suit et y participe. Les gens se motivent dans les commentaires ». Les utilisateurs se valorisent et créent du lien au travers des vidéos partagées et des sentiments exprimés publiquement sur celles-ci : « la meilleure vidéo que j'ai vu ! » (romaaaneee_, 17/02/21).

Cette vidéo (<https://vm.TikTok.com/ZMeM1bSpL/>), montre une jeune femme qui s'exprime et s'adresse directement au lecteur de sa vidéo en citant des paroles motivantes.

Les utilisateurs agissent presque comme s'ils se connaissaient en un sens et apportent beaucoup d'importance à l'entraide et la protection de l'image de tout un chacun : « dès que j'avais un commentaire un peu méchant ou négatif, tu avais des personnes que je ne connaissais pas du tout qui ont répondu en mode « tais-toi laisse la tranquille... ». Je trouve ça super chouette quoi ! (...) Il y a beaucoup, beaucoup plus de partages sur *TikTok* et de positivité » (Margaux, 26 ans).

RECHERCHE DE LIEN SOCIAL

TikTok, un moyen de se sentir proche des autres : « j'ai l'impression que ça relie un peu les gens entre eux heu... (...) Je pense qu'on est dans une société qui est devenue tellement individualiste et je pense qu'on est beaucoup plus seul qu'avant. Heu, qu'on a besoin de liens en fait et le lien, on va le trouver sur Internet parce que dans la vraie vie, il est super difficile à trouver... » (Maxime, 35 ans). Conscients de la nature virtuelle de cette plateforme, ils ont été nombreux à avouer que celle-ci leur permettait de se sentir proches des autres utilisateurs.

PARTAGE DES MOMENTS DE VIE ET DE PASSION

La plupart des utilisateurs partagent leur vie, leurs voyages, des moments de rire avec leur famille (<https://vm.TikTok.com/ZMeRbdL1d/>). Les utilisateurs publient des vidéos parfois banales qui semblent plaire de par leur authenticité et leur spontanéité : « Hi, I'm obsessed with your vibes » (iimmiee, 30/04). Le partage et la convivialité sont deux valeurs qui ressortent majoritairement de l'étude.

Par ailleurs, de nombreux utilisateurs profitent de *TikTok* pour partager leur(s) passion(s).

TABLEAU 6: EXEMPLES ILLUSTRATIFS DES DIFFERENTS PARTAGES

(https://vm.TikTok.com/ZMeFe87TD/)	L'auteur partage sa vision de l'été parfait et incite les autres à faire de même « Who's joining me ? ».
(https://vm.TikTok.com/ZMeB69p2P/)	Deux amies partagent leur voyage.
(https://vm.TikTok.com/ZMekJvK2e/)	Deux amis reproduisent une danse populaire de <i>TikTok</i> .
(https://vm.TikTok.com/ZMeaoFesJ/)	Une jeune femme donne des astuces photos artistiques.
(https://vm.TikTok.com/ZMeaoSnFG/).	Un photographe se fait connaître en abordant des étrangers dans la rue et en mettant en scène un shooting improvisé, une tendance populaire sur la plateforme

LIBERTE D'EXPRESSION ET OUVERTURE D'ESPRIT

Il semble que les utilisateurs se libèrent sur cette plateforme : « le fait que chacun s'exprime comme il veut. C'est vraiment libre et tout le monde parle de ce qu'il veut » (Augustin, 17 ans). Ils osent y poster des contenus plus fous les uns que les autres. Cette particularité distingue *TikTok* des autres réseaux sociaux. En effet, tous les répondants ont cité le fait que les gens « se lâchent » et expriment leurs valeurs. Ils se montrent sous diverses apparences souvent en dehors des normes sociétales et des idéaux de la vie tant réelle que virtuelle : « je pense que ces applications-là sont tellement puissantes que maintenant, elles appartiennent aux utilisateurs » (Maxime, 35ans). Le jugement est très peu présent sur cette plateforme et c'est pourquoi les utilisateurs « osent » : « je ne sais pas pourquoi mais j'ai l'impression que quand je fais des vidéos sur *TikTok*, on fait des choses qu'on oserait peut-être pas faire sur *Instagram*. La moitié de mes vidéos *TikTok*, je ne les partage pas sur *Insta* parce qu'après j'ai un peu honte (rire). On ose plus poster sur *TikTok* parce qu'on sait qu'on ne va pas être jugé là-dessus. Alors que sur *Insta*, on est beaucoup plus jugé. (...) Les gens s'en foutent sur *TikTok*. On s'en fout de comment t'as l'air, heu de comment t'es physiquement (...) Sur *TikTok* vraiment, c'est une plateforme où on est super super libres de faire ce qu'on veut (...) même si ça, c'est des choses qui entre guillemets sont difficilement acceptées par la société » (Margaux, 26 ans). Léa, 20 ans, décrit également l'importance de cette caractéristique sur le réseau : « sur *TikTok*, il y a vraiment une communauté où les gens s'encouragent ! C'est hyper cool quoi ! Il n'y a plus tous ces clichés qu'on a en tête, après j'imagine que voilà, il y a toujours des gens pour critiquer, ça c'est sûr, mais après je dirai vraiment qu'il y a cette liberté d'expression (...). Les utilisateurs de *TikTok* sont beaucoup plus ouverts d'esprit et les gens sont hyper libres et ils parlent de qui ils sont ouvertement. ».

ACCEPTATION DE LA DIFFERENCE & « BODY POSITIVE »

Nombreux sont les répondants ayant mis en avant la tendance naissante du « body positive ». En effet, même si certains s'enlaidissent et jouent de cela pour faire rire, voire pour faire le buzz, d'autres se donnent l'autorisation de dévoiler leurs plus grands complexes en sachant qu'ils obtiendront du soutien de la part des membres de la communauté *TikTok*. Par exemple, les filles mettent en avant leurs formes et communiquent un message d'acceptation de soi (<https://vm.TikTok.com/ZMemQvKFM/>).

Des sportifs se montrent dans des positions où certains de leurs défauts sont visibles, ils s'assoient et prônent la normalité des défauts du corps. Les sujets tabous sont exhibés avec fierté et ça plaît. L'homosexualité, le transgenre, le sur poids, le handicap... sont des sujets fréquents dans les vidéos qui défilent sur le réseau.

L'acceptation de la différence et l'ouverture d'esprit semblent avoir un poids considérable dans les valeurs des nouvelles générations. Celles-ci, arrivent seulement sur *Instagram*, mais ne sont pas encore très développées : « sur *Insta*, c'est beaucoup plus heu, tu te sens beaucoup plus obligé de mettre un filtre ou d'être vraiment jolie. Mais ça commence à changer. Il y a beaucoup plus de gens « body positive » mais moins sur *Insta* je trouve, beaucoup plus sur *TikTok*. Je trouve que, une fille par exemple qui est en surpoids va faire une vidéo et les gens vont la supporter, genre « waw c'est cool, c'est trop bien ». T'es sur *Insta*, les gens vont être là, genre « ouais fin c'est juste une fille qui est un peu grosse quoi » (Margaux, 26 ans). Les personnes différentes deviennent des icônes valorisées et encouragées par la communauté de *TikTok*.

En lien avec cette acceptation de soi, les utilisateurs s'émancipent sous la forme qui leur plaît le plus : « sur *TikTok*, les gens ils suivent la devise du *MacDo* quoi « venez comme vous êtes » (rire) » (Mohamed, 41 ans). Chacun peut accentuer l'aspect de son soi qu'il veut partager aux autres dans l'optique de le valoriser : « *TikTok* laisse la porte ouverte à tout le monde, donc les gens, ils font un peu ce qu'ils veulent, ce qu'ils ont envie. Ils ont le droit d'être ce qu'ils veulent sur *TikTok* » (Luiz, 23 ans). Cela se rapporte au besoin de reconnaissance exprimé par les individus au travers des réseaux sociaux en général.

SPONTANEITE ET VALORISATION DU « REAL LIFE »

La majorité des répondants ont énoncé telle quelle cette « spontanéité » propre à *TikTok*, une particularité qui semble plaire : « j'ai remarqué que quand les vidéos sont très spontanées, ça fonctionne mieux (...) les gens ils aiment bien la spontanéité » (Nicolas, 24 ans). Les utilisateurs aiment la nature plus « authentique » du contenu proposé sur la plateforme et y voient une façon de montrer à quoi ressemble la « vraie » vie comme l'a exprimé Amandine, 30 ans : « moi je trouve ça vraiment bien qu'on montre de plus en plus « l'envers » du décor des photos « parfaites » d'*Instagram* et qu'il y a une réalité derrière aussi quoi ! (...) *TikTok* est beaucoup plus naturel, beaucoup plus spontané finalement parce qu'on fait des challenges et tant pis si on est un peu humilié.

L'idée c'est de savoir rire de soi qui est chouette dans cette application-là ! L'autodérision est beaucoup plus présente dans ce type d'application que sur *Instagram* où on est plus dans du « fake » entre guillemets ». C'est d'ailleurs, cette capacité à montrer du vrai qui provoque davantage le buzz comme l'a ressenti Charlotte, 19 ans : « c'est une vidéo drôle et hyper spontanée et c'est ça qui a fait le buzz quoi ».

Par ailleurs, *TikTok* propose ses propres filtres. Certains embellissent, d'autres déforment, d'autres encore créent un univers avec le visage de l'utilisateur et permettent de faire divers montages. Cependant, l'utilisation de ces derniers semblent moins narcissiques que sur le réseau *Instagram* : « moi personnellement ben je vais poster une photo sur *Instagram*, ça paraît un peu bizarre, mais je vais y réfléchir avant de la poster, je vais faire des retouches photos (...). Tandis que sur *TikTok*, j'ai moins cet esprit-là et je dirais que je poste un peu sur un coup de tête ...à l'inverse d'*Instagram* où c'est plus une vitrine personnelle. (...) Sur *TikTok*, c'est du contenu plus naturel, plus rigolo, sans prise de tête quoi ! » (Marius, 20 ans).

MOTIVATION POUR BOUGER

TikTok motive les utilisateurs à bouger, tester et filmer de nouvelles choses : « Thank you so much I am going to do it now » (studaywithme, 14/02/21). Ils se mettent à reproduire des danses, des recettes, des expériences et pleins d'autres choses amusantes.

Cette plateforme amène un certain dynamisme autant virtuel que réel dans le quotidien de ses utilisateurs : « je trouve que *TikTok*, c'est bien parce que ... pour des challenges par exemple de danse, je suis quelqu'un qui fait zéro sport, mais vraiment zéro, zéro, zéro... et *TikTok*, ça me fait danser. (...) *TikTok*, ça me fait bouger » (Margaux, 30 ans). De son côté, Amandine, 30 ans, a retrouvé ce côté dynamique de la plateforme : « pour moi, ça a un côté un peu sportif aussi parce que mine de rien (...) T'as ce côté-là aussi où ça te pousse à bouger en fait aussi, donc je pense que ça a un côté dynamique ».

Par ailleurs, de nombreux sportifs partagent leur routine pour inspirer les gens et les motiver à bouger et à avoir un mode de vie plus sain (<https://vm.TikTok.com/ZMemQw2fa/>).

6.4 Impacts de la plateforme sur les utilisateurs

6.4.1 IMPACTS DE LA PLATEFORME SUR L'EXPOSITION ET LA PERCEPTION DU SOI

L'impact de *TikTok* sur les utilisateurs repose sur plusieurs dimensions. L'avis de Maxime, 35 ans, donne une perspective générale et intéressante quant à l'impact de cette plateforme sur l'image et l'exposition de soi :

« Franchement faut pas se mentir, *TikTok* surfe complètement sur la société du paraître dans laquelle on est. (...) Moi je suis vachement en décalage avec beaucoup de gens de mon âge, qui disent « bah *TikTok* c'est un truc de gamin heu, c'est un truc de personne narcissique, etc. ». La société, elle évolue comme ça, moi j'essaye de trouver le positif dans ce genre de plateforme. Je trouve que c'est quelque chose de très positif ! Moi, ça me choque pas du tout. Surtout quand c'est pour se filmer en groupe et puis se faire une chorée tous ensemble ! Après on est quand même dans la culture du paraître et de se montrer, de se mettre en valeur ».

Très souvent, le succès des vidéos postées par l'utilisateur provoque un **sentiment de valorisation personnelle** de celui-ci. La plupart des créateurs de contenu ont exprimé leur sentiment de fierté suite au buzz d'une de leurs vidéos et ce, même en étant conscients que cela est nettement plus facile à atteindre sur *TikTok* : « depuis mon buzz avec la vidéo de ma grand-mère, j'ai quand même un petit côté de notoriété, donc je vois mes followers augmenter augmenter augmenter, c'est comme *Insta*, plus tu as de followers, plus tu te sens un peu heu supérieur et t'es content de reposter » (Charlotte, 19 ans). C'est d'ailleurs pourquoi certains utilisateurs considèrent que l'anonymat perd de son sens : « le but sur *TikTok*, c'est d'avoir le plus de « j'aime », d'abonnés. C'est devenu le défi et du coup, je ne pense pas que ce soit intéressant pour l'utilisateur d'utiliser un anonymat. S'il veut être connu, il utilisera son vrai nom et prénom quoi ! » (Augustin, 17 ans).

La majorité des utilisateurs semblent rechercher la **validation** des autres : « je dirai que même si on n'aime pas forcément se l'avouer mais c'est un peu comme sur tous les réseaux de se dire, fin ça nous fait plaisir quand même d'avoir des *likes* » (Axelle, 17 ans).

Presque instinctive, cette volonté de plaire est toujours bel et bien présente, même si elle ne repose pas autant sur des critères de beauté et des normes sociales strictes, comme c'est le cas sur *Instagram* : « *Insta*, je fais attention à ce que je poste, tandis que *TikTok*, je m'en fous quoi ! » (Charlotte, 19 ans).

L'exposition dans le but de plaire est donc toujours fortement présente surtout au sein de la génération Z : « quand je publie du contenu, c'est quand même plus pour être valorisé et avoir un retour quand même de la part des gens » (Marius, 20 ans).

Par ailleurs, d'autres utilisateurs ont évoqué l'impact sur **leur confiance en eux**, qu'il soit positif ou négatif, la plateforme a eu un impact non négligeable à ce niveau : « sinon le fait que j'ai eu pas mal d'abonnés, ça m'a apporté une certaine confiance en moi. Ça fait toujours plaisir de voir que ce que l'on fait plait aux gens quoi ! Pour ma part, *TikTok* a pris une grosse place dans ma vie et a bouleversé pas mal de choses » (Augustin, 17 ans). C'est un point qui a souvent été comparé avec le réseau *Instagram* : « ça me donne confiance en moi *TikTok*, qu'*Instagram* pas du tout » (Margaux, 26 ans). La peur du jugement reste néanmoins présente. Certains utilisateurs préfèrent se protéger et utilisent un pseudonyme qui leur permet de garder l'anonymat tout en créant leur vidéo et en y trouvant une valorisation personnelle.

6.4.2 DEVIANCES ET POINTS NEGATIFS ASSOCIES

POINTS NEGATIFS CITES

Tous les intervenants ont mis en avant le danger que peut représenter la plateforme, principalement pour les plus jeunes. En pleine construction identitaire, ils sont exposés au même contenu que tous les autres utilisateurs. Dès lors, il se peut qu'ils soient impactés négativement par certaines vidéos, ce qui peut avoir des conséquences sur leur perception d'eux-mêmes, voire sur leur propre identité. Les plus jeunes utilisateurs sont plus enclins à être impactés et à vouloir se prouver des choses à eux-mêmes au risque de mettre de côté leurs valeurs initiales et de s'exposer de façon inappropriée. Cette perspective est majoritaire auprès des répondants. Ils ont été nombreux à considérer que les plus jeunes utilisateurs sont plus influençables et donc plus enclins à s'exposer de façon inappropriées au risque de mettre leurs propres valeurs de côtés.

Cependant, la plateforme crée elle-même une censure pour certaines vidéos jugées inappropriées. C'est ce qu'a confirmé Maxime, 35 ans : « je sais que *TikTok*, ils ont bien régulé tout ça ! À mon sens, ils censurent beaucoup plus que sur *Insta*. Il y a vraiment un suivi maintenant très strict ».

La plateforme permet également aux spectateurs de mettre des alertes sur les vidéos jugées choquantes par ceux-ci, ce qui offre la possibilité de réagir rapidement pour éviter des drames auprès des plus jeunes (RTBF reportage, 27/01/21).

Par ailleurs, comme déjà mentionné précédemment, cette plateforme s'utilise très facilement et tout est très rapide, ce qui, pour la plupart des utilisateurs, leur fait perdre la notion du temps. Une vidéo *TikTok* illustre ce fait de manière parodiée (<https://vm.TikTok.com/ZMe2Ad9FG/>).

Le contenu infini et attrayant de ce réseau capte l'attention de l'utilisateur, ce qui le rend presque addictif : « quand j'y vais, je reste et je scrolle les vidéos et je ne m'arrête plus » (Axelle, 17 ans). L'hypnotisme de cette plateforme n'est pas sans risque. Ce point est considéré comme négatif dans la mesure où l'utilisateur ne prend plus suffisamment de recul que pour distinguer le virtuel du réel : « faire attention à l'impact que ça a dans nos vie et l'importance de prendre du recul. Ça peut être un cercle vicieux et du coup pour moi, les utilisateurs de *TikTok*, c'est parfois un public très très jeune. (...) Je me dis qu'en fonction de notre éducation ou heu si on vient d'un milieu où on a reçu plus ou moins d'éducation par rapport à ça, la culture des réseaux sociaux et tout, on peut vite être influencé et il faut faire la différence avec la vraie vie » (Axelle, 17 ans). Cela n'est cependant pas une majorité, les jeunes savent également utiliser la plateforme de manière plus saine et reproduire des danses ou challenges plus « adéquats » comme l'illustre cette vidéo, où une jeune fille reproduit un challenge populaire de danse et photographie (<https://vm.TikTok.com/ZMemQch3u/>).

À côté de cela, *TikTok* n'échappe pas aux « haters »²⁹ et certains utilisateurs sont harcelés, certes moins que sur les autres réseaux, mais la plateforme n'est pas épargnée par cette dérive négative.

²⁹ Les "haters" désignent des personnes qui, pour un conflit d'opinion ou toute autre raison, vont dénigrer une personne de manière continue, ce qui se traduit souvent par de la violence verbale et principalement via les réseaux sociaux.

6.5 La présence des marques sur la plateforme

Il semble que les marques tentent de se faire une place sur la plateforme. Par exemple, *Zalando* fait sa pub en utilisant un challenge de danse populaire. *Spotify* apparaît sous forme de vidéos qui se mêlent au flux vidéographique de *TikTok*. De plus en plus de marques se frayent un chemin dans le flux vidéographique de la plateforme. Voici un exemple d'une publicité pour Doritos, qui a son propre compte sur la plateforme, apparue lors de l'ouverture de l'application (<https://vm.TikTok.com/ZMemQKYpE/>).

La plupart des marques se calquent aux *TikTokers* qui créent du contenu qui leur ressemblent. Elles profitent de leur notoriété sur la plateforme pour se faire voir davantage et renforcer ou renouveler leur identité et se rapprocher de leur audience en nouant une collaboration avec eux : « elles doivent définir leur propre ligne éditoriale, on le voit bien, plein de jeunes ont leur propre ligne éditoriale. Il y en a qui font des parodies, d'autres des imitations, d'autres des tours de magie et d'autres encore des chorées, etc. Il faut trouver le truc qui ressemble à la marque. Il y a clairement la bonne technique, c'est aussi de faire des partenariats avec les influenceurs. Quand vous voyez que certains ont entre cinq et quinze millions de gens abonnés à leur compte *TikTok*, c'est une audience incroyable ! » (Maxime, 35 ans).

6.5.1 LA PERCEPTION DE *TIKTOK* COMME PLATEFORME COMMERCIALE

La perception de *TikTok* comme « plateforme commerciale » varie au sein de mon échantillon. Certains utilisateurs de *TikTok* considèrent que les marques n'ont pas leur place sur cette plateforme qui, selon eux, est plus orientée vers le divertissement et le partage : « pour moi voilà c'est une plateforme pour du divertissement où on partage des clips avec de la musique, fin voilà pour moi il n'y a pas de place à la publicité » (Axelle, 17 ans). Même s'ils sont conscients de l'opportunité que représente *TikTok* en termes de visibilité. Ces derniers semblent soulés par les pubs et pensent que cela ne sera pas aussi efficace sur *TikTok* que sur les autres réseaux sociaux.

Cependant, tous les répondants abordent tout de même la possibilité pour les marques de jouer le jeu et de diffuser du contenu dans le même style que celui partagé par les utilisateurs. C'est-à-dire, en utilisant les sons et musiques tendances, voire en reproduisant des challenges ou danses populaires où la marque serait visible.

Cela se rapproche de ce que font les influenceurs sur *Instagram*, une stratégie marketing qui semble être appréciée : « direct dès qu'il y a une pub de marque je zappe direct. Par contre, si c'est quelqu'un qui présente un produit, c'est différent et je vais peut-être regarder » (Mohamed, 41 ans). À l'inverse d'*Instagram*, *TikTok* favorise une notoriété plus rapide et plus importante : « ce qui est assez hallucinant, je trouve en comparaison à *Insta* qui était franchement l'app où les marques communiquaient beaucoup ces derniers temps. Je suis assez halluciné par le nombre d'influenceurs sur *TikTok* et surtout l'audience énorme qu'ils ont. J'ai l'impression qu'on a tendance à beaucoup plus s'abonner sur *TikTok* que sur *Insta* » (Maxime, 35 ans). Par exemple, dans mon échantillon d'intervenants, Marius, 20 ans, a été contacté par l'association « Get up Wallonia » pour faire connaître l'initiative (<https://vm.TikTok.com/ZMeuUNuvD/>).

D'autres ont justement trouvé que *TikTok* intègre mieux les marques que les autres réseaux sociaux. En effet, il est possible pour l'utilisateur de passer facilement la publicité, comme l'a décrit Charlotte, 19 ans : « il est mis « passer la pub » et directement tout le monde la passe ».

6.6 Futur de la plateforme

L'effet de mode est revenu quelques fois dans les interviews : « je pense personnellement que ce n'est qu'une mode (...) Je crois que dans un an, ça se sera déjà estompé et heu je pense que oui, c'était une mode qui est tombée au bon moment pendant le confinement. (...) À mon avis après le Covid, ça partira aussi vite que c'est arrivé » (Augustin, 17 ans).

Tous les interviewés sont conscients de la vitesse d'évolution de ce domaine numérique et savent que d'autres réseaux sociaux apparaîtront pour détrôner *TikTok* par la suite : « je pense que la plateforme va continuer puis il y en aura une autre dans trois ans, dans quatre ans... et puis il y aura sûrement des nouvelles tendances, ça dépendra aussi de l'innovation quoi ! Là ici, les plateformes se piquent un peu les fonctionnalités : les stories ont été inventées par *Snapchat* et *Instagram* les a reprises. *TikTok* est basé sur du contenu vidéographique, avec des petites vidéos, *Instagram* a repris ça dans ses « réels »³⁰. Fin je pense que c'est sans fin » (Maxime, 35 ans).

³⁰ Les réels d'*Instagram* sont comme les vidéos sur *TikTok*, où il est également possible d'insérer des sons, effets, etc. Elles se disposent comme sur *TikTok* et s'enchaînent au rythme des "swipes" de l'utilisateur. Source: <https://about.Instagram.com/fr-fr/blog/annoncements/introducing-Instagram-reels-announcement>

Chapitre 7 : Bouclage Théorique

La **mise en scène de soi**, telle que présente sur toutes les plateformes digitales, prend une nouvelle signification sur la plateforme *TikTok*. Les individus apportent toujours autant d'importance à ce qu'ils renvoient, mais dans une perspective beaucoup plus positive et valorisante du soi « sans artifices ». Évidemment, l'envie de se montrer sous son plus beau jour et de positiver un maximum sa vie est toujours présente dans la réalisation des vidéos diffusées sur le réseau *TikTok*, mais les utilisateurs apportent davantage de valeur à une **apparence** plus vraie (Pierson, M.L., 2005). Le positivisme exhibé sur les réseaux sociaux reste de mise : beaucoup de *TikTokers* tentent de diffuser un message de positivité (Jullien, F, 2020). Cependant, cela ne les empêche pas de se confier sur les aspects plus négatifs de la vie. Les utilisateurs « lèvent le voile » de la perfection. Ils osent exprimer les côtés moins « esthétiques », « moins parfaits » de leur vie ou de leur corps et ça plait ! *TikTok* semble mieux coller à la réalité que les réseaux *Facebook* et surtout *Instagram*.

Les **nouvelles générations**, semblent sensibles à l'acceptation de la différence et à l'ouverture d'esprit qui guident la majorité du contenu posté sur le réseau. Ils créent des liens via la plateforme, ce qui caractérise le « **web social** » tel quel défini par Perea (2010).

Le **narcissisme** dit « des nouvelles générations » dénoncé sur les autres réseaux sociaux prend une tout autre signification dans ce cas-ci, même si cette cause comportementale reste partiellement valable. Dans le cas de *TikTok*, les gens ne postent pas uniquement pour se montrer : ils postent pour divertir, amuser, rassurer, créer du lien et partager des messages. Il y a derrière une réelle cause sociale ainsi qu'un mouvement de « réflexivité » où les individus échangent leurs pensées et sont amenés à se questionner sur leur propre vie (Cardon, D., 2011). **L'égo** y a davantage de chances d'être « conquis » grâce au système valorisant qui est installé sur cette plateforme. Cependant, cela semble nettement moins attaché à l'esthétique physique de la personne, même si toujours étroitement lié sur la plateforme. En effet, cet égo est valorisé dans **les caractéristiques intrinsèques** de son hôte, son savoir-faire, ses talents, ses connaissances, ses valeurs, etc. Ceci marque certaines des caractéristiques comportementales émergentes du **Postmodernisme** (Choi, H. S., 2013). Au travers de cette émancipation du soi des utilisateurs, de nouveaux mœurs et de nouvelles valeurs émergent et parfois s'opposent aux normes établies par la société.

Il y a là le signe d'une ouverture d'esprit et d'un détachement sociétal important, lié à une **individualisation** puissante de la part des individus. D'ailleurs, le concept d'« *empowerment* » tel qu'expliqué par Cardon, est observé et s'applique parfaitement sur la plateforme *TikTok* (cf. 1.1.2).

Dès lors, l'**image de soi**, telle que définie par Ratier (2002), est impactée de manière positive en majorité, car plus facilement valorisée sur cette plateforme. La **construction identitaire** semble moins compromise par des idéaux difficilement atteignables. Dès lors, beaucoup plus de personnes se sentent valorisées et leur estime de soi est améliorée.

La frontière entre le soi « **idéal** » et le soi « **réel** » est réduite (Melghalgh, M., & Ouahi, L., 2020). Les utilisateurs se donnent davantage le droit d'être ce qu'ils sont réellement. Leur **identité réelle** décrite par Lukasiewicz (2009) est davantage mise « à nu ». La spontanéité et l'authenticité sont encouragées et beaucoup plus susceptibles de faire le buzz sur le réseau. La valorisation personnelle et l'acceptation de soi sont, en un sens, rendues plus facile. Le relâchement du soi réel sur les réseaux sociaux est apparu comme une nouvelle forme d'expression digitale au travers du contenu vidéographique.

Cependant, en se dévoilant de la sorte, l'utilisateur risque de prendre à cœur les remarques plus négatives, même si elles ne sont que minoritaires sur le réseau. C'est pourquoi, on assiste toujours à une expression de soi dans une **autonomie relative** de l'individu. Il se définit sur la plateforme en restant lui-même, tout en se mêlant aux tendances valables sur la plateforme (Coutant, A., & Stenger, T. 2010).

Par ailleurs, les **tendances** permettent aux utilisateurs d'être beaucoup plus libres et sont en concordance avec une exposition plus « sincère » de soi. D'ailleurs, le processus de **simulation** et **subjectivation**, décrits par Cardon (2011), sont également valables sur ce réseau (cf. section 1.2.1). Cela semble paradoxale, mais peut s'expliquer par la phase de « transition » des mentalités sur les réseaux sociaux. Ces comportements **hédonistes** engendrent un contenu très riche et diversifié sur la plateforme. Le côté fun et amusant prend beaucoup de place sur le réseau. Le **relativisme** est ici fortement significatif de par la liberté d'expression, base solide de cette plateforme, qui s'y répand (Choi, H. S., 2013).

TikTok a révolutionné, en un sens, l'**interaction des réseaux** sociaux. Alors que *Facebook* permet d'être en contact avec ses proches et *Instagram* d'exposer sa plus belle image, *TikTok* crée un lien de bienveillance entre ses utilisateurs. Sur *TikTok*, le bien-être prévaut et s'avère être un facteur précieux et essentiel dans l'engagement des utilisateurs.

TikTok agit comme un **espace hétérotopique** dans lequel les utilisateurs s’immergent et se divertissent (Hert, P., 1999). Cet espace est défini à travers une existence vidéographique où l’individu se construit une **identité digitale**. Il semble que cette identité projetée, ou **identité-écran** décrite par Perea (2010), est proche voire similaire à l’identité réelle de la personne. Ici, la création **d’identités multiples** décrites par Warburton (2012) semble avoir moins d’intérêt puisqu’il est davantage possible de construire son identité digitale sur base de son soi réel. Dès lors, la barrière entre le virtuel et le réel est impactée et devient perméable. L’impact du virtuel sur le réel semble également plus positif, les utilisateurs passent des moments de bonheur et de joie avec leurs proches et ces instants sont ensuite partagés sur la plateforme. Le bonheur vécu est ainsi transmis dans une vidéo qui sera visionnée par d’autres utilisateurs qui ressentiront également ce bonheur. Comme un spectateur devant un film, la propagation d’émotions réelles sur base de contenu virtuel est possible et marque également le succès de cette plateforme.

La **popularité** est également un facteur de succès important et fortement lié au besoin de **valorisation de soi** (Jullien, F, 2020). Ici, le besoin de reconnaissance et de validation par les autres de son soi semble plus simple à combler. La solidarité et la bienveillance motivent également le comportement de s’exposer de manière plus vraie.

Le sentiment positif de complaisance provoqué par la plateforme se manifeste sous la forme d’émotions réelles positives que les utilisateurs « actifs » (*Créateurs, Hyperactifs* et *TikTokeurs influenceurs*) et les utilisateurs « passifs » (*Voyeurs* et *Réactifs*) ressentent à travers leur utilisation de la plateforme. Ces émotions sont induites par tous les réseaux sociaux en général. En effet, l’algorithme des réseaux sociaux est expressément conçu pour faire rester l’utilisateur le plus longtemps possible sur la plateforme. L’attention de l’utilisateur est le carburant des réseaux sociaux. Évidemment, chaque réseau a un algorithme qui fonctionne différemment, mais son objectif reste le même. La configuration du réseau est telle que l’utilisateur est irrémédiablement propice à devenir accro. Cette **dépendance physiologique** est liée à la libération de *dopamine*, hormone du bonheur, lors du *swipe* d’une vidéo à l’autre ou encore provoquée par le fait de cliquer sur « *like* »³¹. Il est scientifiquement prouvé que la libération de cette hormone, liée à la validation du soi, engendre l’attachement de l’utilisateur envers la plateforme.

³¹<https://rmc.bfmtv.com/emission/qu-est-ce-que-la-dopamine-cette-hormone-que-l-on-secrete-en-consultant-nos-reseauxsociaux-1649134.html>

Pour les observateurs, le processus est le même : l'algorithme leur propose du contenu adapté à leurs préférences, leurs opinions et leurs pensées. Dès lors, ils ne viennent jamais à court de vidéos, ce qui garantit un divertissement à l'infini et une satisfaction continue.

À travers la répétition de ce processus, l'utilisateur a de plus en plus de mal, voire est incapable d'arrêter sa consommation de vidéos et reste sur la plateforme pendant des heures sans en prendre conscience³². Ce comportement s'explique également par l'expérience dite du « flux » ou *flow*, décrite comme « *un état cognitif parfois vécu par des individus très impliqués dans la navigation sur le Web* » (Fornerino, M., Helme-Guizon, A., & Gotteland, D., 2006, p.7). En d'autres termes, cela se traduit par le fait de se sentir complètement immergé dans une expérience au point d'oublier le monde autour et de perdre la notion du temps. Les réseaux sociaux jouent justement avec cette part d'inconscience. Cette manipulation comportementale s'explique également par l'expérience scientifique célèbre menée par le comportementaliste Skinner. Ce dernier a mis en lumière le phénomène de la **récompense aléatoire** à travers le processus du **conditionnement instrumental** (Turel, O., & Serenko, A., 2020). Ce phénomène inconscient amène à des pulsions comportementales qui expliquent la dépendance émotionnelle de l'utilisateur envers le réseau³³. L'addiction en est donc une conséquence directe.

Les conséquences générales de cette manipulation de l'esprit humain peuvent être importantes et sont à considérer. Surtout du fait que les utilisateurs n'en sont pas forcément conscients. Notamment, la perte de l'esprit critique est un risque à envisager. Celle-ci s'accompagne de la **polarisation d'opinion** au sein de la société qui s'explique par le fait que l'individu est conforté dans ses propres opinions, pensées et croyances³⁴. Lié au **clavardage**, le renforcement de son avis par rapport aux avis opposés évolue au travers de l'immersion de l'utilisateur dans le contenu vidéographique (Perea, F. 2010). Les plateformes virtuelles proposent aux utilisateurs du contenu susceptible de leur plaire : en concordance avec leur personnalité, grâce aux données personnelles enregistrées à leur égard. *TikTok* fonctionne également de la sorte et le contenu vidéographique proposé à l'utilisateur est forcément en adéquation avec ses croyances actuelles. Dès lors, il en devient difficile pour l'individu de concevoir les avis divergents aux siens.

³² Source : "Social dilemma" Reportage Netflix effectué par Jeff Orlowski.

³³ <https://www.univers.fr/reseaux-sociaux-dopamine/>

³⁴ Source : "Social dilemma" Reportage Netflix effectué par Jeff Orlowski.

Cet aspect est tout simplement la base sur laquelle repose la création de **communautés virtuelles** dans lesquelles des croyances communes sont entretenues et fortifiées (Mucchielli, R., 1988). Ces communautés se forment au travers **d'intérêts et de passions communes** entre les utilisateurs sur une plateforme digitale. *TikTok* est le siège où se sont créées de nombreuses communautés digitales. Il est d'ailleurs correct d'affirmer que les utilisateurs actifs, qui participent et interagissent sur la plateforme, appartiennent à une communauté à part entière, celle des *TikTokers*. Cette communauté *TikTok* démontre bien le **caractère libre et sans hiérarchie des communautés digitales** (Munar, A. M., 2010).

Par ailleurs, un autre type de rassemblement entre les utilisateurs est observé sur le réseau *TikTok* : les « **Communitas** » élaborées par Turner, soit « **Communitas Turnériennes** ». Le principe est très simple : rassembler les gens sur base de leur passion commune peu importe leur âge, leur genre, leur culture et leur origine. Une interaction forte existe entre les membres d'une communitas. Une réelle proximité se crée entre des individus, qui ne se connaissent peut-être pas du tout, sur base d'un attachement mutuel fort à des idées, personnes, activités, etc.

De manière générale, les utilisateurs se sentent **engagés** envers le réseau et envers leur communauté. Cet engagement se manifeste selon différents degrés. Un sentiment commun ainsi que des émotions fortes sont créées chez les utilisateurs, ce qui se rapporte au concept « **d'effervescence collective** » de Durkheim. Cette dernière s'accompagne de ce qui est appelé l'« **effervescence créative** » qui se décrit comme l'émergence de nouvelles valeurs et de nouveaux mœurs au sein de la collectivité (Olaveson, T., 2001). Par ailleurs, ce phénomène a été remarqué principalement lors de périodes dites « chocs » de l'histoire. Or, la plateforme *TikTok* a rencontré le succès lors du premier confinement causé par la crise de la Covid-19. En effet, « *sous l'influence d'un grand choc collectif, à certaines périodes historiques, les interactions sociales deviennent beaucoup plus fréquentes et actives. Les individus se cherchent et se réunissent davantage. Il en résulte une effervescence générale qui caractérise les époques révolutionnaires ou créatives. Le résultat de cette activité accrue est une stimulation générale des énergies individuelles. Les gens vivent différemment et de manière plus intense qu'en temps normal. Les changements ne sont pas seulement des nuances et des degrés, l'homme lui-même devient autre chose que ce qu'il était* » (Olaveson, T., 2001, p. 101). Dès lors, l'impact de la crise sanitaire sur l'utilisation de ce réseau n'est pas négligeable.

Suite au confinement, les liens sociaux réels ont été fortement réduits et la plateforme a, en partie, fonctionné grâce à une certaine **compensation émotionnelle** des individus. Le réseau a joué le rôle de soupape dans cette crise. En effet, la pandémie laisse des marques, notamment en termes de bien-être social : « *L'être humain étant un être biopsychosocial, pour qui la communication constitue un élément clé de sa nature, la situation actuelle l'empêche de réaliser sa nature profonde d'être éminemment social* » (Ansaldo, A. I., 2020, p.1). *TikTok* a permis d'entretenir le lien que les individus ne pouvaient pas combler entièrement dans la réalité.

Par ailleurs, ce réseau permet aux utilisateurs d'exprimer leur créativité. Cela s'explique au regard du concept de « **bricolage** » : certaines activités permettent au consommateur d'être créatif et favorisent une utilisation ludique de leurs produits ou services. En termes marketing, le « *bricolage* » est une expérience vécue par les consommateurs suite à l'émergence d'internet et de l'espace digital qui s'y est créé. Cela s'observe notamment dans l'expression de créativité développée au travers de l'utilisation des plateformes digitales (Shih, C. F. E., 1998). La plateforme *TikTok* en est un exemple remarquable.

Cette créativité permet également aux utilisateurs d'exprimer leurs opinions. Un « **défolement créatif** » est également observable sur la plateforme : de nombreux utilisateurs utilisent l'autodérision et l'humour pour faire passer des messages. Les danses, parodies et autres sont exécutées et partagées dans le but de faire rire tout en exprimant ses préférences et opinions. La liberté d'expression est valorisée tout en évitant la méchanceté. La plateforme joue le rôle de tremplin créatif pour les individus envieux de partager leur opinion personnelle à propos de nombreux sujets (Leheut, É., 2015).

De leur côté, les *TikTokeurs influenceurs* ne se permettent pas un tel « relâchement » du soi réel sur la plateforme. Ils gardent une conduite propre à leur audience afin de « garder la face ». Pour la majeure partie, ils construisent et restent dans la même ligne de conduite que celle des marques avec lesquelles ils collaborent. Inversement, les marques renouvellent ou fortifient leur image grâce à ces influenceurs qui agissent comme des **leaders d'opinion** (Marchand, S., 2016). À une échelle proche de celle de grandes égéries ou des personnes connues (chanteurs, acteurs, ...), ces *TikTokeurs influenceurs* ont acquis un statut qui leur donne le pouvoir d'influencer les autres dans leur comportement. Ils suscitent l'engagement et sont valorisés par la communauté virtuelle à laquelle ils appartiennent (Bahar, B. K., 2018).

Le pouvoir d'influence semble avoir basculé du côté de l'utilisateur qui se crée une image à laquelle l'une ou l'autre marque s'aligne sur le réseau. Les rôles se sont « neutralisés », les diktats marketing et sociétaux sont nettement moins respectés. Les utilisateurs dictent leurs propres valeurs morales et éthiques.

TikTok est une plateforme sur laquelle le divertissement des utilisateurs est essentiel et définit son succès. La surcharge de publicité peut clairement représenter un point faible. Aujourd'hui les individus ont besoin de s'évader et de passer du temps sur une plateforme sans être interrompu par une publicité. Le **sentiment d'intrusion** voire d'oppression des marques sur les consommateurs peut avoir de nombreux effets négatifs, ce qui est évité sur *TikTok* (Legoy, G., 2017). L'utilisateur peut facilement quitter la pub qui apparaît. Cependant, la **capacité de diffusion** caractéristique de ce réseau génère une source de visibilité inégalable. Cet atout attire les marques qui veulent se faire une place sur le réseau. D'où le pouvoir des créateurs de contenu à grande notoriété qui sont chassés par les marques dans le but de collaborer. Le **marketing d'influence** est bouleversé et évolue rapidement sur la plateforme. Principalement en temps de crise, les consommateurs doivent être rassurés. Dès lors, la **notoriété** et l'**attitude** sont des critères cruciaux pour les marques qui cherchent à construire une collaboration d'influence avec des *TikTokers*. La notoriété se caractérise par la connaissance innée du consommateur envers la marque. La spontanéité avec laquelle ce dernier va citer une marque en particulier. L'attitude se définit comme « *l'évaluation interne d'une marque par un individu* » (Bury, C., & STEILS, N. 2021, p. 15).

Le **rôle des membres** de la communauté *TikTok* est crucial et s'articule en différents types d'interactions. En effet, cinq catégories distinctes ont été établies sur base de la netnographie et des entretiens individuels. Ces catégories peuvent être étudiées dans le cadre de la structure de typologie des consommateurs de communauté virtuelle élaborées par Kozinets (1999).

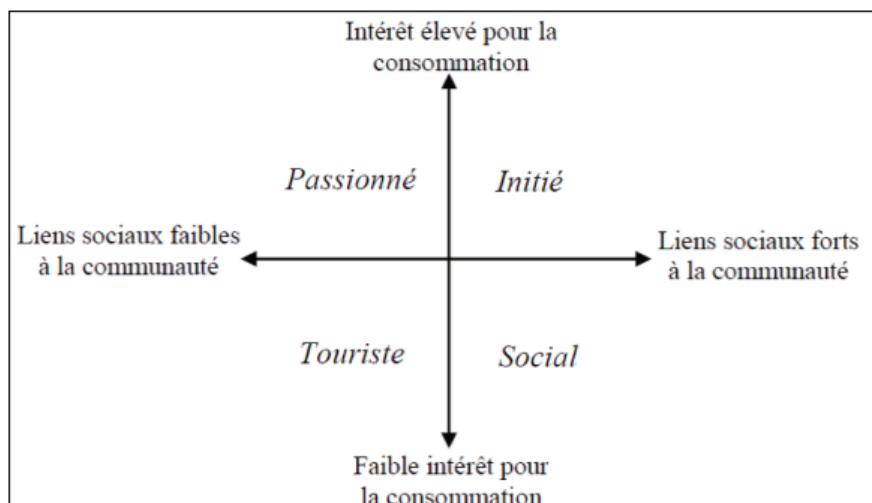


ILLUSTRATION 5: TYPOLOGIE DES MEMBRES D'UNE COMMUNAUTE VIRTUELLE
 SOURCE : (BAHAR, B. K., 2018, P. 50)

Dans ce mémoire, les utilisateurs de la plateforme *TikTok*, ont été répertoriés comme ; « *Voyeurs* », « *Réactifs* », « *Créateurs* », « *Hyperactifs* » et « *TikTokeurs Influenceurs* ». Pour rappel : tous les utilisateurs qui créent du contenu sont considérés comme des *TikTokeurs*. Ces catégories d'utilisateurs peuvent être rapprochées aux différents rôles explicités dans l'illustration ci-dessus. Les « *Voyeurs* » sont très peu engagés, ils interagissent très peu voire pas du tout et consomment peu ou beaucoup de contenu. Ils se rapprochent davantage des « *Touristes* », voire des « *Passionnés* » dans le cas où ils regardent beaucoup de vidéos. Ensuite, les « *Réactifs* » sont des « *Voyeurs* » qui interagissent avec la plateforme. Ils se trouvent donc du côté droit du graphique. Leur consommation du contenu peut être variable, ils peuvent ainsi être qualifiés d'« *Initiés* » ou de « *Sociaux* ». Les « *Créateurs* » sont des utilisateurs qui utilisent beaucoup la plateforme et l'enrichissent de leur contenu. Ils se trouvent dans la partie haute du graphique et se rapprochent des « *Passionnés* ». Ils peuvent entretenir du lien et développer des interactions avec les autres ou non, ils sont surtout caractérisés par la création de contenu. Les « *Hyperactifs* » sont, quant à eux, des « *Créateurs* » qui interagissent beaucoup avec la communauté et sont donc assimilables aux « *Initiés* » dans le tableau. Finalement, les « *TikTokeurs influenceurs* » sont des « *Hyperactifs* » avec une notoriété qui leur a permis de collaborer avec des marques. Cet aspect n'est pas illustré dans la classification du graphique, ils se rapportent donc, au même titre que les « *Hyperactifs* », aux « *Initiés* ».

Finalement, *TikTok* reprend de nombreuses caractéristiques d'autres réseaux sociaux et est assimilable à une sorte de combinaison « presque parfaite ». La photographie numérique d'*Instagram* laisse place à la vidéographie déjà présente sur *YouTube* et *Snapchat*. Un format de contenu qui semble faire l'unanimité auprès des utilisateurs. Les *hashtags* d'*Instagram* sont repris tel quels en y ajoutant une spécificité grâce aux « *hashtags trends* ». Ensuite, *TikTok* joue également le rôle « **d'utopie sociale** » et reprend des caractéristiques qui ont fait le succès de *Facebook* dont le partage de moment de vie (Potier, R., 2012). Il se rapproche d'une certaine manière du réseau *LinkedIn* de par la visibilité qu'il offre et qui permet aux utilisateurs de partager leurs talents et leurs compétences professionnelles. L'exposition de type « revue » y est également présent de par le partage d'avis sur des expériences, tout comme sur le réseau *TripAdvisor* (Munar, A. M., 2010). Finalement, la nature informative des contenus de découvertes, savoirs et expériences se rapproche de la plateforme *Wikipédia*.

CONCLUSION GENERALE DE CE MEMOIRE

Apports Théoriques

Tout d'abord, une revue de la littérature a été réalisée. Cela a permis de définir et de développer de nombreux concepts théoriques nécessaires à l'élaboration du sujet d'étude de ce mémoire. En commençant par la définition de l'image de soi, de l'identité et des réseaux sociaux, le contexte général a pu être établi. Ensuite, de manière plus ciblée, l'exposition du soi dans le contexte digital a été parcouru en profondeur au regard de la documentation disponible à ce sujet dans la littérature scientifique. Finalement, la digitalisation et les tendances actuelles ont été développées dans le but de comprendre le monde digital dans lequel nous vivons actuellement. Le cadre théorique s'est clôturé par la présentation générale de la plateforme *TikTok*, qui est la base de l'étude qualitative menée dans mon mémoire.

Peu de documentation existe sur la mise en scène du soi des utilisateurs sur le réseau social *TikTok* de par sa nouveauté. D'où l'intérêt du sujet de l'étude de ce mémoire qui s'est porté sur l'analyse comportementale des utilisateurs, leurs interactions sur la plateforme et l'impact que le réseau a sur leur identité, leur confiance en soi et sur leur vie en général. Ensuite, la perspective marketing a également été abordée en y étudiant la place des marques sur ce réseau. La considération de *TikTok* comme une « plateforme commerciale » par les utilisateurs a pu être étudiée. Il a été constaté que de nouvelles stratégies marketing apparaissent et il est essentiel de s'y intéresser. En effet, les résultats de l'étude divergent avec ce qui est dit dans la littérature. Notamment sur les diktats esthétiques, auparavant dirigés par les marques. Aujourd'hui, les utilisateurs prennent le pouvoir sur les idéaux sociaux et affichent une ouverture à la différence et favorisent une perspective plus « vraie » et plus « libre » de leur existence virtuelle.

Finalement, l'analyse empirique a apporté à la littérature une perspective immersive sur la plateforme tout en renforçant de nombreux concepts qui y sont déjà développés. Notamment, la recherche de lien social, l'engagement et le besoin de valorisation de soi sont des concepts forts, validés par l'étude qualitative menée. La perception générale des utilisateurs envers la plateforme a pu également être analysée. Par ailleurs, l'étude a également permis d'identifier les possibilités d'interactions générées par ce nouveau réseau ainsi que d'y percevoir les motivations et valeurs propres aux utilisateurs et favorisant leur exposition sur *TikTok*.

Apports Managériaux

La place des marques sur la plateforme y étant également étudiée, il est correct d'affirmer que celles-ci y trouvent leur compte. La communication et les stratégies marketing de ces dernières sont bouleversées et celles-ci s'orientent vers la collaboration avec des *TikTokers influenceurs*. Cela leur offre une possibilité de faire de la publicité de manière plus dynamique et ciblée. En effet, ces dernières ont plus de succès lorsqu'elles collent aux nouvelles valeurs des utilisateurs. Elles peuvent de cette manière se construire un **positionnement fort et engagé** envers les nouveaux idéaux appréciés par leur audience.

Entre autre, ce mémoire a pu donner des pistes pertinentes sur la vision des consommateurs envers les marques et leur entrée sur ce réseau. La visibilité offerte par *TikTok* n'est plus à démontrer et ouvre de nombreuses opportunités tant pour les utilisateurs que pour les marques. Il devient essentiel pour les marques de se mettre au goût du jour et de profiter de la dynamique de cette plateforme pour valoriser leur image et fortifier leur place auprès des consommateurs. De plus, ce réseau gère les publicités de manière à limiter le sentiment d'intrusion ce qui est apprécié par les utilisateurs.

Par ailleurs, *TikTok* s'est révélé être un tremplin pour de nombreuses personnes qui souhaitent s'épanouir personnellement et professionnellement dans les milieux qui les passionnent. Beaucoup d'utilisateurs se lancent dans la carrière de leur rêve grâce à ce réseau. Les codes sociaux tant personnels que professionnels sont nettement réduits et permettent aux individus une liberté jusque-là inégalée sur les autres plateformes virtuelles. Cette liberté a évidemment des limites, celles du respect humain et de la vie privée qui ne sont pas toujours respectées. Les risques cités pour les autres réseaux sociaux restent en partie valables. La mise en scène des utilisateurs change et évolue, *TikTok* témoigne explicitement de ces évolutions.

IMPLICATIONS MANAGERIALES POUR LA PLATEFORME *TIKTOK*

La plateforme se positionne sur le marché très compétitif des réseaux sociaux, il est essentiel pour celle-ci de maintenir sa place en gardant ses atouts et en suivant les besoins de ses utilisateurs. En effet, le boom de la plateforme en partie causé par le confinement s'est nettement réduit depuis la fin du dernier confinement et la plateforme perd du terrain. Il serait intéressant de se pencher sur les causes de cette baisse du nombre d'utilisateurs, même si de manière générale, malgré ses éventuelles lacunes, *TikTok* a démontré pouvoir se défendre assez bien face à ses concurrents.

Limites de recherche

La première limite à la rédaction de ce mémoire est le manque de données provenant de la littérature scientifique à propos de la plateforme *TikTok*, celle-ci étant assez récente.

Ensuite, l'étude qualitative comporte une grande partie de subjectivité. D'une part, la netnographie effectuée se base sur du contenu personnalisé automatiquement par la plateforme depuis la création de mon compte sur le réseau. Le fonctionnement de l'algorithme de la plateforme amène forcément ce biais de subjectivité. D'autre part, j'ai analysé les entretiens individuels seule. Dès lors, l'interprétation des résultats est également sujette à ce biais. Dans une étude qualitative exploratoire, le chercheur n'est pas totalement objectif lorsqu'il effectue l'étude. De même, il est possible qu'il influence involontairement les réponses des interviewés, notamment du fait de la nature ouverte de l'entretien semi-directif.

Lié à la crise sanitaire de la Covid-19, toutes les interviews ont dû être effectuées à distance par vidéoconférence. Cela a enlevé dans certains cas l'aspect « naturel » et « spontané » de la conversation. Ensuite, l'impact de cette crise majeure sur les modifications de comportement des utilisateurs est à prendre en compte. Au-delà de l'évolution des plateformes digitales, cette crise influence inévitablement les résultats de mon étude.

Par ailleurs, l'aspect « tendance » de ce réseau est difficilement mesurable. Le succès de la plateforme ne peut donc pas être expliqué par « l'effet de mode ». Il n'a pas pu être prouvé sur la période sur laquelle l'étude exploratoire a été conduite, celle-ci étant limitée dans le temps.

Finalement, le guide d'entretien a été construit sur base des documents scientifiques étudiés en amont. Dès lors, il est possible que des éléments ne soient pas pris en compte dans l'étude et ce, même si le risque est très léger vu la rapidité de la saturation des informations atteinte durant les entretiens.

Questions de recherches futures

Il serait intéressant de s'interroger davantage sur la digitalisation et l'impact sur le rythme d'évolution des nouvelles générations. Cette accélération technologique est-elle positive pour leur propre construction personnelle ? *TikTok* est une utopie mais jusqu'à quel point ? Le paradoxe des effets négatifs d'une liberté d'expression sans limite est un autre sujet à développer. De manière plus approfondie, il serait intéressant de mesurer la corrélation entre le degré d'engagement et le sentiment d'appartenance des individus. Une étude quantitative serait judicieuse à mener pour obtenir davantage d'information à ce sujet.

D'un point de vue législatif, très peu de régulations existent à l'heure actuelle pour limiter le pouvoir des réseaux sociaux. Il serait intéressant d'enquêter sur les pistes de régulations applicables afin d'éviter les risques liés à la gestion des données privées des utilisateurs ainsi qu'à la manipulation comportementale, principalement auprès des jeunes.

Ensuite, le point de vue marketing concernant l'émancipation des marques sur ce réseau social n'a été que partiellement débattu dans ce mémoire. Il serait intéressant de se demander si nous entrons dans une nouvelle ère pour la communication digitale avec plus de possibilités et une modification des normes de fonctionnement entre « vendeurs-acheteurs ». Les diktats des marques s'estompent pour donner plus de place aux consommateurs, à leurs valeurs et leurs idéaux. Les influenceurs ont également acquis du pouvoir dans cette histoire. Leur rôle change et évolue vers une proximité grandissante avec leur audience. L'évolution de ce nouveau métier sur cette plateforme serait intéressante à suivre à l'avenir afin d'élaborer des stratégies marketing qualitatives pour les marques.

Les univers artistiques, techniques et scientifiques ont eux aussi leur place dans un monde qui va de plus en plus vite et où les innovations s'enchaînent. Pour rappel, une des répondantes, tatoueuse indépendante, profite de la plateforme pour nouer des collaborations avec d'autres indépendants (photographes, artistes, graphistes, ...). Dès lors, il serait intéressant de voir si ce genre de publicités plus « privées » ont davantage leur place sur *TikTok* en comparaison avec les grandes marques. Cela amènerait de nouvelles stratégies marketing qu'il serait intéressant de développer également.

Finalement, l'évolution même de *TikTok* après la crise sanitaire, lorsque la vie normale reprendra son cours, est intéressante à étudier afin de déterminer l'impact réel de cette période sur le succès de la plateforme.

Avis personnel

Au-delà de l'univers unique amené par *TikTok*, cette plateforme est très bien conçue, tant d'un point de vue ergonomique que social. Je trouve que ce réseau est extrêmement performant et garantit une expérience utilisateur optimale. Malgré sa nature virtuelle, ce qu'il transmet a un réel impact sur nous. Certaines vidéos m'ont fait vivre des moments de rire à ne plus savoir m'en remettre. J'ai voyagé, j'ai souri, j'ai ressenti beaucoup d'émotions au fil de mon utilisation. Le concept même « d'exposition de soi » est redéfini dans un univers où tout est possible et accepté, cela devient une partie de vie réelle projetée virtuellement et vécue réellement par tous les utilisateurs.

Je suis personnellement convaincue que la spontanéité qui l'habite le rend inégalable par rapport aux autres réseaux sociaux. La mise en scène de soi des individus sur cette plateforme semble avoir un objectif plus grand et moins personnel que sur les autres réseaux sociaux. Les marques ont tout à gagner à suivre le mouvement et s'intégrer dans les nouveaux codes.

Bibliographie

JOURNAUX ET PUBLICATIONS

Shih, C. F. E. (1998). Conceptualizing consumer experiences in cyberspace. *European Journal of Marketing*.

Hert, P. (1999). Internet comme dispositif hétérotopique. *Hermès*, 25, 93-107.

Kozinets, R. V. (1999). E-tribalized marketing? The strategic implications of virtual communities of consumption. *European management journal*, 17(3), 252-264.

Bernard, Y. (2004). La netnographie : une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation. *Décisions marketing*, 49-62.

Ridings, C., Gefen, D., & Arinze, B. (2006). Psychological barriers: Lurker and poster motivation and behavior in online communities. *Communications of the association for Information Systems*, 18(1), 16.

Cooke, M., & Buckley, N. (2008). Web 2.0, social networks and the future of market research. *International Journal of Market Research*, 50(2), 267-292.

Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique. *Réseaux*, (2), 165-193.

Vétois, J. (2010). Informatique, libertés, identités. *Terminal. Technologie de l'information, culture & société*, (105).

Munar, A. M. (2010). Digital exhibitionism: The age of exposure. *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, 2(3), 401-422.

Coutant, A., & Stenger, T. (2010). Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux sociaux numériques. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2010(1), 45-64.

Piotet, D. (2011). Comment les réseaux sociaux changent notre vie. *Esprit*, (7), 82-95.

Batout, J. (2011). Le monde selon Facebook. *Le débat*, (1), 4-15.

Gallez, S., & Lobet-Maris, C. (2011). Les jeunes sur Internet. Se construire un autre chez-soi. *Communication. Information médias théories pratiques*, 28(2).

Potier, R. (2012). Facebook à l'épreuve de la différence. Avatars du narcissisme des petites différences. *Topique*, (4), 97-109.

Gunthert, A. (2014). L'image conversationnelle. Les nouveaux usages de la photographie numérique. *Études photographiques*, (31).

Melghalgh, M., & Ouahi, L. (2020). Etude empirique sur l'engagement des consommateurs envers la marque sur les réseaux sociaux. *Revue Internationale d'Economie Numérique*, 2(2), 60-78.

Preston, P., Mansell, R., Murdock, G., Siapera, E., & Na, Y. (2021). SPECIAL SECTION The Social Dilemma, by Jeff Orlowski, Netflix, 2020. *The Political Economy of Communication*, 8(2).

LIVRES ET OUVRAGES

Mucchielli, R. (1988). *Opinions et changement d'opinion*. Esf Editeur.

Pierson, M. L. (2005). *L'image de soi*. Eyrolles

Cardon, D. (2008). Le design de la visibilité. *Réseaux*, (6), 93-137.

Amri, M., & Vacaflor, N. (2010). Téléphone mobile et expression identitaire : réflexions sur l'exposition technologique de soi parmi les jeunes. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2010(1), 1-17.

Georges, F. (2010). *Identités virtuelles*.

Cardon, D. (2011). Réseaux sociaux de l'Internet. *Communications*, (1), 141-148.

Warburton, S. (Ed.). (2012). *Digital identity and social media*. IGI Global.

Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, C. M., & Ormston, R. (Eds.). (2013). *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*. sage

Mell, L. (2015). Hors de l'ombre. Analyse diachronique du phénomène de mise en visibilité numérique de soi. *Questions de communication*, (28), 231-250.

Bonnet, G. (2015). *Voir. Être vu : Figures de l'exhibitionnisme aujourd'hui*. Presses universitaires de France.

Leheut, É. (2015). Vers une meilleure compréhension de la relation adolescents-marques. *Les réactions affectives du consommateur: ces raisons du coeur que la raison ignore: Mélanges en l'honneur du Professeur Christian Derbaix*, 111.

RAPPORTS

Marchand, S. (2016). *Instagram ou la dictature consentie*. Genre, sexualisation et marketing sur le réseau de l'image carrée.

Ansaldo, A. I. (2020). Préserver la communication en situation d'isolement extrême dans le contexte de pandémie Covid-19: l'importance de la composante émotionnelle. *Revue de neuropsychologie*, 12(2), 158-160.

THESES

Lukasiewicz, C. (2009). *Territoire virtuel, identité réelle : la plasticité identitaire sur Internet* (Doctoral dissertation, Paris 4).

Legoy, G. (2017). *L'impact de la norme de réciprocité envers l'irritation ressentie par l'internaute face aux publicités vidéo intempestives* (Doctoral dissertation)

Hislaire, R., & Pinon, N. Comment l'identité d'un individu se construit-elle à l'ère du numérique ? Examen de l'influence de l'identité virtuelle sur l'identité réelle chez le sujet hypermoderne.

ARTICLES

Olaveson, T. (2001). Collective effervescence and communitas: Processual models of ritual and society in Emile Durkheim and Victor Turner. *Dialectical Anthropology*, 26(2), 89-124.

RATIER, M. (2002). L'image en marketing : cadre théorique d'un concept multidimensionnel. *Cahier de recherche no, 2002*, 152.

Marc, E. (2004). La construction identitaire de l'individu. *Identité*.

Choi, H. S. (2005). Technologie de l'information et réseaux humains. Quelques réflexions. *Sociétés*, (3), 105-111.

- Fornerino, M., Helme-Guizon, A., & Gotteland, D. (2006, May). Mesurer L'immersion dans une experience de consommation: Premiers developpements. In *Atti del XXII Congresso dell'AFM*.
- Perea, F. (2010). L'identité numérique : de la cité à l'écran. Quelques aspects de la représentation de soi dans l'espace numérique. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2010(1), 144-159.
- Granjon, F., & Denouël, J. (2010). Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux. *Sociologie*, 1(1), 25-43.
- Bowler Jr, G. M. (2010). Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online. *The Qualitative Report*, 15(5), 1270.
- Baribeau, C., & Royer, C. (2012). L'entretien individuel en recherche qualitative: usages et modes de présentation dans la Revue des sciences de l'éducation. *Revue des sciences de l'éducation*, 38(1), 23-45.
- Choi, H. S. (2013). Interprétation théorique de l'exhibitionnisme sur *Facebook* : Lipovetsky, Goffman, Beck et Maffesoli. *Sociétés*, (3), 107-116.
- Junger-Aghababaie, M. (2014). Interaction par l'image et identité en ligne : le cas des selfies. *L'Autre*, 15(3), 365-368.
- Paillard, J. (2014). La "photo ordinaire": récit des banalités quotidiennes sur les réseaux sociaux en ligne. Analyse des usages photographiques sur *Instagram*.
- Decrop, A. (2015). Paradoxes in postmodern consumption. *Advances in Consumer Research*, 43.
- Kozinets, R. V. (2015). Netnography. *The international encyclopedia of digital communication and society*, 1-8.
- Bahar, B. K. (2018). *L'influence des leaders d'opinion sur l'engagement des internautes dans les communautés virtuelles* (Doctoral dissertation, Université de Bordeaux).
- Jullien, F. Instagram et l'image de soi.
- Turel, O., & Serenko, A. (2020). Cognitive biases and excessive use of social media: The *Facebook* implicit associations test (FIAT). *Addictive behaviors*, 105, 106328.
- Serenko, A., & Turel, O. (2020). Directing technology addiction research in information systems: Part I. Understanding behavioral addictions. *ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems*, 51(3), 81-96.
- Bury, C., & STEILS, N. Le rôle de la notoriété et l'attitude du consommateur envers une marque dans un contexte de marketing d'influence.
- Haza, M. Challenges numériques sur les réseaux sociaux.

SYLLABI

DECROP, A. (2020). *Consumer behaviour and Experience. Master class*. UNamur

PAGES WEB

<https://nicolaspene.fr/vous-representez-la-moyennes-des-5-personnes-que-vous-frequentez-le-plus-souvent-jim-rohn/>

<https://fr.wikipedia.org/wiki/TikTok>

<https://fr.wikipedia.org/wiki/YouTube>

<http://www.alexitauzin.com/2013/04/combien-dutilisateurs-de-Facebook.html#:~:text=Nombre%20d%27utilisateurs%20Facebook%20Monde%20%3A%202%2C6%20milliards%20d%27utilisateurs,%3A%2038%20millions%20d%27utilisateurs%20actifs%20%28%20Facebook%2010%2F06%2F20%29>

https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=1I1gtkjF&id=F0A193A8468CA0890F423318E40FFB82BC48A803&thid=OIP.1I1gtkjFR_RgPq_tsnPi1gHaHa&mediauri=https%3a%2f%2flogodownload.org%2fwp-content%2fuploads%2f2019%2f08%2fTikTok-logo-0-1.png&exph=4096&expw=4096&q=LOGO+TIKTOK&simid=607987461518131288&ck=F815D048CC17B8AC4FF8258AF983A2E3&selectedindex=0&form=IRPRST&ajaxhist=0&first=1&scenario=ImageBasicHover

<https://www.vertically.fr/blog/ages-moyens-medias-sociaux/>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Pand%C3%A9mie_de_Covid-19

<https://citation-celebre.leparisien.fr/citation/le-bonheur-des-autres>

<https://www.lalibre.be/international/amerique/trump-annonce-qu-il-va-interdire-TikTok-aux-etats-unis-5f250954d8ad586219bfadba>

<https://sophieturpaul.com/2020/07/20/infographie-classement-reseaux-sociaux-juillet-2020/>

<https://webzako.fr/les-reseaux-sociaux-en-2020-chiffres-tendances-et-outils-indispensables/>

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Musical.ly>

<https://www.talkwalker.com/fr/tendances-reseaux-sociaux#block3021>

<http://www.influenth.com/decouvrez-hype-house-la-maison-de-creation-des-stars-de-TikTok/>

<http://evene.lefigaro.fr/citations/mot.php?mot=apparence>

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Empowerment>

<https://fr.wikipedia.org/wiki/TripAdvisor>

<https://www.Snapchat.com/l/fr-fr/>

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Snapchat>

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Twitter>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_de_Wikip%C3%A9dia

<https://www.ionos.fr/digitalguide/web-marketing/les-media-sociaux/microblogging-le-blogging-compact-en-toute-simplicité/>

<https://fr.wikipedia.org/wiki/H%C3%A9donisme>

<https://www.oberlo.fr/blog/chiffres-reseaux-sociaux>

<https://www.lavoixdunord.fr/740785/article/2020-04-14/pendant-le-confinement-les-challenges-des-reseaux-sociaux-occupent-les>

<https://siecledigital.fr/2020/02/05/TikTok-le-reseau-social-sur-lequel-les-annonceurs-doivent-tout-miser/>

<https://www.compta-online.com/actualite-et-strategie-des-reseaux-sociaux-en-2020-ao4598>

<http://www.psychomedia.qc.ca/societe/2016-02-16/generations-definitions>

<https://www.businessinsider.fr/voici-le-mode-demploi-de-TikTok-pour-tout-comprendre-a-lappli-preferee-des-ados-184055>

<https://www.advotisa.com/how-to-brand-yourself-self-branding-and-personal-branding-tips/>

<https://www.bilan.ch/techno/TikTok-est-lapplication-sociale-la-plus-populaire-des-digital-natives>

<https://www.businessinsider.fr/voici-le-mode-demploi-de-TikTok-pour-tout-comprendre-a-lappli-preferee-des-ados-184055#TikTok-est-interdit-aux-moins-de-13-ans>

<https://fr.surveymonkey.com/mp/conducting-qualitative-research/>

<https://www.student.be/fr/student-life/quelle-est-la-difference-entre-une-enquete-ou-etude-de-marche-quantitative-et-qualitative>

<https://www.businessinsider.fr/voici-le-mode-demploi-de-TikTok-pour-tout-comprendre-a-lappli-preferee-des-ados-184055#TikTok-est-interdit-aux-moins-de-13-ans>

<https://www.som.ca/methodes/entrevues-individuelles-en-profondeur>

https://www.rtb.be/info/societe/detail_laisser-les-enfants-seuls-sur-TikTok-c-est-leur-laisser-les-cles-d-une-ferrari?id=10683859&fbclid=IwAR1ktvdJplAdpJ5ORoxlKbl6BlD7k0uzLbHEt9OHG7p8MOKfqhdEOvfB56o

<https://www.netflix.com/be-fr/title/81254224>

<https://lecolefrancaise.fr/liste-des-principaux-reseaux-sociaux-en-2020/>

<https://newsroom.TikTok.com/fr-fr/fonds-createurs-TikTok-qa>

<https://www.oberlo.fr/blog/TikTok-statistiques>

<https://agence-digitale-jourj.com/l-essentiel-des-statistiques-des-reseaux-sociaux-en-2021/>

<https://about.Instagram.com/fr-fr/blog/annoncements/introducing-Instagram-reels-announcement>

<https://rmc.bfmtv.com/emission/qu-est-ce-que-la-dopamine-cette-hormone-que-l-on-secrete-en-consultant-nos-reseauxsociaux-1649134.html>

<https://www.oberlo.fr/blog/chiffres-reseaux-sociaux>

<https://changethework.com/millennials-definition/>

https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9dia_social

<https://www.codeur.com/blog/tendances-reseaux-sociaux/>

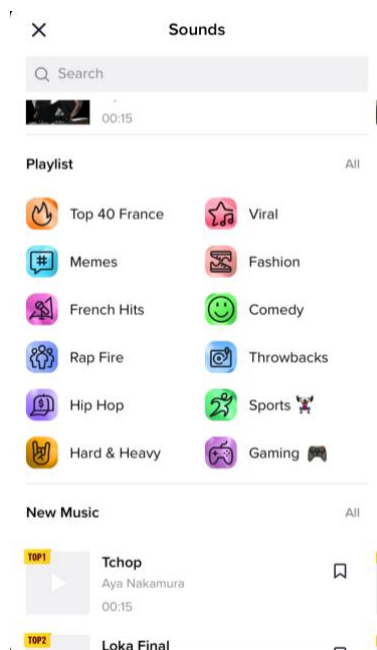
Annexes

ANNEXE 1 : RAPPORT ILLUSTRE DU NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS MENSUELS SUR LES RESEAUX SOCIAUX DANS LE MONDE EN 2021 (SOURCE :

[HTTPS://SOPHIETURPAUD.COM/2021/03/05/INFOGRAPHIE-RESEAUX-SOCIAUX-2021/INFOGRAPHIE-CHIFFRES-RESEAUX-SOCIAUX-2021-VIA-SOPHIETURPAUD-SOCIALMEDIA/](https://sophieturpaud.com/2021/03/05/INFOGRAPHIE-RESEAUX-SOCIAUX-2021/INFOGRAPHIE-CHIFFRES-RESEAUX-SOCIAUX-2021-VIA-SOPHIETURPAUD-SOCIALMEDIA/))

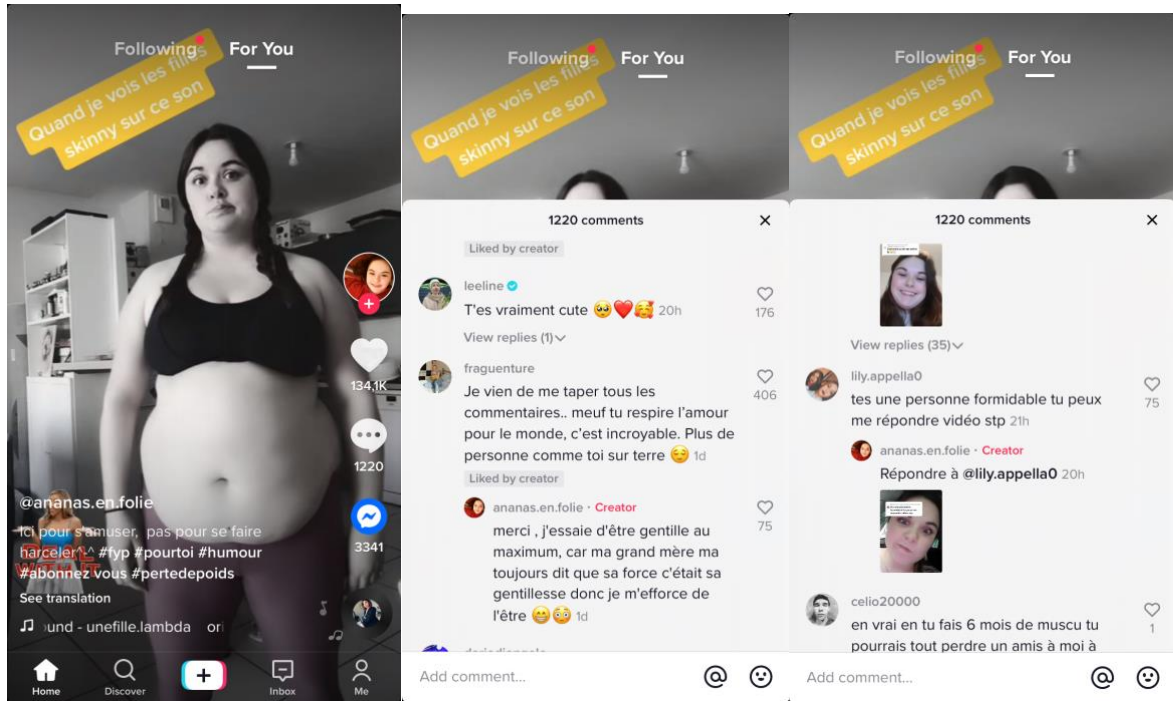


ANNEXE 2 A. : MENU DES AUDIO TIKTOK

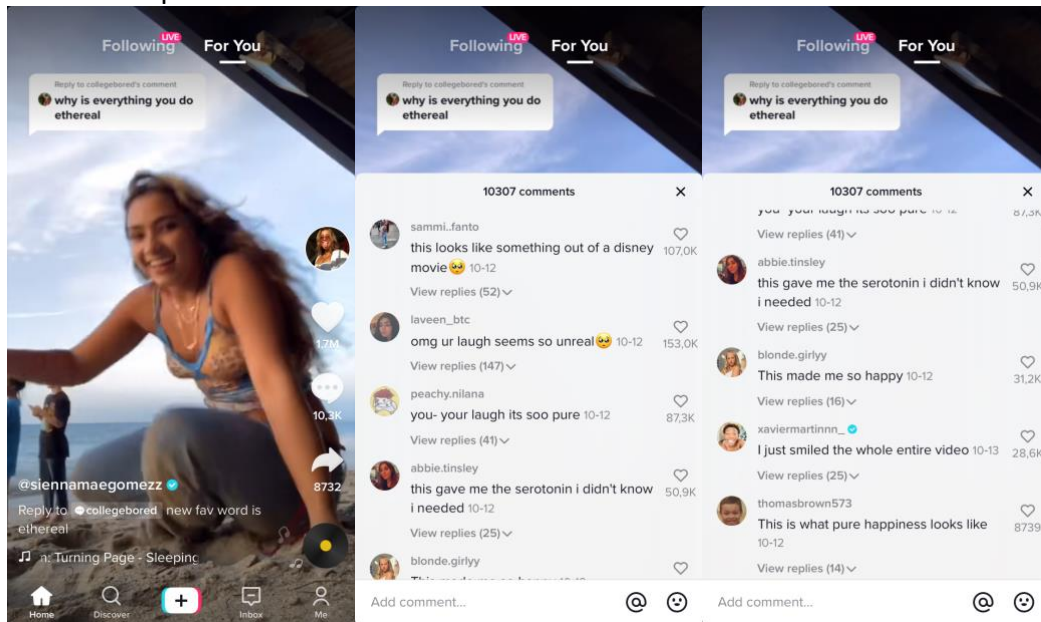


ANNEXE 2 B. : SCREENSHOTS - EXEMPLES DE TIKTOKS ET COMMENTAIRES ASSOCIES

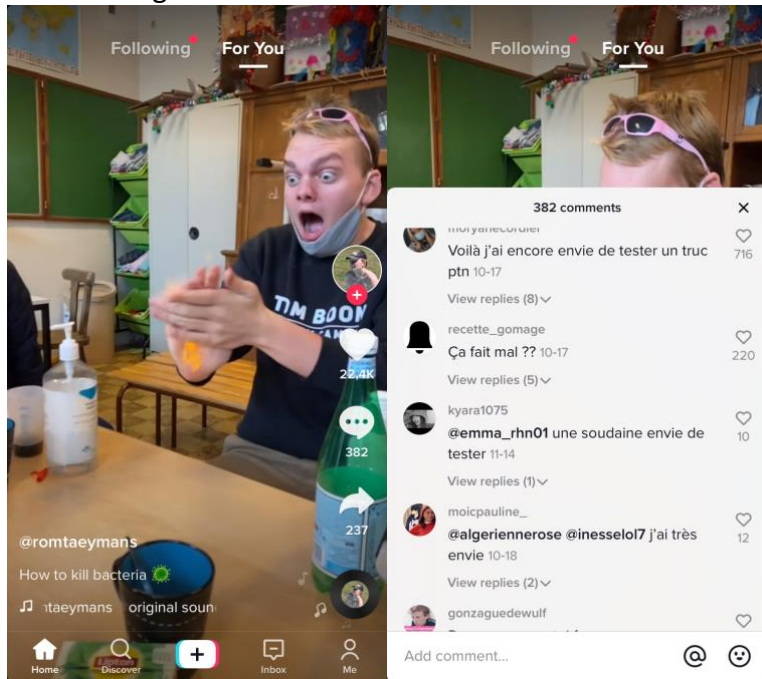
1. Une fille en surpoids se montre et est valorisée par les autres utilisateurs dans les commentaires.



2. TikTok d'une fille sur la plage qui profite et rit avec des amis. Elle renvoie un message de positivité et les commentaires montrent à quel point l'audience TikTok y est réceptive.



3. *TikTok* où un garçon teste une expérience : il enflamme ses mains pendant quelques secondes après avoir mis du désinfectant. Cela illustre un exemple des challenges et de l'influence que cela peut avoir sur les autres qui ont envie de tester des actions dangereuses.



4. Un jeune se confie sur le harcèlement qu'il subit au collège (<https://vm.TikTok.com/ZMeC1YK17/>). Les commentaires montrent le soutien des autres utilisateurs. Il est conseillé par la communauté *TikTok* et est soutenu par la majorité des utilisateurs dans les commentaires.



1) Première phase d'interview - Introduction :

Présentation de moi-même, explication brève du sujet de mon mémoire. Ensuite, remerciement pour le temps accordé à mon interview et demande d'enregistrement ainsi que de tutoiement si la situation le permet.

« Je me présente. Je m'appelle Ophélie j'ai 22 ans et je suis étudiante en dernière année de master en ingénieur de gestion à l'université de Namur. Tout d'abord je tiens à vous remercier pour le temps que vous m'accordez. Cette interview s'effectue dans le cadre de mon mémoire et a pour but d'étudier les comportements des utilisateurs des réseaux sociaux. Vous avez sûrement pu le remarquer, les gens partagent de plus en plus leur vie privée sur les réseaux et j'aimerais concentrer mon analyse sur la plateforme *TikTok*. Cette interview est enregistrée pour que je puisse retranscrire vos paroles telles quelle par la suite. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Le but est d'être le plus sincère possible. »

Phase d'échauffement

1. Pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?
2. À quoi aimez-vous passer votre temps libre ?
3. Sur quels réseaux sociaux avez-vous un compte ? Pourquoi ces réseaux là ?
4. Comment utilisez-vous ces réseaux ? Qu'avez-vous l'habitude de poster sur ces réseaux ?
5. Depuis quand êtes-vous sur *TikTok* ?
6. Pourquoi vous êtes-vous créé un compte sur ce réseau social ?
7. Quelle place prend cette plateforme dans votre vie quotidienne ?

2) Phase de centrage du sujet du mémoire

Type d'utilisation de la plateforme

8. Pourquoi utilisez-vous *TikTok* ?
9. Comment pensez-vous que la majorité des gens voient et considèrent cette plateforme ?
10. Comment vous sentez-vous lorsque vous utilisez cette plateforme et que vous visionnez les vidéos ?
11. Quel genre de contenu *TikTok* appréciez-vous principalement ?
12. Quel est le style principal des vidéos *TikTok* qui apparaissent sur votre fil ? Est-ce que vous pourriez m'en montrer une qui vous a particulièrement marqué ?
13. Comment interagissez-vous avec la plateforme ? Est-ce qu'il vous arrive d'aimer, de commenter ou de suivre le compte d'un *TikTok*eur/ une *TikTok*euse ?
14. Les challenges sont nombreux sur cette plateforme et le confinement a fait que beaucoup de personnes se sont mises à y participer. Que pensez-vous de ce phénomène ? Y avez-vous participé ? Pourquoi ?
15. Quel sont les genres de vidéos les plus populaires sur la plateforme selon vous ?

Normes et valeurs de *TikTok* - Comparaison aux autres réseaux sociaux

16. On reproche souvent à *Facebook* et *Instagram* d'imposer une certaine pression sociale et de nombreuses normes esthétiques. Par exemple, on y voit surtout des photos retouchées à l'aide de filtre. Qu'en pensez-vous ?
17. Trouvez-vous qu'il existe également une pression sociale (physique, comportementale, mode de vie valorisé...) sur *TikTok* ?

- a. Si oui, comment le ressentez-vous ?
 - b. Si non, comment voyez-vous cela ? (Positif/ négatif ?)
18. Que pensez-vous de l'utilisation des filtres sur *TikTok* ?
19. Selon vous, quelles sont les valeurs diffusées à travers ce réseau ?

Facteurs de succès de la plateforme

20. Pourquoi, selon vous, de plus en plus de monde se met à poster des vidéos sur *TikTok* ?
21. Quelles sont, selon vous, les raisons pour lesquelles *TikTok* connaît un tel succès ?
- a. Pensez-vous que la possibilité d'y faire carrière est une raison du succès de cette plateforme ?
22. Est-ce que les marques ont leur place sur ce réseau ? Comment selon vous, elles peuvent s'y intégrer ?
- a. Qu'imaginez-vous pour le futur de cette plateforme ?

Perception de lui-même et impact sur sa vie

23. Avez-vous décidé de changer certaines choses dans votre vie suite à une ou plusieurs vidéos que vous auriez vu sur *TikTok* ? Quel genre de changement (mode de vie plus sain, plus de sport, maquillage, ...) ?
24. Comment ce réseau social impacte-t-il votre propre vision de vous-même ?

3) Fin – phase de conclusion

25. Désirez-vous ajouter quelque chose ?

Remerciements. Merci d'avoir participé à cette interview et d'y avoir consacré de votre temps.

ANNEXE 4 : GUIDES D'ENTRETIEN – UTILISATEURS « ACTIFS » QUI CREENT DU CONTENU/ TIKTOKEURS

1) Première phase d'interview - Introduction :

Présentation de moi-même, explication brève du sujet de mon mémoire. Ensuite, remerciement pour le temps accordé à mon interview et demande d'enregistrement de celui-ci (cf. Annexe 3).

Phase d'échauffement

1. Pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?
2. À quoi aimez-vous passer votre temps libre ?
3. Sur quels réseaux sociaux avez-vous un compte ? Pourquoi ces réseaux là ?
4. Comment utilisez-vous ces réseaux sociaux ?
5. Depuis quand êtes-vous sur *TikTok* ?
6. Pourquoi vous êtes-vous créé un compte sur ce réseau social ?
7. Quelle place prend cette plateforme dans votre vie ?

2) Deuxième phase – Centrage sur le sujet de l'étude :

Type d'utilisation de la plateforme

8. Pourquoi utilisez-vous *TikTok* ?
9. Comment pensez-vous que la plupart des gens voient et considèrent cette plateforme ?
10. Comment vous sentez-vous lorsque vous utilisez cette plateforme ?
11. Quel genre de contenu *TikTok* appréciez-vous surtout ?
12. Quel est le style principal des vidéos *TikTok* qui apparaissent sur votre fil ? Pourriez-vous m'en montrer une qui vous a particulièrement marqué ?
13. Comment interagissez-vous avec la plateforme ?

- a. Est-ce qu'il vous arrive d'aimer, de commenter ou de suivre le compte d'un *TikTokeur/* une *TikTokeuse* voire même de partager des vidéos ?
- 14. Les challenges sont nombreux sur cette plateforme et le confinement a impliqué que beaucoup de personnes se sont mises à y participer. Que pensez-vous de ce phénomène ? Y avez-vous participé ? Pourquoi ?
- 15. Selon vous, quels sont les genres de vidéos les plus populaires sur la plateforme ?

Normes et valeurs de *TikTok* - Comparaison aux autres réseaux sociaux

- 16. On reproche souvent à *Facebook* et *Instagram* d'imposer une certaine pression sociale et de nombreuses normes esthétiques. Par exemple, on y voit surtout des photos retouchées à l'aide de filtres. Qu'en pensez-vous ? Comment considérez-vous l'utilisation des filtres ?
- 17. Trouvez-vous qu'il existe également une pression sociale (physique, comportementale, mode de vie valorisé...) sur *TikTok* ?
 - a. Si oui, comment le ressentez-vous ?
 - b. Si non, comment voyez-vous cela ? (Positif/ négatif ?)
- 18. Selon vous, quelles sont les valeurs diffusées à travers ce réseau ?
- 19. Que pensez-vous de l'utilisation des filtres sur *TikTok* ?

Facteurs de succès de la plateforme

- 20. Quelles sont selon vous les raisons pour lesquelles *TikTok* connaît un tel succès ?
 - a. Qu'est-ce qui fait, selon vous, qu'une vidéo a le potentiel pour faire le buzz ?
 - b. Pensez-vous que la possibilité d'y faire carrière est une raison du succès de cette plateforme ?
- 21. Est-ce que les marques ont leur place sur ce réseau ? Comment selon vous, elles peuvent s'y intégrer ?
 - a. Qu'imaginez-vous pour le futur de cette plateforme ?

Perception de lui-même et impact sur sa vie

- 22. Est-ce que vous utilisez un pseudonyme qui ne contient pas votre prénom/nom ? Pourquoi ?
 - a. Selon vous, quel impact l'anonymat peut avoir sur le contenu partager ?
- 23. Est-ce que vous pourriez me montrer le dernier contenu que vous avez partagé sur *TikTok* ?
 - a. Quel genre de contenu préférez-vous partager en général sur ce réseau ?
 - b. Quels sentiments cela vous procure-t-il de poster ces vidéos ?
 - c. Est-ce que ce contenu suit une certaine ligne de conduite ? Quel genre ?
 - d. Est-ce que vous vous inspirez d'autres vidéos pour créer les vôtres ? Comment ? Quels sont vos critères d'intérêts pour vos créations ? ça vous est déjà arrivé de vouloir poster une vidéo et ne pas l'avoir au final ? Pourquoi ?
 - e. Quelle importance donnez-vous au nombre de *likes* sur vos vidéos ?
 - f. Pouvez-vous me montrer la vidéo que vous avez posté et qui a eu le plus grand nombre de *likes* ?
- 24. Comment ce réseau social impacte-t-il votre propre vision de vous-même ?
 - a. Est-ce que vous utilisez des filtres sur vos vidéos ? oui, non → Pourquoi ?
 - b. Quels genres de commentaires recevez-vous suite à vos vidéos ?
 - c. Prenez-vous en compte ces commentaires pour vos prochaines vidéos ?
 - d. Avez-vous décidé de changer des choses dans votre vie suite à une ou plusieurs vidéos ? Quels genres de changements (mode de vie plus sain, plus de sport, maquillage, ...) ?

Dernière phase – Conclusion et remerciements

25. Désirez-vous ajouter quelque chose ?

Remerciements. Merci d’avoir participé à cette interview et d’y avoir consacré de votre temps.

ANNEXE 5 – TEST DU GUIDE D’ENTRETIEN DE L’ETUDE QUALITATIVE

Un entretien « test » a été effectué en amont avec ma sœur, Carla Buys, utilisatrice *TikTok* très peu engagée. Elle ne fait que de regarder et quelque fois aime et suit certains *TikTokers* qu’elle apprécie. Ce premier entretien test m’a permis d’évaluer la pertinence de mes questions. J’ai pu les adapter, sans modifier le fond et commencer les entretiens « valables » pour l’étude qualitative de mon mémoire. Cet entretien test ne se retrouve donc pas dans les retranscriptions en annexes et ses réponses ne seront pas prises en compte.

ANNEXE 6 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN MARGAUX

En normal → Margaux

En gras → moi

- Coucou
- **Coucou, ça va ?**
- Ça va bien et toi ?
- **Ça va, merci beaucoup en tout cas de...de répondre à mes questions.**
- Bah avec plaisir ! (Rire)
- **Ben comme tu le sais c’est dans le cadre de mon mémoire, et heu... En fait je vais principalement étudier les comportements des utilisateurs sur les réseaux. Et, je vais me concentrer heu sur...heu la plateforme *TikTok*. Heu... Donc tu as pu heu déjà le remarquer, c’est qu’il y a de plus en plus de gens qui partagent de plus en plus leur vie privée à travers les réseaux sociaux. Et donc je vais un peu analyser heu... tout ça. Comme je t’avais déjà dit, notre conversation est enregistrée comme ça ben par la suite je vais pouvoir bien retranscrire tes paroles et heu... sans les modifier et reprendre tes mots tels quels quoi. Il n’y a pas de bonne ou de mauvaises réponses. Le but est d’avoir des réponses sincères.**
- Ok ça va (rire).
- **Ben heu, déjà on peut commencer par une petite présentation de toi en quelques mots.**
- Par rapport à *TikTok* ou juste heu... moi ?
- **Par rapport à toi...heu ton âge, ton nom, ce que tu fais dans la vie, ...**
- Ben alors, je m’appelle Margaux, heu... Margie pour les intimes.
- **(Rire)**
- et heu... j’ai 26 ans donc je suis de 94. Heu je suis tatoueuse depuis mars, heu mais avant j’ai fait des études de marketing et communication. J’ai travaillé là-dedans pendant trois ans. Et heu...j’ai voulu me lancer dans tout ce qui était créatif, j’ai découvert le tatouage et du coup, je me suis lancée heu là-dedans. Je vis en Brabant flamand. J’ai un copain et deux chiens. (Rire)
- **(Rire) Merci ! Et hum, à quoi est-ce que tu aimes passer ton temps libre ?**
- Heu... j’aime bien passer mon temps libre à créer, donc tout ce qui est peinture, couture... heu..., (réfléchis) Ouais vraiment création. Et heu... je passe beaucoup beaucoup beaucoup de temps sur les réseaux sociaux (rire).
- **(Rire) Ok**
- Sur toutes les plateformes possibles et imaginables à part *Facebook*. Heu.... Et j’aime bien promener mes chiens.
- **Et alors heu par rapport aux réseaux sociaux, heu, quels sont les réseaux sur lesquels tu as un compte ?**

- Heu... *Facebook* mais j'suis pratiquement inactive, la plupart de mon temps, c'est *Instagram*, *Pinterest*, *TikTok* et *Vinted*.
- **Ok. Et pourquoi ces réseaux-là ?**
- Alors, *Instagram* parce que heu, c'est un réseau où je trouve qu'aujourd'hui niveau professionnel c'est ce qui marche le mieux. À l'époque c'était plus pour le partage de photos etcetera, aujourd'hui aussi mais c'est plus aujourd'hui pour le professionnel mon compte privé par exemple, je l'utilise pratiquement plus. J'vais que sur « Margies'tattoo »
- **Humm**
- (Tousses) *TikTok* c'est plus pour heu... de l'amusement, du divertissement. Dès que je vais dessus, je je... quand je sais que je n'ai pas le temps, je n'ouvre pas *TikTok*. (Rire)
- **(Rire)**
- Parce que je sais que je vais y rester des heures. Heuu... *Vinted* parce que j'aime bien le seconde main, fin chercher des petites pépites. Et alors *Pinterest* c'est pour heu l'inspiration heu, peinture, couture, heu, broderie heu ... dessin et tattoos.
- **Ok. Et alors heu ben voilà, dans le cas d'Instagram du coup, Qu'est-ce que tu as l'habitude de poster ?**
- Heu, ben sur mon compte privé que j'utilise presque plus, là c'est plus du, des photos de moi ou de fringue, ou de mes tattoos. Et sur mon compte pro, ben sur mon feed c'est vraiment les photos de mes clients. Et en story heu ouais partages d'idées, partage de de d'autres compte, partage de tattoos de mes clients. Heu, et petits jeux pendant le confinement.
- **OK. Heu, Est-ce que tu saurais me dire depuis quand tu es sur TikTok ?**
- Alors *TikTok* ben avant c'était *Musical.ly*. Et j'étais déjà dessus depuis 2016.
- **Hmm**
- J'avais posté une vidéo, puis c'est, je crois que c'était toujours *Musical.ly*. Il y a deux ans, j'ai posté je crois deux vidéos et puis je suis vraiment devenue active, heu... l'année passée, il y a un an. Quand c'est devenu *TikTok* et que ça a commencé un peu à monter. Heu, j'avais posté quelques vidéos comme ça pour moi. Et puis heu, pendant le premier confinement quand ça a vraiment décollé, là j'ai commencé à mettre beaucoup beaucoup de vidéo.
- **Ok. Et tu disais justement « oui heu je n'ouvre pas cette app quand j'ai pas le temps ». Mais du coup tu peux décrire heu ce que représente cette plateforme dans ta vie de tous les jours ?**
- Hum... ben c'est vraiment divertissement et c'est heu... moi j'aime beaucoup *TikTok* parce qu'il y a de tout, hum... (tousse). Il y a de vidéos drôle, heu... C'est un peu je trouve un nouveau *YouTube*, si on peut dire. Mais avec des plus courtes vidéos. On voit bien que les *TikTokers* connus ils mettent leur Vlog mais en 15 secondes sur *TikTok*. Heu tu vois vraiment de tout, des vidéos drôles, des vidéos de danse, hum, des vidéos aussi de tutos. Donc heu quand j'ai envie de mettre un truc et que je n'ai pas envie de voir une vidéo *YouTube* en entier, je mets un Hashtag sur *TikTok* ; heu hashtag heu couture, hashtag broderie et je regarde des minis tutos quoi. Et de là, je vois des comptes et je me perds (rire) dans tout ça et, et voilà quoi.
- **Ok. Et donc heu si tu devais heu résumé le pourquoi tu utilises TikTok ?**
- Heu.. Contenu, idées de contenu, hum... et je ne sais pas pourquoi mais j'ai l'impression que quand je fais des vidéos sur *TikTok*, on fait des choses qu'on oserait peut-être pas faire sur *Instagram*. La moitié de mes vidéos *TikTok* je ne les partage pas sur *Insta* parce que après j'ai un peu honte (rire). On ose plus poster sur *TikTok* parce qu'on sait qu'on ne va pas être jugé là-dessus. Alors que sur *Insta*, on est beaucoup plus jugé.
- **Ok. Et justement, comment est-ce que tu penses que la plupart des gens voient TikTok ?**
- Heu ben je trouve que comme on sait pendant le premier confinement tout le monde partageaient plein plein de vidéos, des vidéos drôles, tu les télécharges sur *TikTok*, tu les mets sur *Insta* et puis au fur et à mesure hum, On le voit bien, tout le monde tout le temps est sur *TikTok*. Heu... quand on voit heu des *TikTokers* ou même d'autres heu sur *Insta* ils ont au moins la moitié des *follows* qu'ils ont sur *TikTok*. C'est beaucoup plus facile de devenir viral et connu sur *TikTok*. Que les gens n'ont pas peur de followers alors que sur *Insta*, c'est plus des...

On va regarder mais on ne va pas follow. Sur *TikTok*, on follow, on like, c'est beaucoup plus facile de se faire voir, dans les « pour toi » que sur *Insta*, beaucoup moins dans l'explorer. Moi par exemple j'ai une vidéo qui a des milliers de likes et on ne sait pas pourquoi, c'est juste que j'ai eu beaucoup de commentaires et de likes et donc elle a été vue par beaucoup de gens. Une vidéo à la mode et c'est parti quoi !

- **Ah oui d'accord. Et du coup, qu'est-ce qui selon toi heu fait que cette plateforme est autant appréciée ?**
- Hum (réfléchis), ben c'est les gens s'en foutent sur *TikTok*. On s'en fou de comment t'a l'air, heu de comment t'es physiquement, hum... Il y a beaucoup beaucoup plus de partages sur *TikTok* et de positivité. Je trouve que, une fille par exemple qui est en surpoids va faire une vidéo et les gens vont la supporter genre « waw c'est cool, c'est trop bien ». T'es sur *Insta*, les gens vont être là genre ; « ouais fin c'est juste une fille qui est un peu grosse quoi ». Je trouve beaucoup plus facilement. Sur *TikTok* vraiment c'est une plateforme où on est super super libres de faire ce qu'on veut.
- **Ok. Et toi personnellement, comment tu te sens quand tu utilises cette plateforme ?**
- Moi j'adore créer du contenu. Parfois il y a certaines choses que je n'ose pas parce que c'est un peu heu... J'suis encore un peu gênée sur certaines choses mais heu... J'trouve juste qu'il y a un truc négatif c'est par rapport aux tout tout jeunes. Quand il y a des danses styles « the wrap » et qu'on voit des filles de 13 treize ans faire ça... moi à treize ans je faisais pas ça (rire). Mais bon la génération change heu, la vie change aussi ces jeunes ils sont nés avec *TikTok* que que moi j'ai découvert ça heu j'avais 22 ans... Donc heu, C'est encore différent mais heu c'est vrai qu'avec mes amies quand on discute, on voit des filles très très jeunes faire des vidéos ou elles montrent leur heu... leurs boules heu... t'es un peu... Alors pour leur âge, pour elles c'est normal plus ou moins. Mais nous on le fait pour rigoler, ou parce que j'aime bien certains pas de danse mais j'veux dire j'ai 26 ans... Donc je m'autorise à faire ça ! Mais après c'est la plateforme aussi... Tout le monde fait ce qu'il veut. Pratiquement tout est publique, on voit ça donc, voilà.
- **Ok. Et toi personnellement, c'est quel genre de contenu que tu apprécies principalement ?**
- Moi j'aime bien les, fin j'aime bien de tout moi, j'aime bien heu autant les danses que les humoristes, hum... j'aime bien regarder les *TikTokers* assez connus parce qu'ils font des chouettes vidéos. Heu des danses, aller moi j'aime surtout les danses. Et heu, oui le contenu danse, après je regarde un peu de tout mais beaucoup plus de de danse. Et puis j'en suis certains qui sont plus humoristes. Mais je me perds beaucoup dans les danses.
- **Ok. Et hum... Quel est le style principal des *TikToks* qui défilent sur ton fil ?**
- Ça dépend parce que c'est fait à partir de l'algorithme donc si par exemple un jour je vais regarder des *TikToks* par rapport à la peinture, je vais avoir plein plein de *TikToks* de peintures. Puis le lendemain je vais regarder heu, des *TikTokers* connues qui font des danses, je vais avoir plein de danses mais en même temps, en général c'est plus des danses.
- **Ok, je suppose que là tu utilises ton smartphone pour pour notre call ?**
- Oui... ?
- **Ce n'est pas grave. C'est... est-ce que tu peux me parler d'un *TikTok* du coup qui t'a marqué ? Normalement je t'aurai demandé de me le montrer mais là ça va être compliqué, donc ce n'est pas grave, juste me parler d'un *TikTok* qui t'a marqué quoi ?**
- Un *TikTok* qui m'a marqué ?
- **Il peut y en avoir plusieurs, mais si t'en as un vraiment où tu te dis « Ah celui-là heu »**
- Il y en a deux comme ça qui me viennent en tête.
- **Hum hum**
- Il y en a un c'est de Charlie Jordan. Et heu... c'est une *TikTok* américaine qui qui a je crois 23 ans, elle a sa marque de smoke roses, c'est des drogues et tout ça donc ça me choque un peu qu'une jeune lance sa marque de fumette à la rose. (Rire) Et hum, elle est super jolie, elle fait toujours du chouette contenu. Elle s'habille bien, elle est bien foutue fin voilà. Et elle a fait pour Halloween une vidéo avec son mec qui est aussi un *TikTok* assez connu, et ils étaient

déguisés en Harley Queen et le Joker. Et ils ont fait une chouette vidéo mais ça se voyait que c'était pas une vidéo *TikTok* de base, c'était une vidéo qu'ils ont fait pour *YouTube* de base et ils l'ont mis sur *TikTok*. Où c'était comme s'ils étaient dans le générique de de d'un film sur Harley Queen et le Joker, comme heu *Suicide Squad*. Et heu, je trouvais ça super sympa, c'était super bien fait, leur déguisement étaient super beaux. Et hum quand je les voyais je me disais allé on dirait pas qu'ils ont que 20 ans quoi... mais je trouvais que le contenu était super joli, c'était vraiment bien fait, les décors, les déguisements... la façon dont ils jouaient leurs rôles. Le deuxième qui me vient en tête c'est un gars qui vient de Londres, qui a fait un glow-up, quand on montre quand on est plus jeune, heu moche, gros machin... et qu'on devient plus beau plus tard... Il en a fait un et je l'ai vu et il est ouf la différence donc heu ouais c'est les deux vidéos qui me viennent en tête que j'ai vu dernièrement. Et voilà.

- **Ok, merci. Et hum... Comment est-ce que tu interagis avec la plateforme ? Donc heu... Est-ce qu'il t'arrive d'aimer, de commenter, de suivre ... ?**
- En générale, quand je vais dans abonnement, que je regarde les vidéos des gens auxquels je suis abonnées, je *like* tout. Comme sur *Insta*, par habitude. Même si parfois je n'aime pas la vidéo je vais *liker*. Je commente quand c'est mes potes pour les aider à avoir plus d'engagement je commente les vidéos, même s'il y a des vidéos que j'aime pas, je vais commenter genre « Ah trop cool ! ». Des trucs débiles mais juste pour que... On dit toujours que on commente ou on *like*, je vais partager sa vidéo aussi pour qu'elle apparaisse dans les « pour toi » des gens. Donc ça je fais. Ou quand il y a un truc, que quelqu'un fait un jeu heu... ou heu « Ah si tu tagues la première personne qui apparaît c'est la personne qui sera ami avec toi pour la vie » ben je vais (rire)...
- **(Rire)**
- Je vais tester quand même. Voir qui est la première personne qui apparaît... Heu (tousse) et sinon quand c'est dans mes « pour toi » quand j'aime bien une vidéo, je la *like*, je partage rarement mais je ne commente pas. Mais heu... et j'essaye aussi quand moi j'ai des commentaires, de répondre à tout, parce que ça aide aussi avec l'engagement.
- **Ok. Et du coup est-ce que toi tu partages heu... des vidéos *TikTok* ?**
- J'ai j'ai pas compris, t'as beugé un petit peu...
- **Oh pardon (rire). Est-ce que tu partages parfois des vidéos *TikTok* ?**
- Rarement. Sur *Insta* ou quoi rarement sauf si vraiment il y en a une qui me fait exploser de rire ou qui me rappelle une situation que j'ai eu.
- **Humm**
- Mais c'est rare. Si je partage des vidéos c'est plus pour, avec heu mes amis et ou heu ma famille. Ou je dis, aussi parce que ma maman est fan de *TikTok*. Donc elle me dite à un moment « oh on devrait faire ça, c'est vraiment drôle, heu... » mais sinon heu, c'est tout.
- **Ok. Et heu, tu m'as parlé des artistes, des peintres, des, de la couture etcetera. Heu, quel est le genre en fait des comptes que toi tu vas suivre ?**
- Alors moi je suis heu, déjà les utilisateurs connus. Parce que j'aime bien voir leur contenu, ce qu'il fonctionne...Les danses qui marchent etcetera. Comme ça moi j peux prendre aussi ces danses et les réutiliser. Hum... et pour heu moi personnellement, ma petite passion ouais je regarde des comptes de broderie, de peinture, de tutos parce que j'aime bien, alors je reste des heures et je regarde tous les tutos. Et ça rejoint un peu *Pinterest* avec ce genre de contenu quoi.
- **Ok...**
- (Tousse) et j'aime beaucoup aussi les comptes heu... les comptes où on voit des gens qui ont eu un super glow up et qu'aujourd'hui heu, aller tu vois qu'ils sont bien dans leur peau, des choses comme ça. J'aime bien les comptes comme ça aussi. Et des comptes aussi, certains comptes j'aime bien où ils font beaucoup de mise en scène. Où t'as l'impression que les filles se croient dans des films. Elles font ça super bien ! je ne le ferais pas personnellement moi pas. Mais j'aime bien encore regarder ça.
- **Ok. Et donc tu vas les suivre pour que leurs vidéos apparaissent dans ton fil ?**

- Ouai, ou pour les retrouver. Par exemple, si j'ai vu une de leur vidéo que j'ai bien aimé, je vais la suivre, pour si jamais je vois une copine j'lui dis « oh ben attend j'ai vu ça regarde c'est trop cool » et comme ça je retrouve son nom dans mes abonnements quoi.
- **Ok. Hum... on a déjà un peu abordé ça mais t'as sûrement pu t'en rendre compte mais pendant le confinement il y a eu énormément de challenges qui sont devenu viraux, les gens y participaient etcetera. Hum... Qu'est-ce que tu penses de ce phénomène là ?**
- Alors ça dépend quel challenge (rire) mais heu... moi j'aime bien les challenges parce que ça, ... Après je trouve *TikTok* c'est bien parce que ... pour des challenges par exemple de danses, heu moi j'suis quelqu'un qui fait zéro sport, mais vraiment zéro zéro zéro... et *TikTok* ça me fait danser. (Rire)
- **(Rire)**
- *TikTok* ça me fait bouger. Chaque fois les gens ils sont là « ouais *TikTok* ce n'est pas un sport » je dis eh les gars, quand tu essaies de faire une danse pendant une heure super compliquée. Moi le premier confinement, tous les jours je faisais des vidéos *TikTok*. On transpirait à mort hein !
- **Ah ouais (rire)**
- Don c'est c'est moi c'est ça aussi que j'aime bien c'est que ça nous fait bouger. Heu... et puis ça peut heu certains challenges aussi... fin il y a d'autres challenges qui sont un peu mois cools. Mais je n'en ai pas comme ça en tête. Mais il y a plusieurs challenges où je me suis dis ; « ouais fin ça heu... ça c'est quand même oser... ou heu... » Ah oui ! si, il y a un challenge où je me suis dis ; « ouais fin les filles de douze ans qui font ça... » et la plupart quand je regardais c'était la plupart des super jeunes. Le genre de challenge où heu... j'sais plus comment s'appelle la musique mais ça fait « wah tutu du tu du tu » et c'est juste pour montrer son cul quoi...
- **Ah oui je vois, oui si.**
- Et là... J'étais genre « Oula... » moi si je devais le faire, ce serait avec mes chiens, pour faire rigolo quoi...
- **(Rire)**
- Mais heu... le genre de « Wrap » j'ai trop aimé ce challenge ! j'adore ce genre de danse. Mais j'ai 26 ans !
- **Ouais voilà !**
- Quand je vois des filles de douze ans faire ça je me dis « oulalal, non quoi ! il n'y a pas des parents derrière... ? » (Rire)
- **Oui je suis d'accord.**
- Même ma mère me disait parfois heu « dit Margaux, heu... c'est un peu oser ça... »
- **(rire)**
- Ben oui ben moi j'm'en fou heu j'veux dire je ne dois pas draguer sur *TikTok*, moi c'est vraiment juste pour moi parce que j'aime bien ce genre de danse mais heu... bon même si j'avais même 15 ans, heu j'crois pas que ma mère m'aurait autorisé à poster ce genre de vidéo quoi...
- **Humm et toi qu'est-ce qui t'as donné envie de participer à ces challenges ?**
- Hum ben moi j'ai depuis toute petit je fais de la danse et j'ai arrêté quand j'ai commencé les études. Et je pense que ça m'a fort manqué. Et puis, fin moi j'ai toujours aimé les nouvelles plateformes, heu les créations de contenu, j'adore tout ça. Et hum... quand j'ai vu que *TikTok* ils faisaient des danses, au début je me disais « nan, j'vais pas poster, je suis gênée, et les gens qui me suivent, des potes... puis au final je voyais que tout le monde le faisait. Et donc je me suis dit « oh t'sais quoi tant pis heu... » et j'ai commencé à le faire, j'ai vraiment bien aimé toutes ces danses eu... » et tous ces challenges plus au niveau de la danse. Et heu... et donc j'ai continué...
- **Ok. Hum... j'sais pas si t'as déjà pu voir, ben justement tu dis que tu suis les personnes connues, quels sont les genres de vidéos qui sont les plus populaires sur *TikTok* selon toi ?**
- Heu... les plus populaires... j'peux dire le nom des *TikTokers*... ?
- **Heu... le nom oui et surtout ce qu'ils font pour rendre leur *TikToks* populaires.**

- Ben déjà il y a Charlie D'amelio. C'est celle qui a le plus de follow mais en générale les personnes qui sont le plus connues c'est surtout par rapport aux danses j'ai l'impression. (Cites des noms de *TikTokers* danseurs). Même les mecs connus font des danses quoi... ouais c'est surtout les danses. Et puis eux ils sont connus parce qu'ils sont toujours bien sapés, heu... ils dansent bien heu... et puis surtout Charlie D'amelio elle est connue parce qu'elle crée des danses elle-même aussi et ça devient viral.... Mais elle a 16 ans... (rire)
- **Ok, ouais voilà c'est encore l'âge.... Heu ben justement par rapport au fait qu'ils dansent bien etcetera t'sais on reproche souvent aux plateformes comme Facebook et principalement Instagram de justement imposer une certaine pression sociale, heu... En termes de normes esthétiques et heu notamment via les filtres sur les photos. Qu'est-ce que tu penses de ça toi ?**
- Sur Insta ou TikTok ?
- **Les deux en soit tu peux parler des deux.**
- Alors sur Insta, c'est vrai que c'est beaucoup plus heu, tu te sens beaucoup plus obligé de mettre un filtre ou d'être vraiment jolie. Mais ça commence à changer. Il y a beaucoup plus de gens « body positive » mais moins sur Insta je trouve beaucoup plus sur TikTok, il y a beaucoup de challenges où ils disent « voilà il faut être body positive, regarder j'ai de la cellulite, j'ai de la graisse mais on s'en fou » il y en a une comme ça aussi qui est très connue. J'adore son compte, parce qu'elle a de la graisse mais pourtant elle a 16 ans, elle est super jeune et elle s'assume de dingue et c'est ouf. C'est Sienna Gomez je pense. Et hum... ouais sur TikTok c'est beaucoup plus le cas même s'il y a toujours beaucoup de filtres. Je m'en fou de pas être maquillée sur TikTok. Jm'en fou de faire des vidéos où j'ai des gros cernes. Alors que sur Insta je vais quand même mettre un filtre. Pourquoi ... ?? Par habitude, je ne sais pas. Mais sur TikTok je m'en fou.
- **Ok.**
- Et on s'en fou de voir des gens qui sont mal maquillés heu, pas maquillés du tout... Allé sur TikTok c'est limite tu vas plus avoir de vue si t'es en jogging plutôt qu'en jean... (rire) et beaucoup de « body positive » sur TikTok.
- **Ok. Ben justement heu, par rapport à ça, quelles sont les valeurs qui sont diffusées sur ce réseau-là selon toi ?**
- Body positive, même il y a encore, toujours du négatif comme partout mais beaucoup de body positive, du hum. Etre libre de faire ce qu'on veut même si ça c'est des choses qui entre guillemets sont difficilement acceptées par la société...j'ai un exemple comme ça de gens qui répondent à des critiques sur une fille « mais laisser la tranquille, elle fait ce qu'elle veut, c'est sa vie, ... » Sur Insta cette fille elle se serait fait lynchée. Sur TikTok c'est très faire ce qu'on veut et être libre.
- **Oui ok...**
- Alors que sur Insta, aussi mais moins, beaucoup moins je trouve.
- **Ok. Et hum tu penses que ça peut faire partie des raisons pour lesquelles TikTok connaît un tel succès ?**
- Je pense (tousse) aussi le fait que sur Insta, tout le monde, fin beaucoup de gens sur Instagram veulent devenir un peu connu on va dire et que c'est beaucoup plus difficile d'être connu sur Instagram que TikTok. Sur TikTok c'est super facile d'avoir plein de follows, plein de vue puisque tout est publique mais hum. On en discutait avec une pote et elle me disait « oui moi Instagram ça commence à me pomper parce que je fais plein de contenu, je me casse la tête à faire des photos, à modifier les photos, à chercher des textes, à faire des trucs et machins » et elle me dit « je perds des likes tout le temps, je perds des follows parce que l'algorithme d'Instagram... oui je devrais pas y penser, c'est nul de penser comme ça mais elle dit « quand tu fais un travail de dingue de création, elle dit ça me saoul de pas avoir de reconnaissance... Alors que sur TikTok, je fais des vidéos vite fait et j'ai pleins de vues, et plein de follow qui arrive donc je suis beaucoup plus motivée de mettre du contenu sur TikTok que sur Insta quoi... » les vues c'est trop cool et motivant quoi.

- **Ok. Hum... par rapport au fait justement de faire le buzz, d'avoir plus de popularité etcetera... pour toi qu'est ce qui doit y avoir dans une vidéo pour qu'elle ait le potentiel de faire le buzz ?**
- Hum... ben aujourd'hui, tout peut faire le buzz sur *TikTok* ! à cause de cet algorithme. Avant il fallait se concentrer sur les hashtags, faut mettre des vidéos à la lumière, heu, il faut tagger des *TikTokers* connus.... Et heu aujourd'hui on met pas d'hashtags, on n'a pas de filtre ça marche aussi. Donc heu ben voilà, mais normalement, pour faire le buzz faut utiliser des chansons connues, qui sont virales, hum... et faut en général mettre des hashtags qui sont en concordance de ta vidéo, donc si tu fais une vidéo heu... glow-up, Tu dois mettre #glow-up #transformation #pourtoi #foryouforyourpage,... hum... tu peux tagger quelqu'un...et en général quand on met du texte sur une vidéo, ça fonctionne mieux.. Ça j'ai remarqué aussi.. Après ça ne veut rien dire hein, ça peut partir comme ça peut pas partir mais en général pour faire le buzz on dit de faire ça et d'être à la bonne lumière et avoir un beau teint de peau à la lumière et pas être dans le noir fin voilà quoi.
- **Ok, est-ce que tu penses que la possibilité d'y faire carrière, tu me parlais de Charlie Damélio qui a gagné de l'argent en devenant célèbre sur la plateforme, est-ce que tu penses que ça peut être considéré comme une des raisons du succès de *TikTok* ?**
- Comment ça ?
- **Est-ce que la possibilité d'y faire carrière donc d'avoir un revenu en faisant des vidéos, ben ça fait que de plus en plus de gens se, s'inscrivent et se créent un compte *TikTok* ?**
- Oui clairement ! parce qu'on voit qu'on peut facilement gagner de l'argent avec *TikTok* si on a eu je crois que c'est un minimum d'un million d'abonnés, nan même pas heu quand on a cent mille à mon avis on peut déjà gagner quelque chose. Hum... parce que c'est beaucoup plus facile d'avoir des follows sur *TikTok* du coup les gens, sont plus motivés à faire ça et ils voient que certaines vidéos fonctionnent vraiment bien donc ils sont motivés et on voit que même des jeunes de 16 ans 14 ans... je pense à Hannah Winter c'est une *TikToker* très connue mais elle a 14 ans ! heu tu peux gagner ta vie et gagner des tunes de dingue à 16 ans quoi ! alors que sur *Instagram* si t'as en dessous de 18 ans, c'est mort.
- **Ok, oui ... Est-ce que tu trouves que les marques, hum... de toute sorte, elles ont leur place sur ce réseau là ?**
- Ça dépend, ça dépend mais j'ai déjà vu de tout donc pour moi, oui. Hum... Addison qui a fait une pub pour du papier toilette donc, oui (rire). Mais heu, c'est rigolo quoi c'est bizarre parce qu'avant il n'y avait pas tout ce qui est heu sponsoring sur *TikTok*. Du coup maintenant quand on voit, ben moi quand je vois une vidéo sponsoring, j'suis là genre pfff ouais fin Boff quoi... Après pour les marques heu c'est génial ça marche super bien hein et à mon avis, les plus jeunes voient ça ils sont là genre « oh c'est ouf j'vais acheter ça ! » mais à mon âge, je vois une vidéo comme ça, ça me saoul. On en a déjà assez sur Insta donc maintenant que c'est sur *TikTok*, pfff c'est un peu chiant quoi...
- **Et comment elles pourraient s'y intégrer de manière à ce que ce soit moins chiant quoi ... ?**
- Humm, ça c'est une bonne question parce que en soit ils font des danses, ils font des *TikToks* habituels sauf qu'ils ont un produit en main ou des fringues d'une telle marque en dansant et ils promouvoient ça. Mais comment rendre ça moins ennuyeux... ? C'est une bonne question ça ! hum... peut-être faire des trucs rigolos avec ça ? Essaie de s'intégrer dans du contenu qui plait, faire un truc drôle et pas simplement des danses en disant « t'as -50% avec mon code promo... » qu'un truc rigolo plus accrochant. Qui seront mois flag et les gens regarderont la vidéo...
- **Humm ok, heu t'imagines quoi pour le futur de cette plateforme ? comment t'imagines qu'elle va évoluer ?**
- Ça va pt'être devenir le nouveau *Instagram*. Parce que heu les personnes connues par exemple ont beaucoup moins sur Insta que sur *TikTok*... mais à un moment j'pense que les gens en auront pt marre... et se remettront sur *Insta* je sais pas du tout... (explique la même chose)
- **Pourquoi les gens switchent d'Insta à *TikTok* selon toi ?**

- Ben c'est beaucoup plus attrayant parce que ce n'est pas des simples photos, c'est des vidéos déjà donc ça attire le regard beaucoup plus. C'est des vidéos courtes que t'as envie de revoir plusieurs fois. Et tu vois en fait la vie des stars « au naturel », que sur Insta tu les vois en mode heu « photo ». Sur *TikTok* tu les vois dans leur vie de tous les jours, tu les vois en vrai, tu vois comment ils sont habillés... et c'est super chouette entre guillemets dans un état naturel et pas en super belles photos quoi.
- **Ok, hum... Tout à l'heure tu me parlais du fait que toi tu osais plus hum mettre des vidéos où tu fais des trucs comiques etcetera, est-ce que toi tu utilises un pseudo pour ton compte *TikTok* ?**
- Avant j'avais mon compte privé comme ça on ne savait pas me retrouver et final je me suis dis « t'sais quoi je m'en fou, au final les gens ont vu que je faisais des trucs drôles en story, mets ton compte tattoo » et aussi je commence à faire des collab' avec des *TikTokers*. Les gens connaissent beaucoup plus via *TikTok*. *(Explique son expérience personnelle en lien avec son activité)*
- **Du coup au début quand tu étais sous un compte plus « anonyme » un nom que les gens ne connaissaient pas, quel impacte ça avait sur le contenu que tu osais partager et que tu partageais ?**
- Ben au début j'étais un peu gênée. Je pensais aux gens qui me connaissaient avant. Puis au final j'étais là « Oh Margaux au final tu t'en fou » et ma mère c'est la première à dire « Margaux on s'en fou, on aime ce qu'on fait » et en fait c'est hum avec elle que j'ai commencé sur *TikTok*. Au début comme c'était que sur *TikTok* ben je les postais en me disant qu'il n'y avait pas grand monde qui allait le voir. Et en fait je recevais des messages « ouais trop cool les vidéos avec ta maman ». et en fait ma maman mettait tout sur *Facebook*, elle s'en fou tellement. Et elle disait « moi je m'en fous même s'il y a des gens qui me jugent je m'en fou... » tout le monde fait ça au final sur *TikTok*, il y a pas à avoir honte...voilà !
- **Et hum, par rapport au fait que tu étais un peu gênée etcetera, quel genre de contenu est-ce que tu postes ?**
- C'est toujours heu aujourd'hui c'est un peu plus on va dire rigolo. Moi j'aime bien aussi les trucs genre surprenant, genre je sais pas si t'as vu le challenge de la bougie ? Où en gros il y a une longue bougie, et si on l'était et qu'avec un briquet on l'allume juste la fumée, la bougie se rallume. J'adore, c'est des challenges où tu découvres des trucs. Et sinon c'est surtout de la danse quoi.
- **Ok, et ça te procure quoi de poster des vidéos sur *TikTok* ?**
- J'aime bien, je suis contente. J'aime bien poster des trucs parce que, déjà des fois je m'oblige aussi parfois à poster parce que je me dis « allé Margaux faut que tu bouges », donc ça me fait danser, et comme j'ai aucune motivation, aucun volonté, *TikTok* ça me donne de la volonté de faire du sport et de danser. Et hum... et puis il y a des jours où on se sent moche et des jours où on se sent jolies, et comme comme tout le monde et quand je me sens jolie, j'aime bien poster des vidéos et je me sens encore plus jolies, pourquoi je sais pas mais heu... je me sens mieux et puis aussi c'est vrai que j'aimerai bien devenir connue aussi sur *TikTok* et du coup si on poste pas ben on devient pas connue, donc je m'oblige aussi à poster pour l'engagement et puis il y a des vidéos que je trouve vraiment trop chouettes et donc j'aime bien les faire quoi. Parce qu'en plus ça reste de la création de contenu et moi j'adore ça !
- **Oui c'est ça. Ok, et est-ce que quand tu postes du contenu, tu respectes une certaine ligne de conduite ? tu te mets des restrictions, tu.... Est-ce que tu t'es déjà dit « oh j'aimerai bien faire ça mais en fait non » ?**
- Oui
- **Pourquoi ?**
- Ben j'ai un complexe de postérieur et je n'ai pas de fesses et du coup j'aime bien poster des trucs où on a l'impression que j'ai des fesses. Ça me fait du bien (rire) et il y a certaines choses que j'aimerai bien faire mais que je n'ose pas poster parce que c'est un peu trop osé et ça mon copain va pas être super content. Hum...mais j'aime bien les vidéos où je fais des mouvements

qui me mettent en valeur. Il y a d'autres vidéos aussi que j'aimerais trop faire, mais que j'ose bof, où par exemple où on met les fesses en arrière comme ça, le le « throwback » j'adore ce mouvement parce que j'ai l'impression d'avoir des fesses. (Rire) mais je n'ose pas poster parce que c'est un peu osé même si j'aimerais bien parce que ça me valorise et enlève un peu mes complexes.

- **Ok. Dans toutes les vidéos est-ce qu'il y en a que tu as créé toi-même ou bien tu t'inspires d'autres vidéos ?**
- Il y en a peut-être quelques-unes que j'ai créé moi-même sinon les autres ouais c'est de l'inspiration des autres, parfois améliorée parfois telle quelle. Hum... moi j'aime bien faire les challenges où c'est du sérieux, je le refais mais en rigolant. (*Donne des exemples où elle fait des trucs rigolo et auto dérisoire*)
- **Ok, je vois et quelle est l'importance que tu donnes au nombre likes et de commentaires sur tes vidéos ?**
- Moi je trouve que les likes et les commentaires c'est pas important, l'important c'est les vues je trouve. Je m'en fou d'avoir 5 likes sur ma vidéo si j'ai mille vues quoi, bon c'est bizarre parce que ça veut dire que les gens l'ont vu mais ils ont pas du tout aimé (rire) mais ça je m'en fou un peu.
- **Ok je vois et c'est quelle vidéo que tu as posté où tu as eu le plus de vues et le plus de likes ?**
- Alors hum... j'ai eu de toutes les sortes. Les vidéos qui ont le plus marché c'est les rigolottes, là où j'avais fait une mise en scène. J'ai eu deux vidéos qui ont bien fonctionné avec des danses. Sinon j'avais fait une vidéo « comment faire un masque avec une chaussette » et elle a vraiment bien marché même si je me suis fait lynchée genre « ouais heu ce n'est pas assez protecteur et c'est n'importe quoi... ». Et une autres qui a bien marché aussi c'est mon glow-up, c'est la meilleure celle-là.
- **Ok. Hum, comment est-ce que tu penses que ce réseau social il impacte ta propre vision de toi-même.**
- Ben ça me donne confiance en moi *TikTok*. Que *Instagram* pas du tout. Hum *TikTok* ça donne beaucoup plus confiance en soit. Maintenant que j'ai vu des centaines de filles qui font des vidéos où elles montrent leurs bourrelets et qui donne des messages en mode « body positive ». Il y a une vidéo que j'ai posté il y a deux semaines où on voit mon ventre et c'est un challenge où tu dois danser, ben je n'aurai jamais osé posté ça il y a 6 mois. Jamais. Que là heu je m'en fou, même si je vois que mon ventre tremble tellement j'ai vu d'autres filles le faire aussi.
- **Ok, et quel genre de commentaires tu reçois heu suite à tes vidéos ?**
- Heu beaucoup qui m'envoie heu « for you » (rire), parce qu'ils m'ont vu dans les « pour toi », après ça dépend moi je mets pas tellement de vidéos tranches... Pour éviter des commentaires négatifs ou des critiques quand même. Après sur la vidéo de mon glow-up il y a une fille qui a critiqué en disant « ouais ça veut dire quoi, ça veut dire qu'on est plus belle quand on est mince et qu'on maigrit, ... » alors que c'était pas du tout le but de ma vidéo. Je devais me justifier. Ça dépend de vidéos quoi, il y en a où on me demande d'où viennent mes fringues.
- **Ok. Mais est-ce que t'as l'impression qu'il y a plus de commentaires positifs que négatifs ?**
- Je dirai 70% positifs 30% négatifs.
- **Ok...**
- Mais quand c'est négatif c'est pas en mode heu « t'es moche », c'est plutôt « mais enfin, quel exemple tu montres... » Mais ce qui m'a choquée c'est que dès que j'avais un commentaire un peu méchant ou négatif, t'avais des personnes que je ne connaissais pas du tout qui ont répondu en mode « tais-toi laisse la tranquille... ». Je trouve ça super chouette quoi !
- **Et est-ce que tu prends en compte ces commentaires là pour tes prochaines vidéos ?**
- Heu parfois oui, genre là il y en a pleins qui me demandent de refaire un glow up.
- **Ok, tantôt tu m'as dit que TikTok ça te motivait de bouger un peu mais est-ce que dans ta vie en général tu as changé des choses suite à des vidéos que tu as vu sur TikTok ?**

- Humm... je me sentais pas mal de mettre un jogging (rire) depuis que j'ai *TikTok* je ne me sens pas coupable de mettre un jogging et de m'habiller avec des trucs très large.
- **Ça peut être en termes de mode de vie, genre mode de vie plus sains tu vois il y a des gens qui montrent des astuces sports, ou maquillages ou style vestimentaire...**
- Non, moi personnellement non. Après peut-être qu'inconsciemment oui, surement. Mais heu comme ça, non. Je dirai peut-être qu'au niveau du mental, je m'en fou plus du regard des gens aujourd'hui qu'il y a 8 mois. Peut-être aussi la vision de mon corps a changé avec *TikTok*. J'ose beaucoup plus montrer mes formes qu'avant. Sur *Insta* je ne vais pas mettre mais sur *TikTok* je vais mettre des vidéos où je danse en maillot.
- **Ok, merci et hum est-ce que par rapport à tout ce qu'on a pu abordé durant cette conversation tu veux ajouter quelque chose ? une chose à laquelle tu penses qu'il est important de dire ?**
- Oui ! c'est l'influence que *TikTok* a sur les jeunes. Parce que à la limite à mon âge je sais faire la part des choses. Des petites jeunes de 13, 14, 15ans... je trouve que *TikTok* parfois peut avoir... autant *TikTok* c'est positif par rapport au corps, le fait de fin « body positive », faire ce qu'on veut, s'habiller comme on veut, personne ne juge... Autant je trouve que certaines choses comme des danses un peu osées à 13 ans ça se fait pas ! même si c'est la nouvelle génération non ! ça peut avoir une influence négative à ce niveau là !
- **Ok, c'est le côté un peu sombre et négatif de la plateforme quoi...
Je vois ben merci beaucoup ! j'ai pu poser toutes mes questions, merci pour le temps que tu m'as donné. Bonne journée à toi !**

ANNEXE 7 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN CHARLOTTE

En normal → Charlotte

En gras → moi

- Hello !
- **Hello tu vas bien ?**
- Bien et toi ?
- **Ça va bien ! ben déjà merci d'accepter de prendre du temps heu, pour répondre à mes questions !**
- Avec plaisir !
- **Ben comme tu sais donc c'est pour mon mémoire, et alors heu, plus précisément en fait, je vais étudier les comportements des utilisateurs des réseaux sociaux. Et j'ai décidé de construire mon étude empirique sur la plateforme *TikTok*. Voir un peu comment se comportent les utilisateurs etcetera. Hum... Ici évidemment je vais me permettre de t'enregistrer, est-ce que ça ne te dérange pas ? C'est pour pouvoir effectuer une retranscription telle quelle par la suite. À savoir qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaise réponses. Il faut simplement que tu sois le plus sincère possible.**
- Ok pas de soucis ! Ok heu donc je m'appelle Charlotte De Clerck, j'ai 19 ans, heu ben donc je fais heu communication donc à Namur. Heu... si je peux parler des réseaux sociaux, je peux dire que je suis très beaucoup trop souvent sur mon téléphone à regarder heu tout ce qui est heu réseaux sociaux et tout dont *TikTok* évidemment.
- **Ok...**
- Et je peux dire qu'en moyenne je reste facilement 4 voire 5 heures sur mon téléphone heu par jours. Heu voilà je ne sais pas ce que je peux dire d'autre... heu... Voilà !
- **Ben c'est déjà bien et qu'est-ce que tu aimes faire pendant ton temps libre ?**
- Ah pendant mon temps libre ben généralement ben là depuis le confinement heu je ne sais pas faire grand-chose, depuis mars heu, donc heu généralement entre mes cours heu, mon étude, et tout ben ouais sur mon téléphone, heu ben bêtement je vais faire une balader ben je vais faire une photo pour poster en story *Insta* par exemple. Donc heu, ouais tout tourne autour du téléphone et je n'arrive pas, j'avoue c'est peut-être pas forcément bien mais heu...

Je pense qu'on est dans un monde aussi où heu tout fait que on communique souvent par téléphone et heu plus du tout heu comme avant. Donc heu voilà

- **Ok. Heu justement quels sont les réseaux sociaux sur lesquels heu tu as un compte ?**
- Ben heu donc basique on va dire heu *Facebook, Messenger, Snapchat, Instagram, TikTok*, heu je réfléchis hum... Non j'suis vraiment sur les... Par exemple, *LinkedIn*, et tout j'ai pas du tout quoi...
- **Ok, et pourquoi est-ce que tu.... Pourquoi ces réseaux là et par d'autres ?**
- Heu ben c'est celui où heu j'suis sûre d'avoir tous mes potes dessus. Bon après heu *TikTok* pas forcément parce qu'il y en a qui sont gênés ou heu... Qui n'assument pas d'être dessus mais heu *Insta, Facebook, Snapchat* c'est ceux avec d'avoir des réponses de mes potes et de communiquer. Et heu déjà je ne comprends pas les autres principes des autres réseaux sociaux. Donc heu, je dois avouer que je cherche la facilité.
- **Ok. Hum, comment tu vas utiliser principalement ces réseaux-là ?**
- Ben hum... déjà, *Facebook* par exemple, heu j'utilise plus du tout comme heu on l'utilisait il y a cinq ans, maintenant je regarder ce que les gens postent, ou heu si j'ai besoin d'un renseignement pour mes études ou quoi, ben je sais que le réseau est très grand donc heu on peut trouver heu facilement ce qu'on veut. Après, *Instagram* c'est surtout heu pour poster heu un peu ma vie je dois avouer heu, ce que je fais ce que j'aime bien. Mettre nos plus belles photos de nous, fin ouais et *Snapchat*, maintenant heu c'est plus heu raconter ma vie, genre heu maintenant par exemple mes calendriers de l'avent ben tous mes potes savent ce que j'ai, ce que je reçois et heu qu'est-ce que je mange à midi, heu... tout ce que je fais de ma journée et *TikTok* ben c'est vraiment quand il n'y a rien sur les réseaux, j'vais dessus et heu et je me filme quoi.
- **(Rire) d'accord. Et hum, tu sais me dire plus ou moins depuis quand tu es sur TikTok ?**
- Depuis... ben mars, depuis le premier confinement. Ça a commencé avec des petites vidéos où heu je recopiais un peu les gens qui faisaient des vidéos et je trouvais ça vraiment drôle et j'envoyais bêtement à mes potes heu... Comme par exemple, j'ai fait un deuxième compte *Instagram*. Où je mets vraiment heu tous les spams... Des vidéos débiles, des snaps, des stories débiles que je ne préfère pas poster devant des gens qui me connaissent un peu moins et qui me suivent sur mon vrai *Insta*.
- **Ouais**
- Hum...ben ouais je vais surtout faire chier maman à faire tout le temps des vidéos quoi...
- **(Rire) Ok. Et hum... quelle est la raison pour laquelle tu t'es dit que t'allais télécharger l'application.**
- Ben heu déjà, il y a deux ans je crois j'avais déjà l'application *Musical.ly*. Donc l'ancêtre de *TikTok* on va dire.
- **Oui**
- Et heu j'avais déjà fait des vidéos et tout et je trouvais ça drôle et puis ben quand je voyais sur *Insta* les vidéos qui défilent ben chaque fois je voyais *TikTok* et je me marrais bien dessus et je restais parfois trois heures dessus sans m'en rendre compte. Du coup je me suis dit « ben pourquoi pas faire des *TikToks* » et chaque fois on m'identifiais genre « oh c'est bien toi, tu serais capable de faire la même chose » et tout. Du coup je me suis dit « ben go me lancer » et puis on verra. Mais au début, je ne postais vraiment pas ou heu. Heu non en fait je mens parce que quand j'ai commencé *TikTok*, parce que je réfléchis, c'était au blocus de janvier où je postais des vidéos mais vraiment débiles, qu'on faisait pendant nos pauses étude. Mais j'ai vraiment commencé à regarder des vidéos et tout heu début mars quoi. Ouais.
- **Ok et t'as commencé à faire des vidéos début mars aussi ?**
- Ouais mais des vidéos solos. Par exemple, genre quand on était devant la BUMP ben on faisait des vidéos ensemble, ça rimait à rien et heu on faisait des trucs débiles. Là je faisais vraiment toute seule dans ma chambre heu comme une cas soc' et si maman rentrait elle se demandait quoi (Rire).

- **(Rire) ok. Et heu ben tu dis que ça ne prend quand même pas mal de temps. Genre tu restes des heures et tout. Hum, si tu dois décrire la place que prend TikTok dans ta vie qu'est-ce que tu dirais ?**
- heu... ben après je suis pas non plus heu une personne hyper connue genre si j'étais vraiment connue et que je pouvais gagner de l'argent avec, là j'avoue que ça me prendrait facilement heu, beaucoup de temps dans ma journée. Là, c'est vraiment quand j'en ai râlé bol des travaux ben je fais une vidéo ou le soir quand je vais dormir par exemple il est 9h30 ben je peux m'en rendre compte qu'il est déjà 23h que je suis toujours sur TikTok quoi... C'est infini et heu on tombe toujours sur des vidéos qu'on a jamais vu. Mais du coup, ça prend quand même beaucoup de temps.
- **Ok (rire) Hum, pourquoi est-ce que tu utilises TikTok en fait ?**
- Ben, au début heu quand par exemple au début du confinement quand on n'avait vraiment rien à faire heu, que les cours étaient pas non plus heu on avait presque rien pour les cours. Là je le faisais surtout heu pour me marrer fin, en fait je faisais rigoler maman parce que je la filmais et du coup elle comprenait pas. Et puis en fait je me suis rendue compte que ça faisait rire mes potes et heu qu'à chaque fois que je les revoyais « oh ta vidéo TikTok m'a fait trop rire et tout » du coup moi ça me faisait plaisir d'entendre que je faisais plaisir à d'autres de mes potes quoi et donc c'est comme ça que j'ai continué. Et au final heu, je m'en fou, fin genre autodérision quoi. Limite, je me fais claché dans mes propres vidéos. Ça me fait rire, ça fait rire les autres donc heu un petit moment de plaisir quoi.
- **Ouais ok, et hum toi tu as cette perception-là de la plateforme mais à ton avis comment est-ce que la plupart des gens voient cette plateforme ? comment ils la considèrent ?**
- Ben après quand je vois certains commentaires de gens qui ont vu ma vidéo, ils sont là « oh t'es ridicule » heu « tu fais pitié » et heu ouais ils peuvent trouver ça ridicule, une grosse paumée qui est dans sa chambre et qui se filme dans des trucs pas drôles parfois. En fait moi ça me détend, genre parfois heu j'suis là devant mon gsm et je rigole toute seule quoi. Mais c'est clair que parfois, c'est gênant quoi, parfois il y en a vraiment des gênants. Mais il faut avoir un second degré et s'en foutre un peu. Mais il y a des gens qui font trop attention à leur petite personne et du coup passer sur TikTok, c'est gênant pour eux quoi mais moi perso je m'en fou donc au final, voilà.
- **Et heu, pourquoi tu penses que cette plateforme-là elle est autant appréciée ? Quelles pourraient être les raisons ?**
- Ben, moi déjà depuis mon buzz avec la vidéo de ma grand-mère, j'ai quand même un petit côté de notoriété donc je vois mes followers augmenter augmenter augmenter, c'est comme Insta, plus tu as de followers, plus tu te sens un peu heu supérieur et t'es content de reposter parce que tu te dis « oh pleins de gens vont voir ça ». et du coup je pense que ça prend de l'ampleur parce que là, à 10 000 followers je peux gagner de l'argent. Du coup les gens vont commencer à poster poster poster. Moi là je suis à heu, 8000 followers, ben j'ai envie de poster plus pour que les gens voient mes vidéos et pour pouvoir gagner de l'argent. Au final ben je pense que c'est pour ça que l'appli a pris de l'ampleur. Ben comme Insta j'pense qu'il y a qui à partir d'un certain nombre de followers, ben sont payés à partir d'un moment c'est connu. Je pense que c'est comme ça que ça a augmenté quoi et je pense que le but de chacun fin genre j'ai des copines qui postent aussi leurs vidéos et qui m'envoient « nul je n'ai pas buzzé », donc je pense vraiment que c'est pour faire le buzz que les gens se mettent aussi sur l'appli quoi.
- **Ok. Et hum, ben tu me dis justement que ça te fais du bien quand les gens ils aiment et que tu fais rire tes potes mais quelles émotions tu as et comment tu te sens quand tu utilises cette plateforme ?**
- Ben au début genre heu par exemple parfois j'étais gênée de poster mes vidéos. Et au final je vois que les gens s'en foutent de comment ils postent donc moi moi sur mes vidéos je me dis tant pis au pire les gens qui ont pas envie de me suivre me suivent pas et ceux qui aiment bien vont me suivre et vont rigoler et en fait je m'en fou de ce que les gens pensent et je poste je poste et heu j'sais pas j'ai pas vraiment de réponse genre heu mon sentiment c'est heu pfff...

j'sais pas je suis contente de poster je me fais plaisir autant à moi qu'aux gens qui regardent et qui rigolent et qui aiment bien. Donc heu... c'est faire plaisir aux gens et à moi quoi fin je m'en fou quoi.

- **Ok. Et hum, quel est le genre de contenu que tu aimes regarder ? que tu apprécies surtout sur TikTok ?**
- C'est surtout l'autodérision, heu... heu les trucs du second degré. Moi les p'tites danses et tout heu pfff ouais ok je sais danser aussi sur la musique mais je préfère quand ça fait vraiment rire. Après c'est vrai il y a des trucs heu c'est assez impressionnant parce que même moi je ne saurais pas le faire, j'ai déjà essayé c'est impossible. Mais hue ouais je préfère les trucs où ça clache heu ouais ce genre de trucs quoi.
- **Ok, tu sais me dire plus ou moins le style principal des vidéos qui défilent sur ton fil ?**
- Ben en fait au tout début j'avais vraiment de tout et puis maintenant à force ben si je vois des trucs humoristes je vais *liker* et du coup ben l'algorithme fait que j'aurai surtout ce genre de contenu là, que des vidéos humoristiques. Et souvent j'ai des vidéos de jeunes, de jeunes français déscolarisés qui font que ça de leur journée et au final ils font vraiment des trucs drôles ou heu. Par exemple il y a des vidéos où c'est des haul et tous des vêtements, ben ça ça me n'intéresse pas quoi. J'ai vraiment surtout des trucs humoristiques qui arrivent dans mon fil, dans les « pour toi ». Du coup si je vais dans mes « following » c'est vraiment que des français déscolarisés parfois belges qui ou alors c'est vraiment des tops canons par exemple. Ils se mettent torse nu et ça c'est vraiment, ça fait plaisir pour les yeux (rire) mais heu, ouais que des trucs humoristiques.
- **(Rire) OK, hum... T'es sur ton téléphone ici ?**
- C'est sur mon ordi
- **Alors hum est-ce que tu penses à une vidéo qui t'a marqué et que tu aurais la possibilité de me montrer maintenant et si pas de me parler un peu de ce que c'était ?**
- Ben une vidéo que j'ai faite ou que j'ai vu ?
- **Les deux que tu as faite et une que tu as vu.**
- Ben alors celle que j'ai faite c'est clairement celle de ma grand-mère. (Rire) parce que je dois avouer qu'elle a été vue vraiment par tout Namur, tout Liège. J'ai des copains à Liège qui me disaient. Mais c'est vraiment incroyable parce que même des gens qui ne me connaissent pas me disent « oh mais Charlotte De Clerck, je l'ai vue nananinana... » et heu c'est le genre de vidéo en fait, elle clache, c'est de l'humour et en fait c'est une vieille personne donc fin elle est, fin moi pour moi je l'adore cette vidéo ! je trouve je peux encore la regarder maintenant que je vais rire. Tu veux que je te la montre là maintenant ?
- **Oui oui tu peux !**
- (me montre la vidéo → elle montre des photos de ses amis garçons à sa mamy et lui demande de leur donner une cote sur 10 quant à leur beauté, sa mamy répond avec son accent et ses termes un peu « vieillos » qui font bien rire Charlotte à côté) avec cette vidéo j'ai eu 250 000 *likes*, c'est pas anodin. Une petite fille de Namur comme ça qui buzz c'est quand même pas mal. Les gens savent que j'ai fait le buzz avec ma grand-mère. Mais du coup c'est quand même fin, ça fait plaisir parce que des gens que je ne connais pas me reconnaissent. Ça fait plaisir ! Mais sinon une vidéo que j'ai regardé.... (Réfléchis) Je n'ai pas vraiment heu tu vois par exemple, j'enregistre mes vidéos et heu c'est pour les refaire donc au final... J'ai pas vraiment d'idée, par exemple tantôt j'ai enregistré une vidéo d'un crumble que je voudrais faire quoi ! Mais heu sinon d'impressionnant non je n'ai pas... non j'ai rien à montrer, rien qui m'a choquée. Pour ma vidéo c'est venu tout seule j'ai pensé à ça et je ne me suis pas inspirée de quelqu'un d'autre. En fait c'était tellement spontané que de base j'avais mis la vidéo sur mon Insta privé et en fait je voyais tout le monde commenter, tous mes bons potes commentaient. Je me suis dit ben si je la poste sur *TikTok* ça va être incroyable parce que les vieux, fin elle est tellement fin ça sort tout seul quoi naturellement, les gens disent « elle ne manque pas de culo quoi... » c'est pour ça que je l'ai posté. C'est une vidéo drôle et hyper spontanée et c'est ça qui

a fait le buzz quoi. Genre je l'ai posté en octobre et là je reçois encore des notifs sur cette vidéo genre là je suis passée à 1,5 million de vues quoi...

- **Ah ouais d'accord quand même !**
- Donc heu ben ça ne fait qu'augmenter.
- **Ouais, et heu toi comment t'interagis avec la plateforme donc heu est-ce qu'il t'arrive d'aimer des vidéos, de commenter, voire même de les partager à tes potes ?**
- Ouais partager ça tout le temps. Après j'avoue que quand je partage des vidéos c'est du style, des ploucs qui se filment et des belges de Charleroi où ça va pas du tout quoi.
- **Ah ouais**
- Mais heu sinon, quand tu commentes heu souvent c'est quand c'est vraiment des mecs incroyablement beaux, et je dis « oh tu choisis le quel » (rire) à mes potes quoi ! ou heu aimer ça je fais souvent parce que je me dis, en fait je me dis, si j'étais à leur place, j'aimerais bien qu'on *like* mes vidéos et donc celles qui me font vraiment rire et que j'aime vraiment beaucoup je vais *liker* quoi et parfois je comment où j'identifie une copine, c'est vraiment heu. Hier je crois j'ai vu une vidéo avec heu différents personnages et à chaque fois il a un pull Ralph Lauren et du coup je mets « sponsored by Ralph Lauren be *like* » et j'ai eu full *likes*, ce commentaire a buzzé, j'ai peut-être 100 *likes* sur le commentaire de la vidéo qui a pas vraiment buzzé en soit. Je me dis « ouais ça fait plaisir aux gens » moi quand je vois tous les commentaires qui a sur la vidéo de mamy, je me dis « ah ouai quand même ça a fait du bruit » et je lisais tout hein, les gens sont incroyables quoi !
- **Ok et toi du coup tu suis plutôt quel genre de vidéos ?**
- Ben du coup comme je t'ai dit là si je vais sur mon *TikTok* j'ai hum... genre un métisse incroyablement beau qui fait des vidéos tout le temps torse nu donc je le suis (Rire).
- **(Rire)**
- Heu...il y a une fille par exemple qui dessine super bien ben ça m'impressionne parce que je ne sais même pas faire un bonhomme donc ça je suis aussi... hum ... et du coup les français déscolarisés qui font des trucs heu... fin genre ou alors des mecs qui se maquillent. Ça c'est incroyable aussi ! heu pff sinon ouais j'ai quand même pas mal de danses aussi... souvent les gens qui ont beaucoup de followers ils ont un deuxièmes comptes spam et ça je suis plutôt les comptes spam parce que c'est plus drôle, un peu comme dans les Marseillais quoi (télé-réalité française).
- **Ah ok je vois ! et justement tu dis que t'as vraiment commencé à regarder *TikTok* pendant le confinement. Pendant le confinement il y a eu ce boom des challenges où il y a eu pleins de nouveaux challenges qui sont apparus. Qu'est-ce que tu as pensé de ce phénomène là ?**
- Ben pff après sur *TikTok* il n'y en avait pas forcément beaucoup, fin je remarquais pas mais par exemple le challenge où il fallait heu faire des shots moi je trouve ça ridicule par exemple. Après sur *TikTok* il y a tout le temps tout le temps des challenges genre par exemple j'sais pas si t'as vu, où il passe tous un par un en faisant le dinosaure ?
- **(Rire) je n'ai pas encore vu mais...**
- Ben c'est des bêtes vidéos ou alors le wrap challenge là, ben ça par exemple ça me fait rire quoi ! Il y en a qui ne savent pas du tout le faire mais le truc où il faut faire de l'alcool et tout moi je supporte pas je trouve ça ridicule. En fait je préfère les défis où heu il y a de l'autodérision quoi.
- **Et du coup toi tu as participé à certains challenges ?**
- Heu oui attend quand je regarde mes vidéos, ben j'ai fait le wrap challenge mais par exemple je le fais avec un ami je ne le fais pas toute seule. Il y aussi les challenges où tu sais heu baisse un doigt si nanana, et tu fais en fonction de tes amis ben ça je l'ai fait avec mes deux meilleurs potes. Heu... sinon heu pfff nan j'ai pas fait grand-chose comme challenge mais celui qu'on retient le plus c'est le wrap challenge hein heu clairement. On ne va pas se mentir tout le monde l'a déjà fait au moins une fois !
- **Pas encore perso (rire)**

- (Rire) Je ne dis pas tout le monde mais beaucoup de personnes mais heu du coup ouais je fais pas beaucoup de défis parce que voilà mais sinon ben c'est quand c'est ça me fait vraiment rire quoi ! la seule fois où je l'ai fait c'est avec un plouc qui est dans un kot et qui me fait rire parce qu'il sait pas du tout faire de la danse quoi donc heu... oui. Moi je préfère les trucs qui me font rire quoi. Je préfère faire des danses heu où je me couche par terre et j'essaie de twerker alors que ça va pas du tout quoi (Rire).
- **Ok. Et selon toi, quel genre de vidéos sont les plus populaires sur TikTok ?**
- Hum les plus populaires ? humm je ne sais pas dire... fin c'est surtout les trucs genre impressionnants genre par exemple heu... là tantôt j'ai encore vu une fille qui fait de la danse avec ses patins à roulette. Moi je ne sais même pas me mettre debout dessus... et du coup elle reprend des danses connues de TikTok et c'est pas la même chose qu'une fille qui est dans sa chambre les pieds bien au sol. Là elle fait des trucs quand même impressionnant, genre heu qu'est-ce que j'ai vu... Il y a des gens qui ont des triples saltos arrière et tout ça ça buzz quand même assez fort, ou des gens qui font des expériences aussi... et ah oui un truc qui buzz très très fort j'ai remarqué c'est par exemple si je fais une vidéo avec des trucs spéciaux et ils filment comment ils font pour arriver à ce résultat-là avec une autre caméra qui les filme. Un peu comme un tuto effet spéciaux TikTok quoi. Des fois ça monte jusque 3 millions de vues c'est quand même fin... c'est bien quoi ! Celle qui buzz le plus c'est celles qui recopient Charlie d'Amelio et là c'est parti quoi.
- **Ouais c'est ça okok, et je ne sais pas si tu trouves aussi mais on reproche souvent à Facebook et Instagram d'imposer une certaine pression sociale, je parle en termes de normes esthétiques. On voit souvent heu des photos où la personne des parfaites entre guillemets, avec un filtre etcetera, qu'est-ce que tu en penses de ça ?**
- Ben du moment où heu par exemple dans les stories Instagram, on propose des filtres qui nous maquillent et qui nous rendent plus belles, nous creusent les joues et tout je vois pas où heu fin dire qu'on est surfait ou quoi... ce qui est bien c'est que bon Insta je trouve qu'il y a beaucoup de profil où les filles sont à moitié nues... Genre Emrata, elle fait des photos où elle est enceinte mais on voit tout son corps quoi... Tandis que si c'était sur TikTok ce serait censuré directement. Par exemple moi j'avais fait une vidéo au ski où heu on faisait genre qu'une pote allait ramener quelqu'un de la nuit ou elle allait être bourée nananinanana...et cette vidéo-là a été censurée directement parce qu'il y avait des propos heu... Pas très catholique pas très voilà... après Insta et Facebook je trouve que c'est un peu trop too much. Genre heu, il y a des trucs qui devraient être censurés. Quand je me dis qu'il y a des ... Fin là genre TikTok je sais qu'il y a vraiment des jeunes, genre moi par exemple j'ai ma petite cousine de 6 ans qui a TikTok et qui fait des TikToks donc je pense qu'ils savent qu'il y a des enfants qui peuvent voir et qu'il y a beaucoup de trucs censurés. C'est tout, c'est un peu heu ça n'a ni queue ni tête quoi je trouve. Ben si heu donc.
- **Ok mais concernant le fait que sur Instagram tu as beaucoup plus de personnes qui vont soigner ce qu'elles postent.**
- Ah ok je n'avais pas compris (rire). Ben je trouve ça triste parce que pfff même moi j'assume que parfois je me dis « oh on peut zoomer sur mes photos » ce qui était bien avant sur Instagram je sais pas si tu te souviens mais on ne savait pas zoomer sur les photos. Du coup si t'avais un petit défaut sur ta photo t'avais pas besoin de la retouchée et personne ne le voyait quoi. Maintenant c'est une cata, il y a des applications on peut même voir la petite bulle de la photo de profil. Mais oui je trouve le but c'est d'avoir aussi le meilleur feed, le meilleur filtre sur tes photos, la meilleure story à poster... oui je trouve ça triste après j'ai pleins d'amis qui s'en foutent complètement et qui postent des photos mais les plus laides possibles mais ouais moi je dois avouer que je fais attention à ce que je poste. Je me dis qu'en fait c'est parce que les gens critiquent facilement aussi ! Insta je fais attention à ce que je poste, tandis que TikTok je m'en fou quoi !
- **Ok et justement sur TikTok t'as l'impression qu'il y a aussi une pression comme celle dont tu me parles sur Insta ?**

- Non après heu il y a certaines personnes par exemple elles vont mettre un filtre où ça brille où c'est magnifique pour être beau. Mais il y en a elles vont se filmer avec le gsm à ça de leur figure elles s'en foutent (montre le gsm tout près de son visage). Moi perso je m'en fou après Il n'y vais pas avec les cheveux hyper gras heu la tête en gueule de bois mais heu non je m'en fous de *TikTok* que *Insta* heu ouais... Après sur *Insta* on se dit qu'il y a peut-être un beau gosse qui va tomber sur mon *Instagram* heu il peut zoomer et tout. (Rire) que *TikTok* tout le monde sait que c'est n'importe quoi ce réseau donc, fin n'importe quoi non c'est trop bien mais que les gens s'en foutent quoi ! Après clairement ça dépend des gens moi ceux que je suis, ils en ont rien à faire, ils sont en training du matin au soir et heu voilà quoi !
- **Oui c'est ça ! et heu quelles sont les valeurs qui sont diffusées sur ce réseau-là tu trouves ?**
- Je ne sais pas (réfléchis)
- **Tu sais les valeurs dans le sens sur *Insta* par exemple on dit que c'est le réseau de l'image, donc que les valeurs sont avoir une belle image et *TikTok* par rapport à ça quelles sont les valeurs tu penses qui sont diffusées ?**
- Ah ok ben par exemple c'est avoir heu ben certaines personnes font que de la danse et reprennent des danses et tout ben déjà celles qui ne savent pas danser elles se font taillés en commentaires donc déjà avoir une bonne prestance sur les danses c'est important et surtout savoir faire rire c'est ça surtout le but. Moi par exemple je ne vais pas *liker* des vidéos où les filles dansent super bien je m'en fou un peu. Mais les trucs où ça me fait vraiment rire, là je vais *liker* quoi. Les gens cherchent surtout à avoir des *likes* du coup ils ont pas vraiment de valeurs genre heu c'est les deux seuls trucs que je peux dire vraiment.
- **Ok, et hum quelles sont les raisons selon toi pour lesquelles *TikTok* connaît un tel succès ?**
- ben c'est pas forcément fin déjà c'est *Musical.ly* heu avant et là il y avait vraiment beaucoup de gens et c'était que des danses. Tout était super bien fait et tout et là ici avec *TikTok* je pense que ça a surtout buzzé avec le confinement parce que les gens avaient rien d'autre à faire vraiment que je pense que si on avait gardé notre vie normale, ce ne serait pas pareil. Moi d'ailleurs je ne sais même pas si j'aurai fait des vidéos dessus. Heu... pff je ne sais pas. Après c'est surtout je pense qu'à partir du moment où les gens savent qu'ils peuvent gagner beaucoup d'argent dessus, heu en fonction des *likes*, des commentaires, et tout heu... Parfois quand je vois certains *TikToks*, ils reposent des vidéos sur *Instagram* en disant « allez voir ma vidéo sur *TikTok* » juste pour se faire de l'argent quoi !
- **Ok**
- Donc heu à mon avis c'est ça ! après heu *Insta* aussi on gagne de l'argent mais c'est beaucoup moins facile quoi, il faut faire des placements de produits, des si des là heu ce n'est pas évident.
- **Oui ok et est-ce que tu trouves que les marques ont leur place sur ce réseau-là ?**
- Heu, moi perso je trouve pas ! Sur *Insta*, oui clairement heu là heu tous les influenceurs heu ils partagent tout et tout. Mais souvent sur *TikTok* j'ai des pubs de *Zalando* ou de *Spotify* et je t'avoue que je les passe directement. Je ne suis pas sur *TikTok* pour regarder des pubs, je les swipe direct ! j'en ai rien à faire donc je m'en fou vraiment des pubs et on les regarde pas, les gens font presque pas de placement de produits. Par exemple tout ceux de la télé-réalité, ils ne vont pas dessus parce qu'il n'y a pas ce fonctionnement de story et les gens vont directement zapper si la vidéo ne leur plait pas quoi... ! Tout ce qui est placement de produits, pubs et tout, il y a que *Zalando* et *Spotify* que j'ai vu sinon vraiment je vois zéro pubs. D'ailleurs les pubs c'est quand tu ouvres l'appli, il est mis « passer la pub » et directement tout le monde la passe. Ou alors c'est quand tu regardes les vidéos après 100 vidéos t'as peut-être une pub quoi.
- **Et comment tu penses que les marques pourraient s'intégrer dans *TikTok* ?**
- À part demander à de gens qui sont vraiment connus sur l'application, de faire pour eux mais faire une pub telle quelle, non. Genre une vidéo non, les gens vont zapper ce n'est pas ce qu'ils cherchent sur *TikTok*. Mais heu via des *TikTokers* comme Charlie D'Amélio qui sait faire leur pub ben là oui ça va marcher quoi, elle a minimum 5 million de vues à chaque vidéo elle donc

heu...mais sinon des vidéos telles quelles ça ne marchera pas je crois... Après je ne suis pas non plus heu pdg *TikTok* mais (rire)

- **Non mais comme ça je sais ce que tu en penses et heu t'imagines quoi toi pour le futur de *TikTok* ?**
- Ben je ne sais pas si ils pourraient faire évoluer quelque chose déjà faire des stories je trouverai ça ridicule. Heu ben améliorer pfff en vrai si ils continuent sur leur lancée qu'ils ont maintenant ils sont bien hein ! je sais pas si ils doivent changer grand choses...je t'avoue qu'il y a pas grand-chose à changer, je t'avoue moi là l'appli elle me va parfaitement ! il y a toujours des trucs qui s'améliore dans les filtres à utiliser, fin quand on fait des vidéos...quoi faire un peu plus stylé quoi mais nan c'est bien mais le problème c'est que *TikTok* ce sera toujours heu infini quoi vu qu'il y a des millions et des millions d'utilisateurs ! j'ai vu qu'il y avait 800 millions d'utilisateurs...genre du coup on aura toujours toujours toujours des vidéos et ce sera jamais heu par exemple *Facebook* et *Insta* t'a vite fait le tour de ton fil d'actualité quoi. Tandis que sur *TikTok* c'est impossible c'est pour ça qu'on reste des heures et des heures dessus quoi !
- **Ok, est-ce que toi pour ton compte tu utilises un pseudonyme qui ne contient pas ton prénom et ton nom ?**
- Heu nan j'ai charlottedclk7, d'ailleurs quand je me suis inscrite pour pouvoir aimer et commenter les vidéos heu ça m'a directement proposé ce pseudo-là parce que je me suis connectée via *Instagram*. Je m'en fou de garder celui-là. Après j'ai pleins de copains qui sont inscrits et c'est des nom d'utilisateurs aléatoires parce qu'ils ne veulent pas qu'on sache que c'est eux parce que « *TikTok* c'est nananinana », mais moi je m'en fou ! D'ailleurs quand j'avais mon ancien *Insta* parce que je me suis fait piratée, j'avais carrément mis mon pseudo *TikTok* pour si les gens voulaient aller voir (rire).
- **Ben justement tu me dis que tu as certains potes qui ne préfèrent justement pas qu'on ait leur prénom et nom de famille est-ce que tu penses que ça peut jouer dans certains cas sur le contenu qui est partagé ?**
- (Ne répond pas vraiment à la question)
- **Est-ce que tu peux me montrer la dernière vidéo que tu as mise sur ton compte *TikTok* ?**
- Heu oui, ah ouais c'est une vidéo où on doit choisir entre deux heu deux trucs, mais c'est pas non plus la meilleur quoi !
- **Ah oui je vois c'est un nouveau challenge aussi ça !**
- Et tu vois ce genre de contenu c'est comique quoi ! et alors l'algorithme *TikTok* c'est n'importe quoi parce que là je suis à 7 975 followers mais par exemple là j'ai que 1484 vues sur cette vidéo quoi alors que je l'ai posté depuis deux jours quoi ! D'ailleurs il y a pleins de *TikTokers* très connu qui disent qu'il y a un problème avec l'algorithme de *TikTok* en ce moment...
- **Ah ok, et heu est-ce que quand tu postes des vidéos *TikTok* tu suis une certaine ligne de conduite ? Est-ce qu'il y a une vidéo une fois où tu voulais la poster et puis tu ne l'as pas fait ?**
- Heu oui ! oui il y a certaines vidéos où je me dis... En fait moi parfois au début quand je la fais je trouve ça drôle et tout et puis en fait quand je la montre à mes potes elles me disent « mais non Cha, postes pas ça c'est gênant quoi » ... donc heu non il y a des vidéos comme ça où moi je m'en fou de moi mais en fait parfois j'ai peur de me faire critiquer par des gens que je ne connais pas. Donc je ne poste pas et maintenant le problème c'est que si tu buzz pas, c'est ridicule quoi... C'est le problème de *TikTok*, c'est que parfois des vidéos trop cool que j'ai fait ne sont pas beaucoup vues donc je les retire parce que c'est gênant. Tu passes de 1,5 million de vues à genre mille vues et ça me gêne du coup je suis à deux doigts de la supprimer quoi, mais moi je la trouve drôle donc je la laisse quoi !
- **Et justement tu me parles du fait que ça buzz et tout, quelle importance ça a les likes pour toi ? Qu'est-ce que ça signifie pour toi ?**
- En fait le truc c'est que sur *TikTok*, ce n'est pas le nombre de likes le plus important... c'est le nombre de vues ! c'est bizarre à dire mais heu... tu te dis « waw il y a 200000 personnes qui ont liké mais c'est plus le 1,5 million de vues que je vais retenir quoi ! Personne ne regarder

les *likes*, c'est les vues ! les *likes* je dois avouer que je m'en fou même si je dois avouer que ça fait plaisir que 200000 personnes ont liké ma vidéo.

- **Ok, est-ce que tu as l'impression que ce réseau impacte ta propre vision de toi-même ?**
- Heu (réfléchis)..non parce que je n'ai pas, fin moi perso je trouve pas que j'ai changé depuis que j'ai *TikTok* quoi. Humm... ma propre vision de moi-même...non je pense que non, non je n'ai pas. Non rien a changé.
- **Et ça t'es déjà arrivée de mettre un filtre sur une de tes vidéos ?**
- Les filtres, ben par exemple, heu oui mais c'est un filtre qui déforment la tête pas des filtres qui me rendent plus jolies quoi tu vois ? Heu... par exemple, j'avais utilisé comique quoi mais pas pour me rendre plus jolie quoi. Si maintenant je fais une vidéo où la luminosité est pas belle je vais aller voir dans les filtres pour avoir une meilleure qualité et que la luminosité soit mieux et que ça donne bien ! Sinon c'est clairement de l'autodérision donc je m'en fou d'être belle ou magnifique sur *TikTok*.
- **Ok et quel genre de commentaires tu reçois sur tes vidéos ?**
- Ben je reprends la vidéo avec ma mamy, vu qu'elle est super spontanée et qu'elle a un accent Namurois bien de chez nous, heu les gens identifient leurs amis et mettent entre guillemets des phrases qu'elle dit. Comme par exemple à un moment elle dit « non hein ! » ben les gens mettent ça pour faire remarquer son accent. Ou j'ai des gens quand même connus qui ont commenté cette vidéo. (Donne des noms de gens connus) sinon il y en a qui me demande de les mettre dans leur vidéo ou me conseille de refaire la vidéo avec des personnes connues... (donne un exemple d'un *TikTok* qu'elle a fait) mais ce n'est jamais des commentaires de critique par exemple.
- **Ok et hum est-ce que tu tiens en compte des commentaires quand tu fais des vidéos par la suite ?**
- Non, ben j'ai eu les commentaires pour me demander de refaire la vidéo avec ma mamy mais avec des gens connus mais elle ne voulait pas parce qu'elle dit que c'est méchant de critiquer les gens. (Rire) Mais du coup heu non je ne prends pas en compte.
- **Oui c'est ça ok, est-ce que par contre tu as fait des changements comment par exemple tu as testé heu des recettes ou alors faire plus attention à toi ou changer des trucs dans ta vie quotidienne ?**
- Heu ben là par exemple j'ai enregistré la vidéo d'un crumble que je vais refaire mais même si je sais faire un crumble là c'est une recette différente, c'est un mec qui a fait top chef et donc je vais la suivre. Sinon, tutos maquillage zéro, je n'ai rien sur ma figure donc ça je fais pas. Mais alors une fois je suis tombée sur la vidéo d'une meuf super fit, qui faisait des vidéos de musculation en 30 secondes deux trois trucs donc ça je l'ai refait avec des copines. Mais sinon des trucs d'influence et tout non ça je ne fais pas ! genre hue pff c'est très rare quoi !
- **Ok ça va et est-ce que tu veux ajouter quelque chose par rapport à tout ce qu'on vient de dire maintenant ? un truc auquel tu penses et que je n'aurai pas abordé pendant l'interview ?**
- Heu pff... là je t'avoue que je pense à rien, non je pense que j'ai été complète dans tout ce que j'ai dit !
- **Ok, ben écoute merci beaucoup d'avoir pris le temps de me répondre pour cet entretien ! Bonne après-midi à toi !**
- Merci toi aussi !

ANNEXE 8 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN CARINE

En normal → Carine

En gras → moi

- **Bonjour !**
- Bonjour ça va ?
- **Merci ça va bien et vous ?**

- Oui merci, on y arrive

(Discute des problèmes techniques rencontré avec l'appel)

- **Ben donc on peut commencer, heu ben juste pour un rappel, c'est pour mon mémoire, j'essaye d'étudier les comportements des utilisateurs des réseaux sociaux et plus particulièrement sur la nouvelle plateforme TikTok. On peut commencer par une présentation de vous-même.**
- Donc oui je suis la maman de Margaux Segers, je me suis mise sur l'application pour un peu m'amuser avec ma fille pendant le premier confinement. J'ai 55 ans, je suis mère au foyer et voilà on avait décidé de faire des petites vidéos sur l'application TikTok parce qu'on avait le temps comme on était un peu coincés à la maison et donc heu voilà, j'ai trois enfants et heu je suis à la maison et Margaux venait me voir tous les jours à la maison et on faisait des petites vidéos sur TikTok.
- **Ok et en général à quoi aimez-vous passer votre temps libre ?**
- Je fais beaucoup de vélo, beaucoup de sport heu... sinon j'aime bien cuisiner et puis ben voir mes enfants et c'est vrai qu'avec Margaux heu on s'est bien amusées à faire ces petites vidéos que les gens trouvaient parfois un peu heu... simpliste mais voilà c'est chouette parce qu'on a le même état d'esprit et donc voilà.
- **Et hum dites-moi vous avez un compte sur quels réseaux sociaux ?**
- J'ai juste un compte sur Facebook, heu c'est tout je n'ai pas d'autres heu compte sur les réseaux sociaux. Ben je même mon compte Facebook je ne mets jamais rien. Les enfants m'ont mis un compte Facebook mais je ne l'utilise presque pas.
- **Humm et si vous l'utilisez c'est principalement pourquoi ?**
- Ben c'est pour mettre heu que je suis en vacance avec les enfants, voilà dire que qu'on est bien ensemble, c'est toujours pour avoir une petite idée des vacances avec les enfants. Sinon rien d'autres, c'est toujours avec mes enfants.
- **Ok, donc quand vous utilisez Facebook, c'est uniquement pour pouvoir partager ce genre de chose ?**
- Oui oui voilà c'est ça !
- **Ok et du coup vous avez votre propre compte sur TikTok c'est ça ?**
- Oui j'avais fait mon compte sur TikTok d'abord toute seule mais ça je ne le ferai plus, et puis heu avec Margaux elle a mis toutes nos vidéos sur son compte à elle parce que c'est plus facile.
- **Ok**
- Et puis à 55 ans on est un peu dépassés par les... (rire)
- **Je vous avoue que j'ai aussi du mal à comprendre comment TikTok fonctionne pour créer les vidéos (rire) et du coup quand avez-vous créé votre compte TikTok ?**
- Heu ben là je n'ai plus parce que mon portable était débordé (explique tout ce qu'elle a sur son smartphone) et j'avais créé ce compte en 2019 mais c'était heu vraiment pendant le premier confinement du Covid donc voilà. C'était vraiment l'amusement du moment. Et puis après on s'est vraiment bien plus parce que c'est très chouette, ça ne prend pas beaucoup de temps mais c'est très chouette !
- **Ok et justement en termes de temps et de ce que ça représentait dans votre vie au quotidien vous décririez ça comment ?**
- Heu le temps ça prenait une heure par jour et heu au quotidien par exemple quand Margaux venait à la maison j'étais toute surexcitée parce que je voulais faire cette danse parce que c'est gai à mon âge d'apprendre de nouvelle chorégraphie, bon vous vous êtes en plein dans l'âge où ça rentre vite dans la tête et moi je dois encore pas mal réfléchir je dois mémoriser la chorégraphie, et donc j'adorais c'était super chouette de faire ça ! même si elle s'énervait parfois parce que maman ne faisait pas comme il fallait (rire) mais bon
- **(Rire) vous utilisiez surtout TikTok pour les danses donc ?**
- Oui principalement les danses, il n'y avait que ça, je ne sais pas si il y a d'autres fonctions... ?
- **Ben il y a maintenant pleins de choses différentes. De gens refont des scènes de film connus, il y en a qui font de la peinture, d'autres qui font des choses plus créatives...fin heu voilà.**

- (Parle des nouvelles qui sont passées sur le journal parlé quant au lien entre *TikTok* et le réseau Al Kaïda)
- **Vous m'apprenez quelque chose même si en effet il y a eu déjà quelques problèmes en termes de protection sur cette plateforme. Nous notre utilisation n'est pas liée... Justement comment vous pensez que la plupart des gens considèrent la plateforme *TikTok* ?**
- Ben moi en tout cas tous mes amis me disaient toujours que c'était heu... une plateforme d'amusement une plateforme ben pour eux, il y a Margaux, il y a mes petites danses, que c'était une plateforme de danse, surtout une plateforme d'amusement. Je ne savais pas qu'il y avait d'autres fonctions à côté de ça ! pour moi je croyais qu'il y avait vraiment que les danses.
- **En effet, il y a beaucoup de danses c'est vrai. Mais heu vous me disiez que vous aimiez vraiment beaucoup faire des danses avec margaux. Justement comment vous sentiez-vous quand vous faisiez les vidéos, quand vous utilisiez la plateforme ?**
- Ah ben c'était très très chouette, ben d'abord on essayait de mettre au point notre petite danse qu'on allait faire, donc on choisissait, je crois qu'on choisissait des *TikTok*uses, et il y en a plusieurs dont une qu'on suivait je ne sais plus son nom, la maman et la fille et elles faisaient des supers chorégraphies donc Margaux choisissait des chorégraphies via cette maman et cette fille et suivant la facilité parce que heu pff il y a des danses et il y a des chorégraphies qui sont super compliquées, moi je ne sais pas pour mon âge heu.. J'adore j'adore j'essaie mais on dirait un clown donc ce n'est même pas la peine de le faire (rire) donc elle choisissait toujours des danses faciles heu faciles à faire et des chorégraphies simples à réaliser quoi ! de courtes distances mais c'est toujours de courtes distances. Donc voilà.
- **D'accord et heu, ben par rapport à ça, vous vous regardez des vidéos sur *TikTok* parfois ?**
- Oui ! Margaux m'envoie souvent et je regardais beaucoup de cette maman et cette fille qui je trouvais faisais des choses extraordinaires mais bon après moi je ne suis pas danseuse. Margaux peut-être un peu plus que moi mais heu mais oui j'aime bien regarder des trucs de *TikTok*, je trouve que c'est chouette ces jeunes qui passent peut-être une partie de leur journée, je ne dirai pas toute la journée mais une petite partie de leur journée si c'est une heure ou deux heures. Je trouve que c'est plus chouette de faire ça, de mémoriser des chorégraphies que de rester à jouer à des jeux vidéo sur son écran heu voilà ! je trouve que c'est sympa encore l'idée de faire à plusieurs parce que j'ai vu qu'il y avait des chorégraphies très synchronisées où ils faisaient ça à deux à trois, à quatre, je trouve c'est chouette parce que bon avec le Covid maintenant on ne pourrait plus le faire maintenant mais... Cette convivialité d'apprendre ensemble je trouve que c'est chouette des petites danses comme ça ! et c'est cours donc c'est bien, c'est bien !
- **Mmh et quel genre de contenu *TikTok* vous appréciez principalement ? il y a les danses mais est-ce qu'il y en a d'autres ?**
- Non c'était surtout les danses, ben les danses comiques heu on faisait tous des petits sketches comiques et on faisait un peu de tout quoi mais surtout les danses. On a fait des petits sketches comme avec ma belle-fille où elle me lançait un seau d'eau sur la tête enfin des petits sketches comiques quoi.
- **Oui voilà ! et est-ce que vous vous interagissez avec la plateforme ? Donc heu, est-ce que vous allez aimer des vidéos, les partager ou bien même commenter les vidéos ?**
- Heu oui je commente de temps en temps les vidéos mais c'est souvent avec des enfants quoi. De temps en temps quand j'aime bien je mets que j'aime mais partager je ne fais pas parce que je commence pas à faire heu voilà quoi mais j'aime les vidéos oui et je le mets.
- **Ok et il y a certains comptes que vous suivez ?**
- Ben cette maman et sa fille mais je ne sais même pas vous dire leur nom, margaux sait mais moi non. Ben j'aime bien les regarder parce qu'elles sont vraiment heu, même la fille toute seule, elles sont très souriantes, ce sont deux américaines. Elles sont très souriantes toutes les deux, elles ne se prennent pas la tête heu elles ne font pas ça sérieusement même si elles le font très très bien mais je trouve que c'est très agréable à regarder.

- **Hmm tout à l'heure vous disiez que vous avez surtout utiliser la plateforme pendant le premier confinement. Justement, durant cette période il y a pleins de gens qui ont commencé à utiliser *TikTok*.**
- Ah ben oui !
- **Heu qu'est-ce que vous pensez du phénomène des challenges *TikTok* vous ?**
- Ah ben moi je trouve que c'est pas mal du tout ! heu je trouve que comme je vous le disais tout à l'heure, je trouve que c'est mieux de faire des challenges comme ça plutôt de jeux vidéo où on s'abime les yeux et qu'on attrape une tête comme une seau au but d'heure et on devient dingue ! tandis que là on fait des chorégraphies, ce sont des challenges donc on essaie de faire mieux que l'autre moi je trouve c'est sympa, c'est bien pour les jeunes heu Je trouve, on doit évoluer parce que on est toujours nous les vieux ringards et il faut rester assis et lire la bible heu non quoi ! Il faut avancer dans son temps et ça c'est une plateforme qui comme vous l'avez dit a vraiment commencé pendant le confinement où tout le monde a commencé à vouloir participer et créer ses vidéos et je trouve c'est chouette ce partage justement avec les états unis et heu tous les pays sont sur cette plateforme je pense donc oui c'est chouette !
- **Ok et vous vous y avez participé donc principalement pour le côté amusement ?**
- Oui c'est exactement ça ! Mais on n'avait pas mal de vues, Margaux me disait « maman regarde on a autant de vues » mais pourquoi certaines vidéos ? Je ne sais pas ! On avait beaucoup de vues sur certaines danses qu'on faisait qui étaient peut-être parfois les plus ridicules de toutes mais ... oui les gens partageaient comme ça parfois c'était chouette mais à mon avis parce que c'était interaction maman-fille aussi je pense. Je ne sais pas trop.
- **Ok, oui c'est vrai et justement en parlant de succès heu, vous pensez fin, quels genres de vidéos sont les plus populaires pour vous sur *TikTok* ?**
- Je pense les vidéos un peu clownesques, où on fait les sots. Je pense que les gens aiment bien parce que ça leur vide la tête, on vit dans ce monde maintenant avec le Covid où c'est un peu compliqué donc je pense que les petites vidéos sympas et comiques, ou alors les vidéos de danses bien structurées je pense que les jeunes aiment bien !
- **Oui c'est ça, ok et heu donc vous m'avez dit que vous aviez un compte *Facebook* et ben justement souvent on reproche à *Facebook* et *Instagram* d'imposer une certaine pression sociale en termes de normes esthétiques. Sur *Instagram* les filles doivent être belles, elles doivent avoir un beau visage, un beau corps, ce genre de normes esthétiques, avec cela les utilisateurs retouchent leurs photos. Qu'est-ce que vous pensez de cela ?**
- Je trouve que c'est un peu exagéré parce que j'ai l'impression d'abord, peut-être je me trompe mais la chirurgie esthétiques est arrivée au grand galop même pour les très jeunes, alors c'est ce que je dis à mes deux filles quoi mais enfin « vous êtes jeunes vous êtes belle mais enfin il n'y a pas besoin », je sais pas je pense que c'est l'image américaines de ces familles tout ça Kardashian qui ont amené ça et qui ont commencé à dérouler ces choses-là. Et je vois bien il y a des filles de 25- 27 ans qui ont déjà fait pleins de chirurgie esthétiques et ça me désole parce que justement la jeunesse vous êtes belles, vous avez une peau magnifique et il n'y a pas besoin de faire tout ça. Je me demande si ce n'est pas les Etats-Unis qui ont apporté ces problématiques beautés qui sont maintenant plus des beautés naturelles, ce sont plus du tout des critères de beauté lié à votre âge, ce sont des critères de beauté un peu faussés et heu je sais pas moi, c'est un peu bizarre je trouve, tout doit être parfait, les visages, les corps doivent être parfaits à l'image d'un peu une poupée de l'époque on disait la poupée Barbie hein ! Un peu l'image de la personne parfaite, mais on n'est pas comme ça quoi ! il y a plus de naturel moi je trouve ! Et même les hommes maintenant, ils doivent tous avoir des tablettes de chocolat et je ne pense pas que c'est la musculation je pense que c'est aussi de la chirurgie esthétique. Moi à mon âge, à 55 ans ça me désole un peu parce que heu je sais pas je trouve que la beauté d'une jeune fille c'est tellement bien sans avoir à faire tous ces appareils extérieurs qui n'ont pas d'utilité en fin de compte.

- **Oui d'accord, et justement vous vous parlez surtout de tout ce qui est chirurgie esthétique, mais il y a aussi, les filles qui sont naturelles mais qui vont utiliser d'office des filtres quand elles vont mettre des photos, que pensez-vous des filtres ?**
- Ben oui c'est pour dire d'être plus belles et plus parfaites, mais après je me dis que comme vous êtes dans un monde où vous ne rencontrez plus jamais personne par le hasard des choses comme nous on rencontrait par hasard des gens en boîtes de nuit, ça c'est fini mais je me dis que le jour où toutes ces filles qui paraissent parfaites avec ces filtres, elles doivent rencontrer quelqu'un via une application et elles donnent rendez-vous mais en fin de compte, l'homme ne rencontre pas du tout la personne qu'il a vu sur les réseaux sociaux puisque les filtres ont tout à fait changé l'allure naturelle de la personne. Moi je ne suis pas trop pour, sauf si c'est genre un filtre un peu drôle ou quoi. Mais pas les filtres embellisseurs ! c'est dommage !
- **Oui ok je vois et vous trouvez aussi que sur *TikTok* il y a aussi cette tendance ?**
- De filtres ?
- **De filtre heu, d'embellissement de soi... ?**
- Sur *TikTok* oui je trouve qu'il y en a beaucoup mais pas tous par contre heu il y a beaucoup de gens au naturel, mais je trouve qu'il y a beaucoup surtout du côté des hommes, ils enlèvent leur chemise et ils veulent vraiment avoir des muscles et avoir un corps parfait mais bon si c'est de la musculation ce que je crois pas mais, c'est bien de s'entretenir c'est sûr mais heu non, ces filtres de beauté non moi je ne suis pas pour ça !
- **D'accord et hum, en termes de valeurs, quelles sont les valeurs partagées selon vous sur *TikTok* ?**
- Comme valeurs ? je n'en vois pas beaucoup à part peut-être la valeur de faire l'effort d'apprendre quelque chose. D'apprendre une chorégraphie ou heu oui on en voit beaucoup qui sautent qui font des cumulets, ... oui ça c'est quelque chose c'est heu la valeur de de plus que s'entretenir c'est d'essayer de passer au-delà de ses limites. Ça je trouve que ce n'est pas mal pour les jeunes d'essayer de se surpasser via la danse, le sport... maintenant des grandes valeurs sur *TikTok* je pense pas !
- **Non mais c'est ce genre de valeurs là que j'entendais... c'est dans cette optique-là, du coup je suppose que vous savez il y a beaucoup de vidéos qui font le buzz. Qu'est-ce qui selon vous fait qu'une vidéo a le potentiel de faire le buzz ?**
- Qui doit se retrouver dans la vidéo ? hum ben oui je pense les, ou bien les chorégraphes pile poil et synchrones ou bien, oui des surpassements de soi en faisant des exercices un peu sportifs heu mais je ne sais pas vraiment les vidéos qui font le buzz heu... Je sais pas vraiment quel style sont... à mon avis c'est de ce genre-là, je suppose je ne sais pas. Point de vue vidéos buzz ou bien alors ce sont des *TikTok*uses super connues et alors tout le monde veut les regarder parce qu'elles sont les premières et elles ont commencé tout au début et qu'elles créent des danses avec des mouvements de corps qui sont heu incroyables ! Quand on essaie de faire les mêmes devant le miroir on peut rire hein ! (Rire)
- **Hum et alors je ne sais pas si vous savez mais à partir d'un certain nombre de vues et de followers, il est possible d'avoir une rémunération en postant des vidéos. Est-ce que vous pensez que la possibilité d'y faire carrière est une source de succès de *TikTok* ?**
- Oui bien sûr je pense, c'est comme il y a quelques années, les bloggeuses qui arrivent à en vivre aujourd'hui et je pense que c'est les nouveaux métiers parce que nous notre génération ben on a jamais entendu ces métiers là-à et heu... c'est vrai que c'est bien quoi c'est des métiers pourquoi pas ! évidemment il faut toujours limiter c'est comme tout hein, c'est quand même fort facile à la base quoi ! donc les premières elles ont eu du succès c'est très bien mais après il faut que les autres inventent autre chose pour pouvoir heu ...mais c'est pas mal je trouve c'est chouette que vous ayez des nouvelles idées comme ça de lancement heu c'est chouette je trouve !
- **D'accord et est-ce que justement le fait d'utiliser cette plateforme pour faire de la publicité, est-ce que les marques ont leur place sur ce réseau-là selon vous ?**

- Heu oui à mon avis oui ! je sais que je regarde ben sur heu *Instagram* je vois qu'il y a plusieurs bloggeuses que je regarde et par exemple elles se maquillent avec le rouge à lèvres Dior et je sais qu'après certaines filles le veulent aussi du coup donc pour les marques c'est un plus ça c'est clair ! ça fait vendre en tous les cas ça c'est sûr !
- **Humm et comment vous pensez que les marques elles peuvent s'intégrer dans *TikTok* ?**
- Il faut qu'elles essayent de contacter justement celles qui ont le plus de vues et qui font le buzz et qu'elles prennent des vêtements si c'est des vêtements de marque sportives, avec le logo de la marque et ça fait vendre oui ! donc je pense qu'elles doivent s'intégrer en essayant de contacter ces personnes là ! (Donne des exemples répétitifs).
- **Ok, et est-ce que vous votre compte vous avez mis votre vrai prénom et nom ou avez-vous utilisé un pseudonyme ?**
- Ah oui les enfants m'ont mis mon prénom avec « *theblueCarine* » donc il y a mon prénom mais ils ont mis autre chose devant quoi. Parce qu'ils se disent que c'est mieux de pas mettre le vrai nom. C'est comme on dirait un nom de scène donc voilà même si je ne suis pas une star (rire). De toute façon je pense que des gens de votre âge jeunes peuvent faire le buzz mais des gens de notre âge c'est un peu plus compliqué quoi !
- **Oh vous seriez étonnée ! c'est moins fréquent mais possible !**
- Oui il y en a mais alors il faut suivre et puis faire si et ça et donc moi j'ai arrêté tous les jours je disais aux enfants je change de tenues et vous me filmez mais c'est chouette à faire hein mais il faut être comme les bloggeuses et il faut se dire « je vais en faire mon métier » et c'est à force de se faire voir sur les réseaux et tout que les gens commencent à vous suivre quoi !
- **Oui c'est ça quoi ! Quel impact ça a selon vous que les gens ne mettent pas leur vrai nom/prénom sur le contenu qu'ils vont partager ?**
- S'ils ne mettent pas leur vrai nom ? ben je pense que c'est surtout si un jour ils deviennent connus c'est comme les chanteurs de notre époque ! il faut avoir un nom de scène, pour être protégé et avoir une vie privée par après !
- **D'accord et heu vous, quel est le dernier contenu que vous avez posté sur votre compte *TikTok* ?**
- Ah c'était une danse avec ma fille Margaux, c'était à l'intérieur on faisait les clowns à la maison quand il y a eu le confinement il faisait tellement beau ah ben je crois que c'était dans le jardin et on avait fait une petite danse même avec mon fils qui faisait le singe derrière !
- **D'accord et heu en général du coup le contenu que vous partagiez c'était des danses quoi ?**
- Oui Margaux et moi et puis avec ma belle-fille, mon fils parce que à quatre c'était chouette aussi mais là c'était vraiment très clownesque hein !
- **Oh d'accord et ça vous procurait quels sentiments de faire ça ?**
- Ah c'est gai parce que c'est un plaisir pour les enfants parce que *TikTok* c'est un truc à la mode donc pour eux ils aiment bien et en même temps moi c'était l'occasion de partager quelque chose avec eux et parce que devant leur ordi on partage rien et là c'est l'occasion de faire une chorégraphie et de passer un peu de temps en famille avec quelques choses de chouette !
- **Ok oui c'est ça, et hum est-ce que ça vous est arrivé d'avoir voulu posté une vidéo et de finalement ne pas le faire ?**
- Oui parce que j'ai essayé beaucoup de vidéos mais des danses que j'essayais de faire mais Il n'y arrivait pas j'avais l'air ridicule donc on les a jamais postés. (Rire) j'essayais de mémoriser les pas mais c'était trop compliqué quoi ! On ne les postait pas toutes parce que certaines étaient compliquées quoi ! mais ça doit rester de l'amusement quoi moi quand ça devient trop sérieux je fais plus, ça m'intéresse plus quoi !
- **Oui d'accord et vous m'avez dit que vous vous inspiriez des vidéos d'une maman avec sa fille et du coup pour chacune de vos vidéos vous vous êtes inspirées ou bien vous avez déjà créé par vous-même ?**
- Non on s'inspirait toujours, par forcément que de ces deux dames là mais on s'inspirait toujours des danses, qu'on choisissait sur *TikTok* mais heu pas spécialement de cette maman et cette fille, on faisait en fonction de la musique qui nous plaisait, au vues qu'elles avaient

eues avec d'autres personnes et on se disait que c'était la musique qui était bien donc on choisissait celle-là. On faisait en fonction de la musique, de l'aire et puis de la facilité de la danse et de l'amusement qui en découlait derrière ! On prenait des danses où il n'y avait pas trop d'effets spéciaux parce qu'on comprenait pas trop comment ça fonctionnait, donc on restait dans le simple quoi !

- **D'accord et justement vous quelle importance vous donniez au nombre de like, au nombre de vues... ?**
- Ah je ne donnais pas forcément d'importance aux likes et aux vues, c'est ma fille qui me disait « oh maman regarde ont a autant de vues », alors oui on est un peu excités c'est vrai c'est chouette mais moi je faisais la danse et puis c'était tout je regardais plus quoi. Elle elle regardait souvent s'il y avait des vues et des likes et parfois on était très étonnées que ça fonctionne bien quoi ! et parfois des vidéos où il y avait moins de vues on se demandait si ce qu'on avait fait était nul... je sais pas on comprenait pas trop ! moi je faisais la danse surtout pour être avec elle et m'amuser un peu et puis après voilà quoi je passais à autre chose quoi ! pour moi c'est l'amusement je ne suis pas intéressée par les vues et tout ça là
- **Humm ok et heu vous vous souvenez de la vidéo qui a le plus buzzé ?**
- Oui c'était une vidéo où on faisait des exercices de gym (rire)
- **(Rire) Ok ! et hum est-ce que vous avez l'impression que cette plateforme a impacté votre vision de vous-même ?**
- Non mais je pense que mes amis savaient que j'étais un peu sotté et je pense que là ils se disent que je suis tout à fait sotté ! (Rire) mais autrement non ça n'a pas changé ma vision de moi ! je me suis juste dit que j'étais un peu nul pour apprendre ces pas mais sinon non et je me suis dit que je me rendais compte que mémoriser des choses ça devenait compliqué !
- **Oui d'accord et est-ce que vous regardiez les commentaires ?**
- Oui ma fille me disait un peu ce que les gens commentaient ! mais moi je ne suivais pas
- **Et vous preniez en compte ces commentaires-là pour vos prochaines vidéos par la suite ?**
- Non, non c'était juste pour lire comme ça quoi mais je sais qu'une fois un gars a dit « c'est nul » boh ce n'est pas grave hein ! ça n'a pas changé notre vision de nous-même ! Nous on a continué à nous amuser ! je pense qu'il y a toujours des gens qui ont besoin de critiqué, c'est au fond d'eux je ne sais pas c'est peut-être de la jalousie... je sais pas, on passait au-dessus ! mais en général c'était des mots gentils !
- **Ok et heu vous avez changé des choses dans votre mode vie comme vous me dites apprendre des pas de danse, mais est-ce que vous avez mis en place des choses dans votre vie suite à une vidéos TikTok ?**
- Non non ça a rien changé du tout dans ma vie c'était surtout le fait d'avoir du temps pendant le confinement et de vouloir m'amuser et d'en fin de compte que ce soit agréable ce petite amusement par jour, une demi-heure, une heure par jour ! sinon ça n'a rien changé dans mon quotidien.
- **Ok merci et heu par rapport à tout ce qu'on vient de discuter ensemble est-ce que vous pensez à quelque chose qu'on aurait pas abordé et que vous voudriez ajouter ?**
- Non je j'aimerais savoir comment ça a évolué depuis le premier confinement ce TikTok comme je n'ai plus l'application. Je ne sais pas, est-ce que ça a pris de l'ampleur et puis je me dis que j'aimerais recommencer à faire des chorégraphies et des vidéos tiens ! ça oui !
- **D'accord oui (rire) pourquoi pas ! Merci beaucoup à vous d'avoir répondu et pris de votre temps (j'explique un peu comment a évolué la plateforme)**
- Ah oui merci avec plaisir !

ANNEXE 9 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN AMANDINE

En normal → Amandine

En gras → moi

- Hello
- Salut !
- **Bon je vais pas te répéter pourquoi je fais cette interview, pour commencer tu peux te présenter en général ?**
- Oui, donc heu je m'appelle Amandine Barbé, j'habite Profondeville, j'ai 30 ans hum qu'est-ce que je peux te dire d'autre hum je suis active dans la société donc je travaille depuis quelques années, 6 ans je pense, à la sortie de mes études...Qu'est-ce que je peux te dire d'autre ?
- **Ben c'est déjà bien comme ça ! c'est une bonne présentation générale (rire) !**
- (Rire) voilà !
- **Hum qu'est-ce que tu aimes faire pendant ton temps libre ?**
- Hum pendant mon temps libre ça dépend un peu de l'été et de l'hiver mais heu j'irai qu'en été pendant mon temps libre j'aime beaucoup sortir, être dehors et profiter un maximum du beau temps, de l'extérieur. Qu'en hiver je vais être plus cocooning, à l'intérieur, chill, ...
- **Ok, hum sur quel réseaux as-tu un compte ?**
- J'ai un compte sur *Facebook*, *Instagram*, j'avais créé un compte sur *Pinterest* hum... *Twitter* non parce que ça je n'accroche pas, voilà c'est les trois réseaux sur lesquels je suis.
- **Et pourquoi ces trois-là ?**
- Heu *Facebook* moi c'était d'abord d'un point de vue professionnel avant toute chose et pas personnel parce que je ne suis pas trop pour étaler ma vie privée ! d'ailleurs c'est pour ça que mes comptes privés sont privés. *Facebook* c'est bien pour toucher les gens de façon régionale, ou du pays en soit. Et alors hum *Instagram* c'est parce que c'est mondial, il n'y a rien à faire et tu peux cibler un maximum de gens sur le marché public plus large. *Pinterest* c'est parce que c'est un bon moyen de convecteur en fait parce que les gens cherchent des inspirations sur ce réseau et en fait quand tu cliques sur une image que tu aimes tu es tout de suite redirigé vers un site web, un page *Instagram* et tout et du coup ça fait venir encore plus de gens sur tes réseaux sociaux ! J'ai des comptes pro et des comptes privés justement pour adapter les contenus
- **D'accord et du coup qu'est-ce que tu poste sur tes comptes privés ?**
- Ben moi du coup j'ai changé avec les années qui passaient, quand j'étais heu plus jeune, fin on peut pas dire que je sois vieille (rire) ! mais de mes 20 ans à mes heu 25 ans j'étais plus active et je postais beaucoup ce que je faisais de ma vie, sur *Instagram* beaucoup. *Facebook* c'est quand j'étais plus jeune et je faisais beaucoup de sorties avant et donc on mettait ça heu sur *Facebook* ! Après avec le temps j'ai eu moins envie de partager et que les gens puissent voir ce que je faisais. À l'heure actuelle quand je poste c'est juste de temps en temps et c'est surtout des photos de mes voyages !
- **Ah okok et heu maintenant par rapport à *TikTok*, quand est-ce que tu as téléchargé l'application ou t'es créé un compte ?**
- En fait *TikTok* je n'ai jamais téléchargé l'application mais j'avoue que je trouve ça super fun ! J'avoue que je me suis déjà laissée prendre au jeu mais par des amis qui ont l'application et qui eux postaient des choses comme ça. Mais je l'ai jamais téléchargé parce que je me suis dit « c'est un piège tu vas rester des heures à regarder des trucs », parce que je trouve ça fun !
- **Ok et heu du coup tu t'es pourquoi tu t'es laissée intéressée par ce réseau ?**
- Parce qu'on m'en parlait de plus en plus et à force j'ai été regardé quelques vidéos. Les seules fois où je tombe sur des trucs *TikTok* c'est justement par le biais de *Facebook*, où les gens publient une vidéo qu'eux ont fait et du coup je vais les regarder. Sinon heu, moi honnêtement je perds plus mon temps sur *Instagram* quoi !
- Ok,

- Que sur *TikTok* du coup mais je ne suis pas tellement objective vu que je l'ai pas téléchargée sinon je pense que j'aurai aussi perdu mon temps dessus ! je sais pas voilà
- **Ok hum, comment est-ce que tu penses que la majorité des gens perçoivent *TikTok* ?**
- Heu en fait maintenant je pense qu'il y a les deux côtés, au début tout le monde trouvait que c'était bien parce que c'est arrivé au confinement et que ça a fait un gros buzz parce qu'il y a pleins de truc marrants, mais après je pense qu'il y a le mauvais côté où c'est comme pour tout réseau sociaux où tu as quand même maintenant des vidéos un peu plus violentes qui circulent. Je pense qu'après c'est comme tout réseau sociaux, tu perds beaucoup de temps dessus. Moi je vois bien avec les nièces qui sont fan de cette application, vu que c'est de leur âge, mais elles ont peut-être quoi 10 ans quoi donc c'est quand même fort jeune. Et heu tu vois qu'eux si tu ne cadres pas ils peuvent rester super longtemps dedans quoi finalement.
- **Ok hum quand toi tu visionnes des vidéos qu'est-ce que tu ressens ?**
- Ben moi si dès le départ quand j'ouvre la vidéo je vois que c'est un truc heu chelou bizarre heu je scroll parce que ça va pas le faire. Moi je suis trop sensible et si une vidéo est un peu trop heu choquante je vais garder l'image en tête. (Donne un exemple de vidéo sur *Facebook*) Si c'est des trucs comiques tu vois sympa ça j'aime bien parce que tu prends du plaisir mais dès qu'il y a un cadre un peu heu bizarre chelou derrière non ça j'ai tendance à passer quoi !
- **Ok, hum... justement toi quel est le genre de *TikTok* que tu apprécies surtout ?**
- Oh hum... ben les *TikToks* que j'apprécie et que j'aime bien c'est tu sais tout ceux que les filles utilisent avec la mode et tout ça, les trucs avec un peu les blagues, heu... Tous ceux-là j'adore quoi, c'est vraiment ceux que, voilà c'est ceux-là que je préfère en tout cas !
- **Ok heu... hum est-ce que tu peux me parler d'une vidéo qui t'as particulièrement marqué ?**
- Heu attend faut que je réfléchisse... hum ben celle que j'avais adoré c'est celle avec la blague de la baleine. Je ne sais pas si tu l'as déjà vu heu... ?
- **Non je ne vois pas**
- Ben celle-là elle est terrible donc heu c'est-à-dire que tu fais ça avec une personne, tu as une bouteille d'eau à côté de toi, et heu tu es assez proche de la personne parce que c'est important et alors en fait, tu poses à la personne quels sont les bruits des animaux genre heu c'est quoi le bruit du chat ?, et donc tu lui dis heu fais le bruit du chat et la personne fait miaou miaou, puis tu lui demandes c'est quoi le bruit du canard et la personne fait coincoin et tu lui en poses quand même quelques une pour que la personne se mette dans le jeu quoi ! pour qu'il se dise mais enfin heu c'est quoi la fin ? et après tu demandes quel est le bruit de la baleine et alors là au moment où tu lui poses la question tu prends une gorgée d'eau dans ta bouche et alors là il va réfléchir « mais c'est quoi le bruit de la baleine ? » et là tu lui craches dessus. Elle magnifique cette vidéo !
- **(Rire) je n'ai jamais vu mais peut-être qu'elle passera une fois dans mon fil ! Hum ouais du coup toi tu n'as jamais partagé de vidéo *TikTok* ou commenté quoi ?**
- ben la seule fois où j'ai commenté c'était via *Facebook* et c'était parce que une amie partageait des vidéos justement avec une autre qui était super drôle où elle filme son petit garçon qui se torche (rire) mais du coup heu ça comme elle l'a partagé sur *Facebook* j'ai pu commenté quoi !
- **Ok mais via *Facebook* du coup ! ok heu, ben justement tu m'as parlé du confinement que voilà du fait du confinement ça a connu un boom et alors il y a eu énormément de challenges qui ont été créés et partagés et les gens y participaient... qu'est-ce que tu penses de ce phénomène-là toi ?**
- Moi je trouvais ça sympa parce que honnêtement moi du coup j'avais pas *TikTok* mais comme des amis l'avaient même qu'on était confinés, ben je me suis prise au jeu sans me filmer en fait, et je faisais les challenges mais ici à la maison quoi. C'était comique et moi je trouvais ça sympa, je pense que c'est quelque chose qui a heu aidé les gens à penser à autre chose aussi, à rire, à focaliser son esprit sur quelque chose d'autre que la situation qu'il y avait quoi !
- **Oui je vois c'est sûr ! et hum... Ben du coup tu as quand même un aperçu du contenu qui s'y retrouve et selon toi quelles sont les vidéos qui sont les plus populaires sur *TikTok* ?**

- Ouf bonne question ! C'est compliqué parce qu'avec les réseaux sociaux la popularité c'est pas toujours la bonne en fait donc heu... c'est une bonne question ! je n'en sais rien du tout ! Comme je ne suis pas assez dessus j'ai peut-être du mal à y répondre... Honnêtement
- **Oui je comprends ok, hum... on reproche souvent à Facebook et Instagram d'imposer une certaine pression sociale en termes de normes esthétiques tu vois ? genre via l'utilisation de filtres, les filles elles s'embellissent, heu tu dois être dans les normes esthétiques imposées, qu'est-ce que tu en penses toi ?**
- Ben moi je pense que justement, il y a le contrepied qui est en route pour le moment, avec de plus en plus de filles qui prennent le parti de poser et qui vont mettre par exemple, la photo qu'elle aurait posté idéal d'*Instagram* et quand tu *swipes* tu as la version de la photo réelle où elles expliquent et elles disent c'est juste une question de posture... « de la cellulite, des vergetures j'en ai aussi et c'est juste que je les masque ! » moi je trouve ça bien parce que je pense c'est important pour cibler le jeune âge de la génération qui tu vois qui es là-dessus. Parce qu'après tu me dira ça peut toucher des femmes de 30 ans comme de 40 ou de 50 ans quoi. Je n'en sais rien mais je pense que t'as plus l'aisance de te dire quand même il y a des filtres, il y a des trucs et que ce sont toutes des personnes comme toi ! Mais heu j'aurai une fille de déjà 11-12 ans qui rentre dans l'adolescence et qui commence à regarder à elle, je trouve que ce serait important qu'elle se rende compte qu'effectivement heu ce n'est pas réaliste à 100% quoi ! comme les bloggeuses qui se prennent en photo avec heu des milliers de marques et c'est toujours le « Happy end » tu vois sur leur heu leurs photos, faut bien se rendre compte que ce sont des photos figées, que ce sont des faux trucs quoi. (Explique son avis quant à la beauté et au rendu des photos *Insta*). Moi je trouve ça vraiment bien qu'on montre de plus en plus « l'envers » du décor des photos « parfaites » d'*Instagram* et qu'il y a une réalité derrière aussi quoi !
- **Hum ok et justement, par rapport à la réalité des choses, est-ce que tu trouves que tu trouves que sur TikTok t'as aussi des normes esthétiques ?**
- Ah ouais nan *TikTok* pour moi c'est beaucoup plus naturel ! ouais, il y a moins d'esthétique justement parce que tu retrouves des gens heu, aller à faire des grimaces, des trucs heu tu vois dans des situations improbables heu tu vois ? Non pour ça je trouve que *TikTok* est beaucoup plus naturel, beaucoup plus spontané finalement parce qu'on fait des challenges et tant pis si on est un peu humiliés, l'idée c'est de savoir rire de soi quoi qui est chouette dans cette application-là ! L'autodérision est beaucoup plus présente dans ce type d'application que sur *Instagram* on est plus dans du *fake* entre guillemets quoi !
- **Hum, selon toi quelles sont les valeurs justement qui sont diffusées par TikTok ?**
- Hum... Ouais autodérision, le côté fun, heu, je réfléchis hein, pour moi ça a un côté un peu sportif aussi parce que mine de rien quand tu vois heu souvent les challenges heu ce n'est pas tout le temps assis sur une chaise quoi donc tu vois t'as ce côté-là aussi où ça te pousse à bouger en fait aussi donc je pense que ça a un côté dynamique tu vois ? Pour moi ce sont les gros points qui ressortent que l'application quoi !
- **Ouais ok, hum pourquoi est-ce tu penses que les gens se mettent à poster des vidéos sur TikTok ?**
- Hum... je pense que c'est aussi le côté de... en fait je pense que tu as le même côté qu'*Instagram*, le côté un peu pervers pour moi, parce que c'est toujours ce côté de reconnaissance souvent avec les réseaux sociaux en général. Je pense qu'il y a des gens dans le fond c'est peut-être pas la première idée propre mais heu faut quand même pas se mentir, on sait bien que à l'heure actuelle sur les réseaux sociaux, on aime quand on est vu, on aime quand ça s'est développé, quand on a des *likes* et c'est malheureusement je trouve le gros problème de toutes ces applications parce que *TikTok* l'a aussi je pense ! et là c'est sur le nombre de vues finalement qui fait que tu montes. C'est un peu comme avec *Instagram*, en fonction du nombre de *likes* ou de commentaires qui fait que tu montes et que tu es plus vu et donc en fait pour moi les deux applications elles ont le même travers quoi ! Parce que de nouveau on rentre dans ce système de si on ne voit pas assez, et ben tu peux de nouveau

tomber dans un... allé je prends un ado, c'est eux qui sont le plus souvent touchés par ça et qui va se dire ben en fait, moi mes vidéos j'ai fait la même chose mais c'est nul parce qu'elles sont pas assez vues quoi... Un peu comme sur *Instagram* quoi... tu fais plus attention au nombre de j'aime et tout. Les gens s'identifient clairement à ce qu'ils postent sur les réseaux ! Si on pouvait retirer tous les algorithmes avec ces fonctions j'aime qui font ta popularité, à la limite les gens pourraient juste commenter ou quoi... ça résoudrait bien des problèmes chez beaucoup d'enfants à l'heure actuelle. T'as beaucoup de gens qui se mettent mal, même en tant qu'adultes, quand tu te dis que tu fais ça pour ton, bon c'est plus *Instagram*, je ne sais pas si beaucoup de gens développent leur marché public je suppose que oui puisque c'est aussi un vecteur pour se faire connaître. Mais je pense que si tu te dis ben ça se développe pas, en fait psychologiquement tu commences à broyer du noir en fait et ça devient négatif quoi ! tu te compares aux autres et tout ! et même pour mon compte public si je poste des photos sympas et que j'ai pas plus de retours que ça ben en fait, on se dit « les gens n'aiment pas » comme on a pas de *like* ou de commentaire on se dit « oh ben les gens n'aiment pas ! » mais c'est pas forcément vrai et heu voilà on oublie en fait que c'est pas à cause de ça ! je pense que le travers c'est le psychologique que ça amène.

- **Ok humhum et heu pourquoi face à un tel risque psychologique TikTok connaît un tel succès ?**
- Boh les jeunes se disent « je vais tenter quoi ! » après tous les gens ne sont pas forcément dans cette mentalité de se dire « il faut que je sois connu et il faut que je fasse le buzz ! »... Mais je pense que la majorité des gens veulent ça !
- **Ok heu justement en parlant de faire du buzz et tout est-ce que tu penses que les jeunes voient une possibilité d'y faire carrière comme une raison du succès de TikTok ?**
- Pourquoi pas parce que je pense que ça c'est en relation avec Heu *Instagram*, parce que pour moi ils se ressemblent forts ces réseaux, le nombre de jeunes filles heu qui voient qu'à l'heure actuelle le métier de bloggeuse est devenu influenceuse et donc influenceuse c'est un métier et c'est possible je pense que les gens se disent « pourquoi pas faire carrière avec *TikTok* et faire le buzz quoi » il y a moyen hein !
- **Ok et tu penses que les marques elles ont leur place sur cette plateforme ?**
- ça c'est les grandes questions heu franchement moi je pose toujours la question de est-ce que les marques ont leur place partout de toute façon quoi ! (*Parle d'un exemple*) je me demande si les marques savent mettre sur *TikTok* leur propre influence quoi. Oui clairement parce qu'à force de voir ce qu'elles font et qu'elles font du buzz tu vas aussi être influencée de te dire tiens mais j'ai envie d'acheter ça, je vais faire ça... et puis tu risques de voir plus de jeunes qui le font ! t'as peut-être pas les moyens heu... pour moi ça c'est les cercles vicieux des réseaux sociaux en général !
- **Hum comment tu penses qu'elles peuvent s'intégrer ?**
- Ben finalement c'est de la pub pour eux, soit par leur propre pub ou avec l'aide d'influenceur et de personnes qui sont déjà développées sur le réseau en soit ! ils vont les chercher et ils leur demandent de faire la pub pour eux !
- **Et t'imagines quoi pour le futur de cette plateforme ?**
- Alors *TikTok* moi je pense que c'est une appli qui a eu un gros coup de buzz avec le confinement, je pense quand même que ça a du un petit peu s'essouffler quand même parce que maintenant les gens ont repris le cours de leur vie en général même si ça reste je pense très actif toujours ! maintenant à long termes heu vu la situation qu'on vit actuellement avec les confinements et tout, ben c'est super propice pour eux à continuer mais je pense que ce sera moins populaire quand les gens vont pouvoir profiter de leur vie à fond, après est-ce qu'on retournera à un avant je ne sais pas mais je pense que les gens attendent beaucoup que ce virus s'arrête et qu'ils puissent profiter et je pense que les gens auront moins tendance à être sur les vidéos et chic et chac ils vont peut-être profiter un peu plus de ce qu'ils ont raté. Mais eux je ne suis pas sûre que ça s'essouffle hein ! je pense que ça restera mais moins fort quoi !

- **Ok et hum est-ce que quand tu as vu des vidéos sur *TikTok* tu as décidé de changer quelque chose dans ta vie genre sportif, maquillage, ... ?**
- Non, ça ne m'a pas impactée, franchement non à part le côté d'essayer ces fameux challenges par exemple des trucs chelou compliqués j'ai envie d'essayer là ça m'a impactée clairement. Sur le rester non, c'était plus sur le côté challenge un peu fun, tranquille quoi !
- **Ok hum, tu parlais de l'impact négatif sur soi-même des réseaux sociaux, est-ce que toi ça t'as aussi impactée ? si pas quelqu'un que tu connais ?**
- Moi non pas du tout comme je me suis pas forcément intégrée dedans mais je pense même pas heu négativement mais heu... quelqu'un que ça aurait impacté je ne sais pas non plus. Les enfants par exemple je suis sûre que ça les impacte parce qu'ils sont beaucoup plus influençables, je pense que c'est ça aussi, c'est en fonction des périodes, est-ce que tu es plus influençable, ou non et ça je pense que ça joue aussi beaucoup quoi ! je crois que l'âge et la vie que tu mènes ça joue beaucoup quoi... caractériellement parlant est-ce que tu te sens bien dans tes baskets ou pas et ça ça peut jouer psychologiquement directement quoi !
- **Oui c'est ça ok, ben écoute par rapport à tout ce qu'on a pu dire jusqu'à maintenant que ce soit sur cette plateforme ou sur les autres réseaux sociaux est-ce que tu as quelque chose à ajouter ?**
- Je réfléchis hein (rire) mais heu c'est vrai qu'on a déjà bien dit les choses dans le côté positif et négatif. Moi j'enlèverai juste ce système de *likes* quoi sur les réseaux c'est important pour moi, je pense que ça changerait beaucoup de choses... Après ils ne le feront pas parce que c'est aussi ce qui fait que ça fonctionne quoi ! Et puis aussi je me dis parfois j'y pense je me dis « qu'est-ce que je fou là-dessus ?! » On perd un temps énorme sur ces plateformes. Parce que le problème c'est que quand t'as une belle photo de vacance par exemple tu as envie de la partager et de t'exhiber un peu, tu la trouves belle donc même, tu te dis t'as envie et tu le fais mais avec du recul en fait qu'est-ce qu'on s'en fou, on devrait faire comme avant et refaire développer les photos et les montrer à ses amis en vrai quoi ! Professionnellement parlant là je me pose pas de question parce que je sais que ça marche et que les gens voient mais personnellement parlant, des fois je me dis que mon compte je le baquerais bien quoi ! c'est vraiment le côté pervers de la société dans laquelle on a évolué, on est tout le temps à montrer, prouver, la fierté etcetera. C'est que ça hein ! S'exhiber et exhiber tout ce qu'on fait c'est montrer ce qu'on a quoi ! et puis recevoir des *likes* sur tes trucs c'est un besoin de reconnaissance mais qui pour moi dans un but ultime n'est pas nécessaire ! C'est ça qui engendre des mal-être chez les gosses et compagnies, et qui pourrait ne pas exister à la base en fait ! mais je prends les gens qui ont pris du temps à faire des vidéos et tout après si c'est en couple ou en famille, il y a une forme d'interaction et d'échange donc c'est positif, plus que juste poster ta photo sur *Instagram* qui est personnelle. Je pense que *TikTok* amène quand même un peu plus une forme de partage et d'échange puisque l'idée c'est de publier des vidéos où t'es pas forcément tout seul ! mais heu moi je pense que il y a rien à faire ça rester des plateformes qui t'isole finalement.
- **Humm ok oui, merci beaucoup pour tes réponses et pour le temps que tu m'as donné ! c'est top !**

ANNEXE 10 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN LUIZ

En normal → Luiz

En gras → moi

- Allo ?
- **Allo ? bonjour !**
- Bonjour, je ne sais pas si tu m'entends bien ou pas ?
- **Oui oui je t'entends super bien ! Est-ce que ça te dérange si j'enregistre notre appel ?**
- Non non pas du tout !
- **Ah ben super, écoute merci déjà de me donner de ton temps. C'est super gentil de ta part. Donc c'est pour mon mémoire qui s'oriente vers l'étude comportemental des utilisateurs**

des réseaux sociaux et principalement TikTok. J'ai appris que tu utilisais la plateforme et que tu créais du contenu aussi. Hum... tout d'abord est-ce que tu veux bien te présenter en quelques mots ?

- Oui ok, tout d'abord je m'appelle Luiz, j'ai 23 ans et je suis étudiant ici en dernière année de coaching sportif, heu je suis belge mais d'origine brésilienne, heu boh je ne sais pas quoi d'autre dire ?
- **C'est déjà bien ! Hum, à quoi est-ce que tu aimes passer ton temps libre ?**
- Ben j'aime bien heu soit jouer avec mes amis à des jeux vidéo plus le soir, sinon dans la journée je fais des vidéos sur *TikTok* et parler avec ma communauté sur *TikTok*.
- **D'accord et hum tu sais me dire sur quels réseaux sociaux tu as un compte ?**
- J'ai un compte ben sur *Facebook*, sur *Instagram*, sur heu *Snapchat*, *TikTok* et sur *YouTube*.
- **Ok, heu et pourquoi ces réseaux-là ?**
- Ben *Snapchat* j'utilise pas forcément c'est surtout pour envoyer ou parler à mon meilleur ami qui habite loin. *Instagram* c'est pour heu ben, voir la vie des gens. (Rire) Dans les stories voir comment les gens partagent leur vie, je partage aussi ma routine de temps en temps. Hum... *YouTube* ben c'est parce que je fais des vidéos avec ma copine donc heu on fait ça parce qu'on aime vraiment le monde des vidéos, on aime bien partager ce qu'on apprend tous les jours, on aime faire apprendre des choses aux gens donc voilà et sur *TikTok* ben heu... Je fais des vidéos mais pour heu... faire rire les gens, pour heu passer mon temps aussi parce que j'aime bien, franchement j'aime bien ! voir que les gens aiment mes vidéos ça me fait plaisir aussi du coup ! C'est plus pour ça que j'en fais !
- **Ok, ben écoute parfait et tu sais me dire depuis quand tu as un compte sur TikTok ? depuis quand tu as l'application ?**
- Heu j'ai l'application depuis l'année dernière, donc moi j'ai heu l'application depuis septembre dernier mais je faisais pas forcément des vidéos à ce moment-là. J'ai fais des vidéos heu, je dirais fin décembre.
- **Ok et heu de base pourquoi t'es-tu créé un compte sur ce réseau ?**
- Parce que ma copine elle y était déjà avant elle me parlait beaucoup de l'application et elle regardait des vidéos tous les jours et heu je me suis intéressé. J'ai connu grâce à elle.
- **Mh OK heu est-ce que tu peux me dire en général quelle place ça prend dans ta vie cette plateforme là ?**
- Hmm ben de nos jours ici ça prend quand même beaucoup parce que je passe heu des jours je passe trois heures à réfléchir à des idées, faire des vidéos, et si je compte des lives là je suis parti pour heu quatre fin tu vois. Donc dans ma journée c'est quand même beaucoup et il y a aussi le temps où je passe à regarder, il y a des vidéos que je crée pendant deux-trois heures par jour et le temps où je regarde je dirai dans les deux heures aussi. Peut-être fin de journée je suis entre trois et six heures.
- **Ah oui ok et du coup tu aimes pour faire rire les gens mais si tu dois décrire pourquoi tu utilises cette plateforme ?**
- Ben heu je l'utilise surtout pour essayer de me créer une communauté aussi parce que *TikTok* c'est aujourd'hui la façon la plus facile de grandir en tant que créateur de contenu. Je l'utilise aussi ben parce que de un j'aime bien et de deux heu pour me donner le plus de chances possibles de grandir heu dans ce milieu-là pour pouvoir y travailler.
- **Ok et hum comment tu penses que la plupart des gens considèrent cette plateforme ?**
- Ben heu de point de vue des gens de mon âge ils pensent et ils trouvent ça heu, la plupart hein je ne généralise pas, ils trouvent ça un peu enfantin et heu ennuyeux je dirai parce que j'ai déjà eu des commentaires heu... Parce que parfois, je partage mes vidéos *TikTok* sur *Instagram* ben j'ai déjà eu fin il y a déjà beaucoup de personne que je connaissais qui m'ont déjà heu arrêter de me suivre ben à cause de ça parce que ils trouvent ça différent et plus enfantin peut-être.
- **Ah d'accord, et qu'est-ce qu'il fait selon toi que cette plateforme-là est autant appréciée ?**

- Heu je pense que c'est parce que *TikTok* laisse la porte ouverte à tout le monde, donc les gens ils font un peu ce qu'ils veulent, ce qu'ils ont envie, les gens ils ont le droit d'être ce qu'ils veulent sur *TikTok*. C'est ça qui marche bien je pense c'est que les gens qui ont un problème physique par exemple ben ils se montrent sur *TikTok*, et il y a pleins de gens qui les soutiennent et puis ben les gens qui sont indifférents ben ils postent aussi des vidéos et il y a plein de réconfort, malgré les critiques bien sûr mais je pense qu'il y a plus de réconfort que de critique quoi, c'est pour ça que tout le monde se sent bien en utilisant cette plateforme.
- **Oui d'accord c'est vrai et heu toi personnellement comment tu te sens quand tu utilises cette plateforme ?**
- Mmmh moi je me sens heu moi-même je dirai. Quand je fais des vidéos *TikToks* c'est parce que j'aime bien et j'ai envie, là je me sens vraiment entre guillemets libre et j'aime bien quoi.
- **Mmh ouais je vois d'accord et du coup tu postes un peu ce que tu veux en réfléchissant quand même un peu avant quoi ?**
- Ouais ouais c'est ça je réfléchis quand même un peu avant de poster c'est sûr mais bon parfois heu je poste ce que j'ai envie quand même quoi, j'ai pas peur de poster des trucs quoi par exemple.
- **Hmm oui d'accord et quel genre de contenu *TikTok* tu aimes bien ?**
- Heu... moi je suis assez ouvert, tout ce qui est humour j'aime beaucoup, j'aime bien heu, il y a souvent des vidéos qui passent des vidéos de filles fin bon comment dire heu, des choses incroyables que les gens ils font, par exemple il y a un gars il est à la montagne, et il fait fin des trucs un peu extrême j'ai bien aussi et sinon le plus souvent c'est de l'humour, de l'humour américain surtout, j'aime beaucoup.
- **D'accord et alors quel est le style principal des vidéos *TikTok* qui apparaissent sur ton fil heu *TikTok* ?**
- Sur mon fil ben c'est surtout tout ce qui est humour français et tout ce qui est humour américain. Genre quelqu'un qui va faire un playback sur la musique, quelqu'un qui va apprendre par exemple un son d'un télé-réalité genre un clash et il le refait en le mimant de manière drôle et sinon j'ai la même chose pour les américains quoi c'est surtout ça !
- **Okok oui je vois ! et hum et est-ce que tu as une vidéo en tête qui t'a particulièrement marqué ?**
- Heu... une vidéo que j'ai vue ?
- **Oui !**
- Hum ben, il y a une vidéo qui est entre guillemets gravée parce que c'est celle qui a le plus de *likes* sur *TikTok* ! C'est une vidéo qui a été faite heu par une femme qui s'appelle heu Bellapoarch et elle fait pas grand-chose elle bouge juste son visage au rythme de la musique et les gens ont adoré en fait qu'elle fasse ça quoi ! et la vidéo a eu heu plus de 200 million de vues et heu c'est marrant parcequ'au final elle ne fait pas grand-chose mais les gens adorent ! ça montre que tu peux faire n'importe quoi et ça peut marcher quoi !
- **Ah oui c'est sûr ! Hum comment toi tu interagis avec la plateforme ? Est-ce qu'il t'arrive d'aimer des vidéos, heu de commenter heu de suivre voir même de les partager ?**
- Ben moi mes vidéos avant je partageais surtout mes *TikToks* sur Insta, mais sinon heu quand je suis sur *TikTok* et qu'il y a un truc que j'aime vraiment bien je mets *like*. Heu je partage souvent des vidéos que je trouve drôle à mon frère, à ma copine, je partage souvent. Heu je commente là depuis fin maintenant je commence à commenter de plus en plus souvent. Quand j'aime bien je mets un petit commentaire et voilà !
- **D'accord et genre tu mets quoi comme commentaires ?**
- Ben par exemple si c'est une fille qui a fait un truc où qu'elle se dépasse, ben je vais mettre un commentaire gentil. Si c'est un truc drôle ben je vais mettre j'vais dire que j'ai bien aimé. Quelqu'un qui commence à chanter ben je vais lui dire que c'est très bien ! Souvent des commentaires positifs je mets jamais de commentaire négatifs genre vraiment jamais jamais !! Genre même quand je n'aime pas une vidéo je ne vais pas entre guillemets attiser la haine, je

mets que des commentaires quand j'aime quoi ! Les trucs que j'aime pas ben je m'y intéresse pas et je passe quoi.

- **Et alors heu il y a des gens qui ont déjà réagis à tes propres commentaires ?**
- Ah oui ça ça arrive souvent c'est pour ça aussi que je commente parce que quand je commente une vidéo, mes followers tombent facilement dessus et du coup ça met une interaction avec eux et heu aussi souvent quand je mets un commentaire, je reçois pas mal de *likes* dessus, ça crée de l'interaction quoi !
- **Ok et heu du coup toi c'est quel genre de compte que tu vas suivre ?**
- Moi je vais suivre les comptes qui font des vidéos qui pourront faire des vidéos un peu comme les miennes et que je pourrai un peu m'inspirer et parfois heu commenter ou voir ce qu'il fait quoi ! il y a aussi des comptes que je suis qui m'apporte des choses genre heu, heu il y a une tatoueuse par exemple parcequ'elle est drôle et elle est fort second degré ben elle par exemple je vais la suivre, pas pour m'inspirer mais juste parce que j'aime bien le personnage quoi ! Mais sinon, les comptes que je suis c'est principalement des comptes heu humoristiques qui font des vidéos sur l'humour ou des trucs comme ça quoi !
- **Hmm ok, et hum je suppose que tu as pu le remarquer mais heu pendant le confinement il y eu une vague de challenges et beaucoup de gens se sont mis à participer à ces challenges. Que penses-tu de ce phénomène ?**
- Ben en fait c'est vrai que sur *TikTok* il y a beaucoup de challenges, c'est ce qui fait vivre aussi la plateforme hein ! mais je parle bien des challenges normaux parcequ'il y a aussi des challenges heu tout et n'importe quoi, après ça peut être des challenges de danses, et de n'importe quoi ! Mais heu j'ai vu que récemment il y a des challenges dangereux et heu tout ce qui est challenges normaux et rigolos je trouve ça intéressant après dans ça tout ce qui est challenge un peu débile et mettre la vie de quelqu'un en danger heu ça j'aime pas du tout ! Mais malheureusement sur *TikTok* il y en a beaucoup ! justement à cause des jeunes personnes qui ne savent pas, qui ne se rendent pas compte du danger mais heu voilà !
- **Ok et heu t'y as participé toi du coup ?**
- Ben pas forcément j'ai pfff récemment il y a une danse de Noël que j'ai fais avec ma copine mais sinon je suis pas du genre à faire ces fameux trends, heu on appelle ça 'trend' sur titok parce que souvent c'est des danses, souvent c'est des trucs heu moi je suis pas capable de le faire du coup je le fais pas parce que c'est pas vraiment mon style et j'aime bien regarder mais le faire heu je ne saurai pas !
- **Oui ok et, du coup tu regardes surtout quoi ! ok et heu quels sont les genres de vidéos qui selon toi sont les plus populaires sur *TikTok* ?**
- les vidéos de danse !
- **ok et heu tu crois que c'est à cause de quoi ?**
- ben parce que la danse c'est universel en fait, t'as pas vraiment besoin de parler parcequ'en fait sur *TikTok* dès que tu mets une vidéo et que tu parles, ben ça te mets une région spécifique d'atteinte, par exemple si je mets une vidéo en français, je vais atteindre des comptes qui parlent français tu vois. Tandis que si je fais une danse, ben là j'aurai une atteinte internationale. C'est pour ça que ça marche le plus souvent les danses mais heu là change aussi maintenant, il y a les vidéos d'humour qui évoluent de plus en plus j'ai l'impression où mais surtout en anglais quoi, les vidéos humour en anglais buzz plus mais heu, mais je pense qu'encore maintenant c'est surtout les danses. (Parle de la barrière de la langue, lui il fait du contenu surtout en français aujourd'hui mais au début il faisait aussi en anglais)
- **Ok, je vois oui !**
- Au début je faisais aussi en anglais mais en fait j'utilisais surtout *TikTok* pour me créer une communauté pour augmenter l'audience de mes vidéos *YouTube* et du coup il me fallait des personnes francophones du coup j'ai commencé à surtout faire des vidéos en français.
- **Ah oui ok ! hum ensuite en général on reproche souvent aux réseaux comme *Facebook* et *Instagram* d'imposer une certaine pression sociale donc par rapport au fait qu'il y a beaucoup de normes esthétiques. Avec le fait de montrer un beau corps, une vie parfaite et**

tout et d'ailleurs il y a beaucoup de filtres, proposés et utilisés sur Insta. Qu'est-ce que tu penses de ça ?

- Ben je suis d'accord avec ça parce que heu *Facebook* j'y suis moins maintenant parce que voilà ça se passe plus trop mais *Snapchat* et *Instagram* c'est vrai que en tout cas au début heu il y avait beaucoup de pression et encore aujourd'hui hein tu dois avoir la vie parfaite, tu dois publier des belles photos, si tu publies un truc qui est pas beau les gens ils vont commenter, ils vont pas aimer, et c'est vrai que les filtres ça n'aide pas forcément hein parce que les gens du coup ils vont plus, ben je connais des gens qui sont très bien physiquement mais qui postent que des photos avec des filtres et du coup ils se cachent un peu derrière parcequ'à mon avis ils ont peut-être peur de cette pression. Je pense que cette pression elle est plus courante chez *Instagram* et *Snapchat* que heu *TikTok* ! Parce que sur *TikTok* il y a beaucoup de filles aussi heu surtout des personnes heu connues, les personnes qui ont une audience assez élevée, c'est un challenge qui est récent et les filles montrent qu'elles sont belles même si elles sont pas très fines heu bien habillées tout ça ! elles font beaucoup de vidéo en pyjamas, où elles montrent qu'elles ont des formes comme tout le monde quoi et que elles peuvent s'accepter comme elles sont et qu'elles doivent pas avoir le corps mannequin fine heu tu vois.. Les personnes qui ont un peu plus de formes sont aussi belles que les personnes qui sont fines et c'est le nouveau challenge en plein essort pour le moment. Il y a beaucoup de vidéo que les gens et les filles principalement s'acceptent comme elles sont et heu je pense que cette pression diminue un peu du coup surtout sur *TikTok* ! *Instagram* heu si tu fais ça ben t'es critiqué par tout le monde quoi !
- **Ouais c'est clair ! T'as l'impression que la critique elle est beaucoup plus facile sur *Instagram* que sur *TikTok* ?**
- Ouais parcequ'en fait j'ai l'impression que la communauté *Instagram* elle devient un peu vieille comme sur *Facebook* en fait ! Parce que tu peux plus vraiment heu publier ce que t'a envie sur *Instagram* sans que les gens se sentent limite vexés, critiqués et tout ça me fait penser ben à *Facebook* quoi ! et comme *TikTok* c'est une audience plus jeune, les gens ils acceptent plus facilement même si on pourrait croire le contraire mais, les jeunes ils ont l'aspect critique heu différent que les gens plus âgés entre guillemets.
- **D'accord oui et du coup c'est une critique plus positive ?**
- Ben oui je dirai quand même oui dans la plupart même s'il y a quand même de la critique et des moqueries, heu il y a moins sur *TikTok* que sur *insta*. Les gens se remettent plus en question par rapport aux différences.
- **Ok oui mais heu sur *TikTok* il y a aussi des filtres, qu'en penses-tu ?**
- Oui c'est vrai que sur *TikTok* il y a aussi des filtres heu qui surtout maintenant il y en a des nouveaux mais souvent les gens ils utilisent les filtres heu genre drôles, ceux qui changent la forme du visage, moi personnellement ça m'arrive de les utiliser aussi ! moi je les utilise parce que ça fait une tête drôle et du coup les gens ils aiment plus ! Personnellement je pense que ça peut-être un impact sur certaine personne mais pas autant que *Instagram* parce que c'est pas des filtres qui vont te rendre plus beaux ! Après maintenant il y a de nouveaux filtres qui ont récemment été mis sur *TikTok* et du coup on risque peut-être de retomber dans cette pression sociale esthétique et je ne suis pas vraiment pour ça quoi !
- **Oui ok et heu justement maintenant par rapport aux valeurs quelles sont selon toi les valeurs diffusées à travers la plateforme *TikTok* ?**
- Heu les valeurs que les gens ont sur *TikTok* ? ben heu les valeurs de maintenant en tout cas c'est heu s'accepter comme on est malgré les nouveaux filtres hein mais heu je tombe souvent sur des vidéos où les gens font genre des messages de motivation, c'est heu « acceptes-toi comme tu es, tu es beau/belle comme tu es ». Heu il y a de moins en moins des valeurs en mode heu « tu dois faire ça sinon tu sera pas bien, tu dois faire si faire ça si tu veux être beau, si tu veux réussir » ça il y a de moins en moins donc les valeurs elles changent je trouve comparé aux autres réseaux sociaux ! Je pense qu'il y a un courant de liberté qui arrive ! Surtout quand tu es féminin, les filles arrivent à être ce qu'elles veulent aujourd'hui, elles

peuvent s'exprimer et s'habiller comme elles veulent sans sans forcément être critiquées et il y a de plus en plus d'hommes qui appuient sur ça et qui sont contents de voir que les femmes ben elles s'acceptent plus et cet aspect de liberté est là pour les femmes, pour les homosexuels, pour les transgenres, eux aussi ils peuvent s'exprimer à travers le réseau et ils sont plus libres à travers ça !

- **Oui c'est vrai et quelles sont selon toi les raisons pour lesquelles TikTok connaît un tel succès ?**
- Ben c'est justement cet aspect d'être libres et d'être ce qu'ils veulent parce que quand les personnes qui sont les plus connues sur TikTok c'est des personnes qui sont entre guillemets différentes soit ben ont un style différent, ont une particularité soit ont une orientation sexuelle différente heu je parle de personne qui ont une image différente de celle imposée dans la société. Du coup heu ça montre que c'est un réseau assez ouvert et je pense que c'est pour ça que les gens aiment bien et le succès aussi c'est que tu peux entre guillemets faire une vidéo heu très bête et réussir et avoir des likes et en fait de je pense que les gens ils aiment ça aussi contrairement aux autres, ici tu peux percer facilement sur TikTok. C'est plus simple d'avoir des commentaires et des likes
- **Ah oui d'accord, et heu selon toi qu'est ce qui fait qu'une vidéo a le potentiel pour faire le buzz ?**
- Ben premièrement ben premièrement TikTok il faut savoir que c'est assez incompréhensible, les gens encore maintenant ils ne comprennent pas trop comment l'algorithme fonctionne. Mais les choses principales à savoir c'est heu au moins une belle qualité de vidéo et heu voilà heu si t'arrives à avoir une belle qualité d'image, n'importe quelle vidéo peut fonctionner et parce que c'est ça qui est incroyable avec TikTok c'est qu'aujourd'hui tu peux avoir une vidéo où tu as 15 vues et demain tu peux faire une vidéo et t'aura 15 000 vues et le lendemain encore ta vidéo aura 15 vues donc c'est très aléatoire ! Avant ce n'était pas comme ça, avant si t'étais connu tu avais beaucoup de vues et maintenant c'est même si t'es connu tu vas avoir difficile à avoir des vues. C'est très aléatoire et on ne comprend pas vraiment comment ça marche !
- **Ok oui !**
- Et d'ailleurs il y a eu beaucoup de plaintes de la part des célébrités TikTok, justement ils ont plus le nombre de vues qu'avant genre ils font des vidéos et ils font moins de vues que ceux qui ont moins d'abonnés. Il y a eu une rébellion des anciens comptes contre les nouveaux un peu comme ça !
- **Oui ok et est-ce que tu penses que la possibilité d'y faire carrière c'est une des raisons du succès de TikTok ?**
- Ben les revenus TikTok est apparu depuis très peu, je crois que c'est depuis le mois de septembre que t'es rémunéré grâce à tes vidéos donc c'est assez récent et il y a eu beaucoup de personne qui se sont plaint de leur vue créateur et parce que leur vues baissaient et t'es payé genre au mille vu donc t'es payé entre un et trois centimes pour 1000 vues quoi donc très très peu !! il faut faire des millions et des millions de vues donc je pense pas que c'est grâce à l'argent que TikTok a ce succès ! mais par contre grâce à TikTok tu peux être plus connu sur les autres réseaux sociaux, je pense c'est pour ça aussi les gens ils essayent de pousser leur communauté de followers TikTok vers les autres réseaux sociaux. Je dirai que c'est ça le but de beaucoup d'influenceur c'est de faire passer sa communauté TikTok sur les autres réseaux sociaux genre Instagram parce que sur Instagram c'est plus difficile à percer.
- **Ah oui d'accord ok et hum est-ce que tu trouves que les marques elles ont leur place sur ce réseau social ?**
- Heu oui ! depuis très, depuis quelques mois les publicités sont arrivées sur Instagram et il y a beaucoup d'influenceurs qui font des pubs, heu des pubs de Wish, ... de pleins de choses donc ouais maintenant une des meilleur façon pour faire de la pub pour les marques c'est clairement TikTok.
- **Ouais c'est vrai et heu comment tu penses qu'elles peuvent s'y intégrer de la meilleure manière ?**

- Ben en contactant les personnes les plus connues et en leur demandant de faire des danses ou quoi et voilà !
- **Ouais d'accord je vois !**
- Et puis l'avantage sur *TikTok* c'est que ce n'est pas comme une pub *YouTube* où tu dois attendre 5 secondes avant de quitter. Là *TikTok* tu peux swiper et en une seconde c'est bon quoi !
- **D'accord et tu crois que c'est positif ce fonctionnement pour les marques ?**
- Ben d'un côté au moins ils attireront les personnes qui sont vraiment intéressées mais d'un autre côté, ils perdent en visibilité donc pour eux c'est négatif mais s'ils font comme *YouTube* ils vont perdre, je pense qu'ils vont perdre au niveau des utilisateurs.
- **Ok et de manière plus globale, tu imagines quoi pour le futur de *TikTok* toi ?**
- Hum ben je pense qu'ils vont continuer sur la voie qu'ils sont pour l'instant heu et heu ils auront toujours autant de personnes qui vont regarder et toujours autant de vidéos, le futur à mon avis, il n'y aura pas vraiment de changement, parce que depuis un an heu il y a pas beaucoup de changements. C'est juste de nouveaux challenges, de nouvelles danses heu et voilà quoi !
- **Hum ok**
- Genre avant Insta il y avait *Facebook* et là il y a *TikTok* après Insta quoi ! ça va super changer comme ça ! genre maintenant il y a des lives sur *TikTok* et tout et c'est comme pour Insta quoi, ça va évoluer et malgré le confinement ça va rester toujours aussi connu et je pense que ça va devenir le réseau social le plus important quoi !
- **Oui ok et hum plus personnellement maintenant pour créer ton contenu sur *TikTok* est-ce que tu utilises ton vrai prénom ?**
- Oui moi c'est mon vrai prénom
- **Ok et pourquoi tu as choisi de laisser ton vrai prénom**
- Ben c'est plus facile pour que les gens me retrouvent sur les autres réseaux sociaux et de savoir qui je suis. C'est vrai que j'aurai pu choisir un pseudo mais si c'est pour que les gens me connaissent ce n'est pas pour avoir un pseudo que j'ai inventé quoi... voilà après c'est peut-être aussi parce que j'ai pas de pseudo de cœur quoi !
- **Ok et hum quel impact ça peut avoir tu crois pour ceux qui créent du contenu sous un pseudo qui n'est pas leur vrai prénom ?**
- Ben les gens pfff je ne pense pas qu'il y ait vraiment un impact parce que je pense pas que les gens passent leur temps à regarder les prénoms des personnes, mais pour être connu c'est mieux d'avoir son vrai prénom quoi, ça peut jouer en faveur de celui qui crée du contenu donc voilà
- **Ok oui ! et est-ce que tu peux me parler du dernier contenu que tu as mis sur *TikTok* ?**
- Alors ici j'ai changé de contenu parce que je faisais des vidéos humoristiques mais maintenant j'ai envie de changer de contenu et hier par exemple j'ai fait une nouvelle vidéo où je parle moi-même et je crée moi-même mon humour quoi mais en mettant un filtre sur mon visage, un filtre un peu heu drôle comme ça ! où ton visage est déformé et tu sais aussi changer le son de ta voix, c'est ça mon nouveau contenu.
- **Ok c'est comme un sketch ?**
- Oui un sketch voilà !! c'est situation de vie que tout monde vit et ce serait drôle quoi !
- **Ok et sinon en général qu'est-ce que tu avais l'habitude de poster ?**
- Heu souvent c'est heu des musiques où il ya une parole drôle, une parole qui peut faire rire. Soit en français soit en anglais et la parole peut interagir avec un sketch quoi !
- **Ok et alors est-ce que tu t'inspires des contenus des autres utilisateurs ?**
- Heu oui je m'inspire souvent oui, pas forcément j'avais dire heu à mes débuts de *TikTok* je prenais les idées des autres et j'adaptais et maintenant je prends des gens auxquels je m'abonne et alors en fonction du son utilisé je vais moi-même inventer une idée à moi-même quoi parce que sur *TikTok* tous les trois jours il y a un nouveau son qui arrive quoi donc je m'inspire des sons des autres pour avoir ma propre idée.

- **Ah oui d'accord et hum... Quel sentiment ça te procure quand tu postes des vidéos ?**
- Heu je me sens heureux et fier de moi, fierté et dire que j'arrive à poster des trucs et que les gens ils aiment bien, c'est une fierté je dirai ! c'est surtout que de base, je ne suis pas quelqu'un de drôle et maintenant le fait que je puisse faire rire les gens sur ce réseau-là heu et avoir un retour c'est un sentiment de fierté.
- **Ok d'accord c'est top ! est-ce que quand tu crées ton contenu ça suit une certaine ligne de conduite ?**
- Heu ben j'utilise souvent les mêmes personnages dans mes vidéos sketches sur *TikTok* et du coup oui je suis dans le même monde chaque fois quoi !
- **Ah oui d'accord je vois et quelle importance tu donnes au nombre de likes sur tes vidéos ?**
- Malheureusement beaucoup ! fin parce que quand je fais un contenu ben ce qui marche pas j'essaye de travailler dessus parce que c'est pas forcément bon mais quand je pense à un truc j'aime bien logiquement d'avoir beaucoup de likes, mais après récemment fin depuis un mois, mes abonnés ont pas mal grandi parce que j'ai commencé à poster beaucoup de vidéos par exemple heu entre 6 et 10 vidéos par jour et là j'ai commencé à moins voir les likes et les vues et comme il y en a beaucoup ben il y en a au moins une qui fonctionne bien et qui a le nombre de likes que j'ai envie !
- **Ok d'accord et quels genres de commentaires tu reçois sur tes vidéos ?**
- Ben pour le moment je reçois souvent des commentaires où les gens sont contents d'être les premiers à commenter ma vidéo et du coup ils commentent et heu sinon heu ça c'est la personne qui me suivent mais les gens qui me suivent pas c'est souvent des commentaires gentils, bienveillants et puis de temps en temps je dirai même pas 1% des commentaires de personnes qui n'aiment pas et qui critique et mettent un commentaire négatif mais ça je prends même pas en compte, je supprime directement, j'ai aussi un paramètre sur mon compte pour ne pas recevoir des commentaires trop négatifs, des commentaires méchants, comme ça je vis bien quoi !
- **Ah oui je vois et je comprends ! Et est-ce que tu prends en compte tes commentaires pour tes prochaines vidéos ?**
- Heu oui ça m'arrive souvent quand même souvent heu par exemple j'avais fait une vidéo sketch et il y a un garçon qui a commenté heu que lui il faisait un truc et du coup j'ai pris l'idée de son commentaire et je l'ai fait avec cette idée là, du coup le gars a reconnu que ma vidéo illustre son idée et il était super content que j'ai pris son idée. C'était hyper bienveillant et gentil. J'aime bien parce qu'il y a des gens qui me disent « oh fait un partie 2 » ou heu « fais ça.. » et du coup je m'en inspire et j'essaye de prendre en compte ce que les gens qui me suivent aime bien
- **Cool ça ! et hum est-ce que dans ta vie de tous les jours, tu as décidé de changer des choses suite à une ou plusieurs vidéos ?**
- Des choses c'est-à-dire ?
- **Ben comme par exemple un mode de vie plus sain, se mettre au sport, tester des recettes, ... genre routine healthy... ?**
- Ah oui je vois ce que tu veux dire mais moi pas forcément, peut-être niveau vestimentaire, automatiquement ben tu regardes des *TikToks* ben peut-être que je vais un peu changer ma façon de m'habiller, mais heu pas forcément quoi après si je vois une recette un jour et que j'ai envie de tester ben pourquoi pas mais heu ouais parfois il y a des petites astuces que je vois sur *TikTok*, et ben c'est des trucs intéressants. Je dirai oui mais ça dépend quoi.
- **OK heu est-ce que par rapport à tout ce qu'on vient de discuter il y a quelque chose que tu aimerais partager et que je n'aurai pas abordé ?**
- Ben ce qui est important que les gens se rendent compte c'est que *TikTok* ce n'est pas simplement une application pour les ados et les enfants et ça les gens doivent savoir et heu heureusement il a de plus en plus de gens plus âgés qui font des vidéos et qui fonctionnent quoi. Par exemple, il y a des profs qui se filment en cours en classe et ça fonctionne ou alors il y a par exemple des heu personnes qui aident des gens, genre une femme qui fait des vidéos

sur le français et qui apprend des règles de français et ça marche très bien. Je trouve ça lui permet de partager son savoir et sa passion et ça permet aussi aux gens d'apprendre des trucs quoi. Ça montre aussi que c'est ouvert à tout le monde donc pas forcément que les ados et ça faudrait que les gens comprennent.

- **Hmm Ok ben écoute merci beaucoup j'ai pu poser toutes mes questions merci d'avoir pris du temps pour moi. Passe une belle journée.**
- Ben écoute avec plaisir ! j'espère que ça ira pour ton mémoire !

ANNEXE 11 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN NICOLAS

En normal → Nicolas

En gras → moi

- **Allo ?**
- **Oui bonjour,**
- Bonjour,
- **Je ne sais pas si vous préférez qu'on se tutoie ou qu'on se vouvoie ?**
- Ben on peut se tutoyer, ben oui j'ai 24 ans ! c'est mieux !
- **Oui ça fait bizarre sinon (rire). Ben déjà je me présente moi c'est Ophélie, j'ai 22 ans et alors heu si je te contacte maintenant ben c'est pour mon mémoire donc comme je t'ai dit ! Hum... en fait j'étudie le comportement des utilisateurs des réseaux sociaux et je vais surtout me concentrer donc sur la plateforme *TikTok* qui est en plein boom et là ici j'enregistre pour pouvoir retranscrire après ! il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Pour commencer est-ce que tu veux bien te présenter en quelques mots ?**
- Oui tout à fait ! heu ben moi c'est Nicolas Lacroix, j'ai 24 ans hum... et j'ai commencé *TikTok* il y a un an. Et heu voilà ! aujourd'hui fin là depuis un an, là j'ai 740 000 abonnés pour être exacte et voilà, j'ai fais de la... je ne sais pas si je dois dire ce que je fais... ?
- **Oui oui c'est une présentation générale de toi**
- Ok ben je fais des chroniques sur Vivacités heu en radio le matin dans les enfants de cœur. Je suis monté sur scène trois fois depuis le début de cette année en soit à cause du covid. Sinon je suis un peu sur Tipik (radio RTBF) aussi heu un petit peu ça !
- **Ah oui d'accord ! hum et qu'est-ce que tu aimes faire pour heu... Passer ton temps libre ?**
- Hum... pfff alors le temps libre déjà je sais plus trop ce que ça veut dire et ce qui est chouette parce que tout le monde n'a pas cette chance en covid d'être occupé tout le temps mais heu mon temps libre, heu pfff dans les activités, je regarde les réseaux heu j'écris des choses, voilà j'aime regarder des séries (rire), rien de bien spécial, heu oui c'est ça je suis souvent sur les réseaux sociaux !
- **Ok et heu tu peux me dire sur quels réseaux sociaux tu as un compte ?**
- Heu ouais sur *Facebook*, *Instagram*, *TikTok* heu *Snapchat* mais je n'aime vraiment pas ce réseau donc j'y vais jamais ! et heu voilà. Oui en gros c'est et Twitter de temps en temps.
- **Ok, et heu pour, ok et pourquoi ces réseaux-là ?**
- Alors moi j'aime beaucoup *TikTok* parce que heu ça fonctionne dessus mais moi j'aime beaucoup *Instagram* ! Parce que voilà c'est le fait d'avoir des, de pas non plus être heu sans arrêt heu avoir des pubs, je trouve que c'est encore assez sympa parce que c'est des photos. Voilà, le texte tu le regardes si tu veux ou pas et moi j'aime bien parce que c'est des photos et heu on n'est pas pollué sans arrêt par des pubs, après c'est vrai que ça arrive de plus en plus mais heu c'est ça que j'aime bien, des partages de photos en fait que de texte.
- **Ok et hum comment en général tu utilises ce réseau-là ?**
- Boh, heu en général heu pfff souvent fin moi personnellement c'est parce que j'envoie beaucoup de messages par-là, plus que sur Messenger par exemple heu tous mes messages privés, j'aime bien les faire sur Insta heu... et aussi je réponds aux abonnés par là comme c'est le seul moyen qu'ils ont pour me contacter en quelques sortes puisque heu *TikTok* ne le permet

pas ! et heu voilà je leur réponds, je poste des photos humoristiques, des petites vidéos donc heu voilà c'est comme ça que je l'utilise.

- **Ok et du coup tu m'as dit t'es sur TikTok depuis un an, et heu pourquoi tu t'es créé un compte sur ce réseau ?**
- Ben ça c'est une excellente question. En fait je ne sais plus du tout comment j'en ai entendu parlé heu... je me souviens que Musical.ly j'en avais entendu parlé mais je me suis dit que Musicl.ly ça sonne très féminin quand même et heu des choré et tout donc heu c'est pas trop pour moi, donc heu j'y allais pas et puis c'est devenu TikTok et heu je ne sais plus pourquoi un jour j'ai posté une vidéo dessus et cette vidéo a fait genre 60 000 vues alors que j'avais zéro like, zéro abonnés, je parlais de zéro quoi ! Elle est partie je ne sais où et elle a fait 60 000 vues et du coup je me suis dit « tiens c'est peut-être un réseau social pour moi » et heu, j'ai continué à poster et voilà de fil en aiguille ça a fonctionné.
- **Ok et hum tu me dis que t'es souvent sur les réseaux, mais heu TikTok si tu dois décrire la place qu'elle prend dans ta vie de tous les jours ?**
- Alors elle prend hum ... elle ne prend pas énormément de place, fin c'est-à-dire que là je suis à fin mon copain qui est aussi sur TikTok, à cause de lui entre guillemets, elle prend beaucoup de place, parce que lui il est toujours à être focus, faut que je fasse une vidéo fin c'est très TikTok en fait donc ça prend beaucoup de place chez lui mais moi par forcément. Heu je n'aime pas forcément y trainer. C'est ça que je me suis toujours demandé c'est que si ça n'avait pas fonctionné pour moi sur ce réseau si j'y serai en tant que public fin et du coup heu en fait c'est je peux être assis dans le fauteuil j'ai une idée ben je vais la faire et ça va pas prendre énormément de temps, parcequ'il faut que ce soit heu, j'ai remarqué que quand les vidéos sont très spontanées, ça fonctionne mieux que par exemple j'ai déjà essayer de travailler une vidéo une à deux heures, ben quand je prends vraiment le temps de les faire souvent elles fonctionnent pas c'est très souvent ça et en fait quand je le fais comme ça heu très vite et ben heu ça fonctionne donc heu les gens ils aiment bien la spontanéité. Si je la refais une deuxième fois ça en donnera pas forcément pareil et donc ça ne prend pas énormément de place parce que je poste pas tous les jours, c'est vraiment quand il y a une idée qui me vient je la fais. Sinon non, si je me mets dans le fauteuil en train de me dire il faut que je poste aujourd'hui et il faut que je mette une idée, souvent ça marche pas du tout. Donc en fait il faut que ça vienne à moi et voilà.
- **Ok et hum comment est-ce que tu penses que la plupart des gens considèrent TikTok ?**
- Oh alors c'était très mal vu au début, fin pas très mal vu mais ce n'était pas, c'était un peu la honte presque, j'avais cette impression et maintenant tout le monde est dessus. Heu fin, il y a énormément de gens dessus maintenant et hum, et tout le monde s'y est mis j'ai l'impression pendant la première phase, le premier confinement. Où là t'as vu toutes les célébrités débarqués genre Garis, Camille lellouche, fin Caué, fin oui plein de gens et là oui j'ai l'impression que c'était plus l'appli à la mode, déjà rien que pour les marques qui proposent des placements de produits, avant ça passait que par Instagram et maintenant ça commence aussi à arriver sur TikTok et à voir que voilà, c'est un bon réseau.
- **Oui c'est vrai et heu comment tu penses, qu'est-ce qui fait selon toi que cette plateforme elle est autant appréciée aujourd'hui ?**
- Hum... ben parce que je pense que c'est un lieu heu créatif, c'est de la créativité alors il y a de tout hein, que je ne trouve pas forcément bien mais d'autres gens trouvent ça super bien aussi, on peut trouver sur des trucs qui nous plaisent pas forcément mais c'est beaucoup de créativité je trouve heu... c'est pour s'exprimer en fait c'est un peu comme une cour de récréation je dirai, toutes ces vidéos et c'est chouette. Et le fait aussi que ce soit très court, il n'y a pas de TikTok de plus d'une minute parce que ça n'existe pas, et aujourd'hui j'ai l'impression que les gens c'est heu tout va vite ! ils veulent que tout aie vite ! D'ailleurs TikTok ils ont dit que on devait conquérir le public en moins de 3 secondes. Les 3 premières secondes doivent être efficaces. Ça fait flipper parcequ'on veut que tout aille vite ! voilà nos iphones, ils

beuguent 30 secondes on pète un câble, il faut que tout aille vite ! Il faut qu'on fasse des trucs très vite ! c'est une bonne appli pour voir pleins de vidéos en peu de temps. Et voilà en gros.

- **Ah oui ok c'est vrai que trois secondes c'est un peu court quoi (rire) !**
- Même *Instagram* se met à des « réels » de 30 secondes, on voit vraiment que c'est le petit format maintenant qui est mis en avant et c'est comme ça pour tout aujourd'hui heu, les gens vont vite pour tout quoi ! Tu peux avoir une montée comme ça, il y a des gens qui ont un million de vues, et le lendemain tu es oublié fin c'est ça qui me fait peur aussi heu c'est que tout va super vite et c'est la nouvelle célébrité d'aujourd'hui.
- **C'est clair ! et toi personnellement tu te sens comment quand tu utilises *TikTok* ?**
- Heu... quand je regarde les vidéos ?
- **Que ce soit regarder ou créer.**
- Ben moi je regarde pas trop heu parce que déjà je peux vite me trouver moche et nul, heu (rire) parcequ'il y a pleins de beaux gosses comme ça avec des tablettes et tout, on croise pleins de trucs en fait j'ai aucune envie d'envier les gens, après ils y a quelques *TikTokers* que j'aime bien et tout mais hum..sans le faire exprès je crois que ça va me faire un peu fin copier, moi je préfère genre juste aller sur la plateforme, poster mes vidéos et puis partir pour avec mes propres idées et pas être influencé par les gens. En plus parfois tu as une vidéo elle fait un million de vue et en fait le mec fait juste une danse heu fin pff on ne comprend pas trop quoi et du coup moi je la fais et j'ai deux *likes* quoi ! du coup je préfère rester sur mon truc même si ça peut amener des idées quoi !
- **Ok et du coup comment tu te sens quand tu crées du contenu ?**
- Ben heu quand j'en crée hum ben pff ce que ça me fait je sais pas trop hum... je vois juste la tendance les premières minutes quoi donc dans l'heure tu sais si ça va buzzer ou pas et heu tu sais jamais si c'est l'algorithme de *TikTok* qui heu, fin il y a pleins de critère pour que la vidéo fonctionne on sait pas trop si c'est l'algorithme ou si c'est parce que tu es pas bien mis en avant heu sur cette vidéo-là mais dans tous les cas heu souvent je mets à la poubelle parce que je crois que je suis mauvais quoi donc heu voilà.
- **D'accord et heu quel genre de contenu *TikTok* tu apprécies surtout ?**
- Heu tout ce qui est humour c'est trop chouette parce que que des danses à un moment je sature un petit peu donc voilà moi j'aime beaucoup des comptes d'humour quoi !
- **Ok et heu comment tu interagis avec la plateforme toi ? est-ce qu'il t'arrive d'aimer, de commenter, de suivre peut-être même de partager les vidéos ?**
- Oui heu oui oui hum partager peut-être moins ou alors c'est genre vraiment un truc qui me fait très rire et je la mets en story Insta mais heu oui je *like*, je commente heu maintenant on se connaît un petit peu tous du moins pour la Belgique donc heu voilà, on a créé des affinités avec d'autres heu voilà on a créé des affinités avec d'autres comptes et du coup voilà c'est ça !
- **Ok et heu du coup quel est le genre de compte que tu suis principalement ?**
- J'aime bien heu adèlekxy heu c'est de l'humour heu tout ça. Heu sinon d'autres comptes qui sont de l'humour avec des accents, des filtres drôles heu
- **D'accord oui je vois et je ne sais pas si tu l'as remarqué mais pendant le premier confinement il y a eu plein de challenges et les gens ont participé et tout et toi qu'est-ce que tu penses de ce phénomène-là ?**
- Ben les challenges hum c'est cool parce que c'est chouette d'avoir un truc que tous les gens refont et puis heu ce qui est chouette c'est de challenger le challenger donc c'est-à-dire de faire en sorte que ce soit pas tous exactement la même chose quoi mais c'est chouette de pouvoir le détourner et trouver une idée ben qui n'a jamais été faite pour ce challenge. Mais heu je trouve ça chouette ! ça crée un groupe, une petite famille qui fait la même chose quoi ! moi j'aime bien !
- **D'accord et toi tu y as participé à l'un ou l'autre ?**
- Ben non pf oui ça dépend, il y en a que j'aime bien hum... ben en fait ce qu'il y a c'est que j'ai un compte qui n'est pertinent de faire tout ce qu'on voit tout le temps. Moi j'utilise ma voix et c'est comme des trucs comme ça quoi des sketches. Plutôt que de refaire des tendances en

fait ! et je sais pas si c'est une question mais c'est que maintenant sur *TikTok* c'est quand même le seul réseau social où ton nombre d'abonnés ne veut rien dire ! c'est quand même bizarre, tu peux en avoir plein, quelqu'un qui en a moins peut faire plus de vues quoi ! ça ne veut rien dire ! Quelques soit le nombre d'abonnés, la vidéo peut être vues des millions de fois et c'est accessible à tout le monde quoi, tout le monde peut devenir populaire !

- **C'est clair ! mais du coup quelles sont selon toi les vidéos qui sont les plus populaires sur *TikTok* ?**
- Heu... en c'est oui les gros chiffres au niveau des *likes* et des vues c'est tout ce qui est américain quoi Charlie damelio heu qui font des danses et voilà c'est ...les challenges viennent souvent de là aussi c'est heu voilà on va faire ce qu'on fait les gros *TikTok*eurs quoi voilà.
- **Ok et justement tout à l'heure tu me disais heu que parfois tu vas sur *TikTok* et tu te sentais dévalorisé mais je veux dire on reproche souvent à *Facebook* et *Instagram* d'imposer une certaine pression sociale, je parle en terme de normes esthétiques. Qu'est-ce que tu penses de ça ?**
- Pfff je pense que ce n'est pas forcément vrai, en fait je sais pas parce que ça change un peu maintenant, il y a des filles plus fortes qui se mettent nues justement pour dénoncé tout ce qui est comme ça. Heu moi en tout cas ça dépend du contenu que tu fais. Heu par exemple, quelqu'un qui est dans le lifestyle et qui montre son beau corps, sa belle tête et tout ça si elle commence à grossir heu effectivement ça ne va pas aller Par contre quelqu'un qui refait de l'humour, par exemple moi je fais de l'humour, ben moi c'est toujours des postes j'espère drôle du coup je suis pas attaquée sur mon physique ou ce genre de chose quoi ! Mais non c'est pff voilà ça dépend du contenu qu'on fait et qu'on propose je crois !
- **Ok, et hum comment tu considères l'utilisation des filtres par exemple ?**
- Ben moi j'utilise les filtres *Snapchat* tu sais avec la grande bouche mais c'est des filtres drôles mais je ne suis pas pour les filtres heu fin si sur *Instagram* en story si c'est vrai mais je trouve qu'il y a une perte de qualité vidéo, dès qu'on met un filtre que ce soit sur *TikTok* ou sur Insta donc j'en mets pas beaucoup.
- **Ok, et du coup tu trouves qu'il y a autant de normes sur *TikTok* ?**
- Hmmm ouais, parce que *TikTok* c'est beaucoup des jeunes, et oui ça va beaucoup plus vite sur le physique de ce côté-là, fin les remarques et tout ça ! ouais je pense que voilà, ben ça s'équivaut un peu aussi hein parce que ceux qui font dans l'esthétiques sur Insta font la même chose sur *TikTok* mais heu oui c'est vrai sur *TikTok* il y a des trucs horribles parfois... des commentaires hyper méchants donc heu c'est ça qui est dangereux aussi !
- **D'accord et hum du coup quelles sont les valeurs diffusées sur *TikTok* selon toi ?**
- Hum pff alors les valeurs hum... ben pff je ne sais pas vraiment si c'est une valeur mais c'est surtout le fait de s'amuser, et en fait c'est en s'amusant que d'autres gens vont s'amuser avec toi. Mais faut pas faire des choses qui ne te ressemble pas fin il faut s'amuser avant tout. Quelqu'un qui va aller sur l'application en se disant « ok aujourd'hui je perce » je ne suis pas sûr que ça va marcher quoi ! je crois que... moi j'ai pas du tout été dans cette idée-là. Je pense qu'il ne faut pas juste tester les trucs qui fonctionnent et ce calquer sur les autres, je pense il faut être soi-même et proposer ce qu'on a à proposer.
- **Ok d'accord et hum tu penses que la possibilité d'y faire carrière ça peut être une raison du succès de cette plateforme ?**
- De devenir influenceur ?
- **Ben le fait que quand tu fais des vidéos ça te rapporte de l'argent en fait ?**
- Ah oui ben oui à mon avis c'est ça, il y a eu beaucoup de téléchargement depuis qu'ils ont lancé la rémunération. Donc maintenant tu peux être rémunéré peut-importe le nombre de vues que tu fais, c'est accessible à tout le monde. Donc heu oui à mon avis ça doit motiver les gens ! et heu... oui je crois que c'est une raison ! c'est dingue de dire qu'on peut gagner notre vie avec ça fin ça va pas non plus durer 10 ans quoi, c'est comme tout c'est éphémère et tout va vite et puis il y a beaucoup de gens qui font ça donc on est vite oublié quoi... Après *TikTok* pour moi ça a été un tremplin énorme en terme de visibilité c'est d'ailleurs en partie grâce à ça que

je suis aujourd'hui chez Tipik et je sais pas du tout si j'aurai pu rentrer à la radio ou à la télé s'il y avait pas eu ce réseau social quoi ! Et monter sur scène aussi parce que genre j'en rêve depuis tout petit, depuis que j'ai 6 ans je faisais des sketches en classe et en fait c'est vraiment *TikTok* qui m'a rendu légitime à me dire « ouais en fait je suis peut-être drôle » et c'est ça qui a fait que je me suis lancé. Donc en fait c'est un super tremplin ! faut savoir s'en servir au moment où ça fonctionne quoi !

- **Ça a été une belle source de visibilité pour montrer ton talent quoi ?!**

- Oui (rire) Aller c'est quand même formidable quoi ça fait genre 6 ans que je travaillais pour Virginie Hocq et Vincent Taloché et eux ils disent heu fin c'est incroyable parce que eux n'avaient pas ça et du coup c'était beaucoup plus lent et difficile de se faire connaître qu'aujourd'hui ! Vincent quand je lui ai parlé de mon poste radio et télé il m'a dit « waouh pour rentrer à la télé avant ce n'était pas évident », il fallait faire 10 années de preuves quoi alors que là sur *TikTok* ils me disent « ben t'as montré que tu valais quelque chose par tes réseaux sociaux, par le nombre de gens heu qui te suivent ». C'est comme une espère de cachet heu à leurs yeux !

(Me raconte son histoire)

- **Hum et du coup tu me disais « je ne sais pas si ça va encore durer dix ans » mais du coup qu'est-ce que tu imagines pour le futur de cette plateforme ?**

- Hum je sais pas trop en fait je sais pas où ça en est avec Trump, il paraît que c'est pas encore fini et tout mais à côté de ça heu oui ça peut vite s'effondrer parce que quand même si il y a plus de contenu américain sur la plateforme, je crois vraiment pas que ça puisse encore vivre, parce que nous en Belgique et en France il y a beaucoup de gens qui se connectent pour le contenu américain entre autre et heu voilà mais sans Trump ben je dirai je sais pas trop il y a en a qui ont peur qu'il fasse les mêmes erreurs que les autres réseaux sociaux, je pense que ça dépend d'eux, de leurs mises à jour et tout. Genre *Facebook* ça devient déjà obsolète. Après ça date déjà hein mais. *TikTok* pour le moment c'est vraiment que les jeunes donc je pense que ça fera son temps et puis il y aura encore un nouveau truc qui sortira et puis voilà.

- **Ok et heu selon toi pourquoi certains utilisateurs mettent leur compte en anonyme ?**

- Heu en anonyme et qui créeraient du contenu ?

- **Oui**

- Ah heu pff il y en a sûrement mais pour qu'on ne les retrouve pas sur les autres réseaux sociaux et qu'ils puissent garder leur vie privée aussi. Heu ça fait peut-être peur de mettre son prénom et nom et tout ! ben donc c'est pour une certaine sécurité de vie privée. Ou alors si le nom de pseudo est original ce sera beaucoup plus classe quoi ! ça dépend, soit c'est parce que ça passe mieux ou pour la vie privée.

- **D'accord et est-ce que tu suis une certaine ligne de conduite dans le contenu que tu crées ?**

- Oui oui c'est tout le temps des sketches. J'essaie de changer de... ben de tester des trucs et des fois je laisse tomber l'idée alors que je pourrai la développer quoi ! fin à part avec mon chien. (M'explique précisément mais pas avoir avec le sujet)

- **Ok je vois, et hum justement tu dis en termes de vues mais heu quelle importance tu apportes aux likes ?**

- Heu aux *likes*, hum après on peut pff on peut considérer une vidéo heu fin, quand t'as je sais pas moi 500 mille vues et que t'as vidéos n'a que 20 000 *likes* tu te poses des questions quoi. Voilà ça ne fait pas beaucoup de gens qui aiment, c'est bien elle a été beaucoup vue mais voilà c'est surtout ça qu'on regarde en fait heu. Le ratio quoi ! c'est ça la différence, il y en a qui préfère être vu plutôt que liké moi c'est plutôt l'inverse. C'est plus qualitatif que les gens mettent leur cœur quoi ! les vues je les ne regarde pas forcément.

- **D'accord ok et hum, ben tu dis que tu recevais certains commentaires, mais en général quels genres de commentaires tu reçois ?**

- Ben j'ai toujours dit et trouvé que jusqu'à maintenant c'était très bon enfant. C'était très hum fin t'as pas trop de haters comme t'as sur hum Twitter, *Instagram* et *TikTok* mais ça arrive quoi. Heu j'ai l'impression que ça amène des personnes qui veulent juste clacher donc ça part

un peu vers ça quoi. Genre sur une de mes vidéos j'ai eu droit à « oh c'est le Kev Adams de chez Wish » heu des trucs comme ça. Mais effectivement les commentaires négatifs marquent plus que tous les autres commentaires qui sont très positifs et du coup ben les gens croient qu'on ne lit pas je crois.

- **Ok et hum il t'es déjà arrivé de prendre en compte un commentaire bienveillant mais pour tes prochaines vidéos ?**
- Ah ouais mais ça j'aime bien ! justement je trouve ça mieux, il y a des gens qui le font sur mes chroniques vivacité et tout. Il y a des gens qui donnent des conseils et je les prends oui ! ça j'aime bien parce que ça fait avancer quoi !
- **D'accord ben écoute j'ai pu poser toute mes questions est-ce que tu aurai quelque chose à ajouter ?**
- Ben je pense qu'on a fait un beau tour là. Hum... pff je ne vois pas comme ça ! j'ai pas l'impression.
- **Ok pas de soucis top ! Merci beaucoup pour toutes tes réponses !**
- Avec plaisir ça ira ?
- **Oui oui super merci !**
- Ah super ! d'accord !
- **Bonne soirée à toi !**
- Merci à toi aussi !

ANNEXE 12 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN LEA

En normal → Léa

En gras → moi

- **Hello, donc comme tu le sais cette entretien se fait dans le cadre de mon mémoire pour l'étude des comportements des utilisateurs, et particulièrement la plateforme TikTok, ben pour me présenter un peu moi j'ai 22 ans et je suis en dernière année de Master en ingénieur de gestion à l'université de Namur, et donc là ici je vais t'enregistrer et il y a pas de bonne ou de mauvais réponse le but c'est que tu sois le plus sincère possible et heu voilà, pour commencer est-ce que tu veux bien te présenter en quelques mots ?**
- Du coup moi c'est Léa Capon et heu je suis étudiant en première année en communication là pour l'instant et heu ben dans la vie, on peut le dire je me considère pas comme influenceuse heu en ce moment mais voilà j'ai des opportunités sur les réseaux sociaux et je m'éclate que ce soit sur Insta, YouTube et tout ça et heu c'est vrai que pendant le confinement mon compte TikTok a pris un peu plus d'ampleur et que ça m'a apporté pleins d'opportunités super cools et heu franchement je suis super contente ! et voilà je fais ma petite vie sur les réseaux sociaux, ça m'apporte pleins de trucs quoi !
- **Ok super ! et heu à quoi est-ce que tu aimes passer ton temps libre en général ?**
- J'ai la vie basique d'une étudiante mais heu ce que je kiffe vraiment c'est la création de contenu, filmer, prendre des photos que ce soit même pour pas les utiliser en vrai j'adore ça ! je kiffe de fou !! tout ce qui est création de contenu j'adore !!! après mes temps libre ben personnel c'est vrai que je passe pas mal de temps sur les réseaux sociaux ! j'aime bien mélanger personnel et professionnel j'adore ! après passer du temps avec mes amis évidemment après c'est un peu compliqué avec la situation actuelle !
- **Ok super ouais ben je pense que c'est un peu le problème de tout le monde les réseaux sociaux et sinon tu sais me dire les réseaux sur lesquels tu as un compte ?**
- Du coup heu ouais c'est vrai que je suis un peu partout mais sur YouTube c'est Léa Caps, j'ai commencé il y a un petit temps quand même fin genre heu moins d'un an mais voilà, et sur YouTube c'est vraiment ce que je kiffe plus faire quoi ! donc sur YouTube, sur Instagram j'aime trop trop et sinon TikTok, sinon on peut parler de Pinterest mais c'est vraiment ces trois réseaux-là principalement ! Après je suis un peu moins active ces derniers temps mais c'est ces trois-là où je suis le plus active.

- **Ok et alors est-ce que tu sais me décrire un peu comment tu utilises ces réseaux-là, pourquoi est-ce que tu es sur ces réseaux-là et alors heu ce que t'as l'habitude de poster aussi ?**
- Ben principalement en fait au départ quand je me suis lancée un peu sur heu les réseaux tout ça c'était sur un coup de tête comme ça juste parce que je kiffais. Et que j'aimais faire ça au début c'était pour mes potes mes proches tout ça et puis ça a pris de l'ampleur et j'avais des retours et ça a commencé à de plus en plus me plaire et j'y ai vu en fait une opportunité au fur et à mesure ça m'apportait plein de chose ! pas que financièrement parce que j'ai pas non plus des millions d'abonnés mais heu même au niveau des rencontres fin tout ce que ça m'apporte et du coup en général qu'est –ce que je poste sur mes réseaux sociaux c'est surtout du contenu de lifestyle heu vlog, j'adore les vlogs ! alors heu partager mes états d'âme heu j'adore, surtout heu filmer mes mes journées etcetera en essayant de rendre le trucs ben beau esthétique et tout j'essaye d'avoir une belle qualité d'image, de faire des montages parce que je fais aussi des montages donc heu voilà j'essaye de bosser sur *TikTok*, *Instagram* ou heu je bosse le visuel en essayant de faire des contenus différents surtout sur *TikTok* je vais dire parce que *TikTok* c'est quand même un contenu qui est hyper spontané et heu moi c'est vrai que je fais souvent des montages sur *TikTok* parce que je trouve que c'est plus qualitatif donc heu c'est plutôt ça que je fais donc heu vraiment si je dois résumer le truc heu je parle de moi, de ma vie, je partage un peu tout ça et ce que j'aime surtout et heu de montages parce que j'adore ça !!
- **Ok ouais je vois et alors heu tu sais me dire depuis quand environ tu es sur *TikTok* et alors me dire pourquoi de base tu t'es créé un compte sur ce réseau social ?**
- Du coup depuis quand environ je suis sur *TikTok* heu depuis heu décembre de l'année passée mais je publiais rien j'étais juste une consommatrice à fond je regardais de plus en plus de contenu. Je suis devenue accro comme beaucoup de gens et puis après heu vraiment où j'ai eu une petite zine et je me suis dit je sais pas je fais des *TikToks* c'est heu je dirai février mars donc au niveau du confinement donc là j'ai vraiment commencé à en faire heu pas mail du coup produire du contenu tous les jours etcetera et puis c'est surtout parce que je me suis lancée un défi sur ma chaîne *YouTube*, qui était genre percer sur *TikTok* en une semaine donc j'ai été hyper productive à ce moment là donc c'est ce qui fait que mon compte a un peu augmenté au niveau des vue etcetera...
- **Ok oui et alors est-ce que tu peux me dire comment tu penses que les gens perçoivent cette plateforme ? Comment ils voient *TikTok* selon toi ?**
- C'est un peu plus compliquer pour comment les gens voient la plateforme je pense parce que même moi, au début je me disais heu... Musical.ly je pense que c'est l'ancêtre de *TikTok* un truc comme ça et je me disais mais c'est quoi ce truc où tu perds ton temps. Je pense que la vision de *TikTok* a beaucoup changé avec le confinement aussi. Beaucoup plus de gens se sont inscrits sur la plateforme. Heu... ben moi au début c'était un peu compliqué parce que tu dis heu ouais je fais des *TikToks*, les gens ils te regardent un peu bizarre ils pensent que tu danses toute la journée sur des musiques et il y a en qui le font très bien et voilà moi je préfère faire un peu autre chose sur la plateforme mais après ça reste un truc heu voilà quoi, c'est pas le truc on va te prendre le plus au sérieux quand tu dis que tu fais des *TikToks* quoi ! C'est pas la façon dont je vais me présenter genre dire aux gens heu « oui moi je suis *TikTok*euse » quoi ! parce que c'est sûr que la vision que les gens ont du *TikTok* est pas non plus génial génial, fin je pense que toute les personnes qui connaissent la plateforme fin on perd beaucoup de temps sur *TikTok*, mais je pense que quand même comme partout au final, il y a quand même des trucs à prendre qui sont biens et bon et moi je trouve que ça permet quand même de laisser parler sa créativité et il y a pleins de gens qui le font super bien et que j'adore et qui font des trucs supers cools après ça permet aussi de découvrir de nouvelles personnes et tout ça mais c'est sûr qu'il y a aussi heu beaucoup de perte de temps. Donc heu la vision que les gens ont elle a changé, avant elle été négative et maintenant elle a un peu changé quoi !
- **Ok oui je suis d'accord et heu qu'est-ce qui fait selon toi que cette plateforme est à l'heure actuelle aussi appréciée ?**

- je pense vraiment ce qui plait sur la plateforme c'est vraiment la diversité quoi tu sais tu peux trouver vraiment tout ce que tu veux quoi ! genre c'est dingue tu vas sur la plateforme et en fonction de ce que tu kiffes, l'algorithme va te proposer des vidéos tu peux tomber sur une maman qui fait des crêpe et un papy qui est habillé heu... c'est un peu what the fuck, tu as de tout et même t'as tous les âge je dirai fin ça dépend de tes centres intérêts etcetera mais je veux dire tu as de tout déjà et puis aussi le fait que ce soit court, je pense que les gens de plus en plus je pense que *TikTok* prend le dessus sur tous les autres réseaux sociaux heu.. Comme *YouTube* etcetera parce que c'est super court ! les gens ils ont envie de voir quelque chose qui est bref, t'es sur ton « pour toi » tu swipes tu swipes tu swipes, en 10 secondes tu as déjà vu heu 1 personne différente qui vient du bout du monde et genre en 1 minutes tu as déjà vu 4 choses qui ont rien à avoir ! je pense vraiment que c'est le fait qu'il y a de la diversité et les gens se lassent de plus en plus et du coup ça te permet de rester sur l'application. Les vidéos sont à la suite de l'autre donc tu restes et tu sais tu rentres dans le cercle vicieux de l'algorithme et là tu vois une vidéo, t'en as une autre et ouais ça va vite quoi ! Les gens ont envie de voir quelque chose d'hyper dynamique et de super varié.
- **Oui ok super ! et heu toi personnellement quand tu fais des vidéos, quand tu crées du contenu, comment tu te sens ? qu'est-ce que ça te fais ressentir en fait ?**
- Ben moi vraiment quand je crée du contenu ben déjà clairement je kiffe créer du contenu, sinon je ne le ferai pas vraiment je pars du principe où je me forcerais jamais à faire une vidéo, encore moins pour un réseau social comme *TikTok* où si t'es pas toi-même et que tu le fais pas volontairement ben ça peut pas le faire quoi !
- **Oui donc toi c'est principalement parce que c'est une plateforme qui va te permettre de créer du contenu et que c'est ce que tu kiffes faire quoi ?**
- Oui et du coup comment je me sens par rapport à ça c'est vraiment, quelque chose d'hyper positif en tout cas. Moi Ça me pousse à créer des choses et heu pas dans le sens être productif etcetera mais juste genre ouais créer et de pousser un peu mes idées un peu plus je trouve déjà et puis aussi quand ta vidéo elle fonctionne et que t'as des retours des gens et que tu vois que ta vidéo a été vues pleins de fois. C'est hyper positif en fait parce que tu te dis « ok là à l'heure actuelle, je ne suis personne, je peux mettre une vidéo et je serai entendue quoi ou je serai vue par d'autres personnes et tu te dis « ben ça veut dire que tu peux faire passer des messages », déjà d'avoir des retours des commentaires, des *likes* et de gens qui regardent quoi c'est super satisfaisant, c'est hyper cool et hyper positif même si il y a des points négatifs en général c'est vraiment quelque chose de positif.
- **D'acc et heu tu sais me dire un peu quel genre de contenu heu tu appréciais surtout regarder ?**
- Ben vraiment au départ tu sais t'arrives sur la plateforme on te propose direct des personnes que tu connais pas du tout, ni d'aden ni d'ève et tu comprends pas trop ce qu'ils foutent là, t'as des gens qui dansent et tout tu captes pas trop mais au fure et à mesure que tu consommes le truc, l'algorithme comprend ce que tu aimes donc vraiment, moi ce que j'avais le plus dans les « pour toi » c'était vraiment ben beaucoup de trucs de nourriture parce que j'adore manger et heu... vraiment beaucoup de trucs aussi de motivation heu genre un peu le truc heu what the fuck tu te dis pourquoi il y a ça sur *TikTok*, mais c'est genre des gens qui parlent de leur projet, des gens qui te motivent etcetera. Beaucoup de trucs comme ça et puis aussi beaucoup de trucs que moi j'aime beaucoup regarder genre des vlogs esthétiques et tout ça ! C'est super satisfaisant à regarder et puis sinon eux classique des trucs genre astuces, tout ce qui est danses heu... qui passe avec la tendance et tu peux pas y échapper sur *TikTok*.
- **D'accord et est-ce qu'il y aurait eu une vidéo qui t'a particulièrement marqué et heu... si heu tu t'en rappelle ben tu peux m'en parler ?**
- il y a pas de vidéo comme ça qui m'a marqué ou quoi c'est plutôt des tendances qui m'ont marqués parce que c'est plus un truc on a vu vu vu et revu..
- **Ok et sinon toi comment tu vas interagir avec la plateforme donc est-ce qu'il t'arrive d'aimer, de commenter ou même de partager ?**

- Ben moi je suis assez active après c'est vrai ça fait un petit moment que j'ai plus été dans mes « pour toi » mais heu ouais c'est surtout du *like*, je suis pas du tout commentaires fin c'est vrai que j'oublie heu, je suis pas trop les commentaires, j'y réponds plus mais je vais pas forcément voir les commentaires et heu je *like* ouais je partage à fond heu envoyer des vidéos à mes potes c'est le numéro un quoi mais je me suis un peu calmée, mais au début j'envoyais tout le temps des vidéos heu on interagissait tout le temps avec ça ! Même pour des inspirations et j'envoyais à des amis et on voyait ce qu'on pouvait faire genre « on ferait bien si on fera bien ça... » Hum donc ouais envoyer ou même partager sur mes stories insta de *TikTok*eurs qui m'ont fait trop rire donc je partage. C'est plutôt du partage et du *like*, c'est vrai que les commentaires je n'y pense pas forcément.
- **Ok ouais je vois et alors heu quel est le genre de compte que tu suis sur *TikTok* et pourquoi ces comptes-là ?**
- Ben c'est beaucoup de compte de nourriture, de personnes qui font des vlogs heu etcetera heu en vrai c'est super diversifié parce que ça représente un peu ce que je kiffe donc c'est hyper diversifié, j'aime plein plein plein de choses différentes. Tout ce qui est heu voyage et qui fait un peut rêver je follow mais sinon même moi qui suis une grande consommatrice, je ne vais pas forcément avoir le geste de suivre la personne et si ça tombe je vais voir la personne pendant deux mois dans mon feed et je vais penser que je suis abonné mais non pas forcément en fait du coup... du coup ouais surtout les vlog et sinon vraiment ceux pour lesquels j'ai des coups de cœur parce que si je fais le tour il y a pas énormément de comptes que je suis.
- **D'accord et alors comme tu l'as déjà dit, pendant le confinement il y a eu full challenges et les gens ont commencé à y participé et j'aurai bien voulu avoir ton avis sur ce phénomène de challenge et puis ben toi y as-tu participé ?**
- Humm au niveau des challenges, je n'ai pas participé à énormément de challenges, à part des musiques tu vois ou genre heu des recettes *TikTok*s qui passaient heu mais après c'est vrai qu'on a vu beaucoup de challenges qui ont été repris même à l'extrême comme on pouvait voir aussi à l'époque sur *Facebook* mais hum...c'est vrai que du coup moi j'ai pas forcément participé à ça. Parce que mon contenu est différent des tendances et tout ça en tout cas quand j'avais commencé du coup non je n'ai pas vraiment participé mais c'est clair on voyait que ça partout, c'était même plus que sur *TikTok* quoi on en voyait vraiment partout, ça passait sur *Facebook* sur insta, on en voyait à la télé. Donc ça peut être sympas fin ça dépend parce que c'est vrai qu'il y en a parfois tu te demandes un peu quoi mais ça reste des challenges bon enfant quoi bon après t'as toujours ceux qui poussent les limites.
- **Ok oui tu en as vu mais pas participé, du coup selon toi quels sont les genres de vidéos qui sont les plus populaires sur *TikTok* ?**
- Moi je pense que ce qui fonctionne le mieux sur *TikTok* après après c'est une question à répondre en 4000 heures parce qu'en tant que créatrice de contenu ben il y a full et on essaye de savoir ce que les gens vont principalement aimer c'est pas le but premier après c'est clair moi je fais ça pour le kiff, mais c'est plus satisfaisant d'avoir une vidéo qui est vue plutôt qu'une vidéo qui passe à l'aveugle. Du coup je pense vraiment que ce qui fonctionne beaucoup c'est tout ce qui est un peu voyeurisme etcetera. Les gens aiment savoir ce qu'il se passe dans la vie des autres... ou alors des choses qui ont pas forcément de sens et qui font du buzz on sait pas trop pourquoi. Surtout beaucoup de voyeurisme en tout cas je pense ça donne l'impression à l'extérieur quoi ! Après heu je dirais ça et en vrai heu ouais aussi toutes les tendances et tout ça qui sont reprises et tu comprends pas forcément pourquoi et parfois aussi des trucs un peu plus créatifs qui changent parfois mais c'est vrai que c'est un peu compliqué de savoir, la requête que toute personne sur *TikTok* se demande voilà quoi !
- **Yes ok je comprends ce que tu veux dire, et heu sinon tu sais on reproche souvent à *Facebook* et *Instagram* d'imposer une certaine pression sociale, genre en termes de normes esthétiques, qu'est-ce que tu penses de ça toi ? genre l'utilisation de filtres, de la beauté qui prévaut sur ces réseaux ?**

- Alors il faut savoir que très récemment genre décembre 2020, il y a un filtre qui a été créé sur *TikTok* et qui est un filtre beauté qui te fais avoir vraiment la peau heu super lisse, des dents blanches, qui te refait entièrement quoi... et comme si t'étais passé sous le bistouris quoi et en plus c'est même pas indiqué genre tu vois c'est un filtre qui est mis sans qu'il soit indiqué qu'il est mit quoi tu vois c'est vraiment extrême quoi et je pense que c'était déjà au Etats-unis et puis c'est venu chez nous quoi et du coup ouais on voit que du beau avec des gens rigolent et tout ça... du coup je disais il y a une certaine vague et j'espère que c'est pas qu'une vague et que c'est beaucoup plus puissant que ça... mais il y a tout un mouvement où tous les gens essayent de partager une image de body positive, où t'as des meufs qui sont qui hésitent pas à montrer qu'elles ont un corps comme tout le monde et que c'est pas la réalité que et ça c'est arrivé beaucoup grâce au Etats-Unis où les gens se montraient vraiment heu à nu et qui se déshabillaient et qui montraient ben voilà la réalité quoi. Je suis hyper partagée par rapport à ça parce que c'est sur que sur les réseaux il y a cette pression, de ça c'est beau, ça c'est bien, elle elle est jolie, elle elle est moins jolies heu tu sais il y a aussi ces gens qui se foutent des autres parce que c'est vrai, la vérité c'est que quand tu t'affiches sur les réseaux tu dois t'attendre à te faire critiquer et être prêt mais c'est vrai que du coup par rapport à cette pression au niveau heu esthétique heu niveau beauté et tout mais en même temps je trouve que je sais pas si c'est mon feed mais je trouve que il y a quand même beaucoup de good vibes ne mode « ok ça c'est le corps réel et actuel d'une femme en 2020 » et c'est pas tout ce qu'on peut imaginer. Les utilisateurs de *TikTok* sont beaucoup plus ouverts d'esprit et les gens sont hyper libres et ils parlent de qui ils sont ouvertement. Après t'as quand même *TikTok* qui met en avant des *TikToks* qui modifie à fond le visage quoi. Il y a quand même ce truc où les gens sont beaucoup plus ouverts d'esprit et c'est un peu différent comme réseau social je trouve.
- **Si tu devais citer du coup des valeurs diffusées à travers *TikTok* tu dirais que c'est quoi ?**
- Ben écoute je trouve que ça dépend des personnes et de ce qu'ils trouvent sur leur feed mais sinon perso je trouve que il y a vraiment cette liberté d'expression qui ressort, les valeurs premières c'est l'ouverture d'esprit ça c'est clair ! on peut parler de sexualité, clairement les gens ont pas peur d'en parler et d'aborder le sujet je trouve que c'est génial que les gens parlent de tout ouvertement ! tu vois des mecs qui partagent et qui normalisent ce truc où les gens sont peut-être plus pudique sur les autres réseaux sociaux. Sur *TikTok* il y a vraiment une communauté où les gens s'encouragent ! et c'est hyper cool quoi ! il y a plus tous ces clichés qu'on a en tête, après j'imagine que voilà il y a toujours de gens pour critiquer ça c'est sûr mais après je dirai vraiment qu'il y a cette liberté d'expression. Il y a pleins de mouvements pour aider les jeunes à parler de tout et d'ouvrir leurs esprits
- **Quels sont les raisons pour lesquelles *TikTok* connaît un tel succès ? Qu'est-ce qui fait qu'une vidéo a le potentiel pour faire le buzz ?**
- Heu elle est courte, un peu de voyeurisme, un truc un peu wtf un truc où on s'y attend pas tu vois ? tu sais heu on est genre abasourdis, on se demande ce qu'il va se passer et on est surpris et du coup on va la reregarder en boucle et plus une vidéo est vue, plus *TikTok* va être mise en avant et du coup ce genre de vidéo ça marche quoi parce que ça pousse à l'engagement.
- **Tu veux dire quoi par engagement ?**
- Tu vois l'engagement comme sur *Instagram* heu, quand t'es sur les réseaux ben l'engagement est calculé, voir combien de personnes regardent les vidéos, comment ils réagissent, combien de temps les gens restent sur la vidéo... je dirai du coup beaucoup de ça et voyeurisme à fond on va pas se mentir.
- **D'acc et sinon tu crois que cette plateforme elle a tant de succès via la possibilité d'y faire carrière ?**
- Je ne pense pas même si à mon avis il y a des gens qui sont d'office poussés par ça ! Peut-être pas au niveau rémunération parce que je pense pas que ce soit énorme mais peut-être au niveau heu oui visibilité à mort ! je pense que beaucoup de gens se lancent sur *TikTok* pour avoir de la visibilité et je pense qu'ils ont raison pour certain projets et tout c'est top ! je dirai plus pour la visibilité que niveau carrière niveau *TikTok* quoi mais plus pour te pousser en

visibilité comme tous les autres réseaux sociaux mais je pense qu'au départ c'est plus pour ouais la fame, soit pour le kiff mais de là à se dire pour une carrière, peut-être sur les réseaux en général mais pas forcément *TikTok* quoi.. Après je ne sais pas moi perso je me vois pas à long terme sur l'application *TikTok* après peut-être hein ! Je ne sais pas comment ça va évoluer hein mais ça me paraît moins safe que *Instagram* qui est là depuis plus longtemps quoi, tu vois ce que je veux dire ?

- **Oui d'acc je vois ! et est-ce que tu trouves que les marques elles ont leur place sur ce réseau ?**
- À fond, au début je me disais pff ouais bizarre manque de crédibilité mais au final, tu peux autant faire un contenu qualitatif sur un autre réseau social qu'*Instagram*. Donc oui à fond et de plus en plus ben tu vois des pubs qui débarquent dans tes « pour toi » de plus en plus de marques et de collaboration et avant il y avait beaucoup moins de *TikTok*eurs qui présentaient des marques quoi. Donc moi je trouve que oui c'est une manière de se mettre en avant en 2020 et c'est limite indispensable je pense pour les marques, après ça dépend fin si tu vois autant de marques de luxe que des autres marques qui ont rien à avoir. Donc franchement oui à fond quoi !
- **Ok oui c'est vrai et après toi tu imagines quoi pour le futur de cette plateforme ?**
- Je pense que ce que ça peut apporter c'est surtout de la visibilité et construire une communauté. Mais personnellement à part visibilité et engagement et que du kiff heu rien de particulier pour *TikTok* quoi
- **Ok et en général toi tu préfères partager quel genre de contenu sur *TikTok* ?**
- C'est surtout des vlogs où je partage heu des moments de ma vie donc un peu comme le reste et sinon ben j'ai un concept où ben je teste des boissons starbucks heu j'essaye de demander aux gens ce qu'ils préfèrent comme boissons et puis je fais un retour par rapport à ça, sinon je parle de certaines marques que j'ai testé ou si je reçois un colis ou un cadeau je vais en faire une vidéo et je faire des montages et sinon je fais des tests ou des astuces photos aussi et des petits trucs comme ça.
- **Ok je vois et heu est-ce que dans ton contenu tu suis une certaine ligne de conduite ?**
- Ben je fais un peu ce que je kiffe ! mais je sais bien qu'il y a des choses qui plaisent plus que d'autres quoi tu vois. Ben il y a beaucoup de gens qui font du contenu spontané moi je fais plus du contenu genre des vidéos montées avec un vrai montage derrière et les gens aiment parcequ'ils savent que je fais ça moi donc oui je vais faire plus des choses comme ça qu'autre chose mais après je me prends pas la tête je fais juste des *TikToks* qui me ressemblent plus quoi.
- **Ok et heu la plupart du temps tu reçois quel genre de commentaires pour tes vidéos et est-ce que tu les prends en compte pour tes prochaines vidéos ?**
- Ben souvent quand je fais des vidéos crashtest avec des *TikToks* sur Starbucks ben les gens me donnent leur avis genre « oh moi je préfère ça... », et ils me conseillent des goûts sinon c'est des gens qui s'identifient entre eux, c'est surtout en cliquant sur mon compte Insta que les gens viennent m'envoyer des messages privés parce que c'est beaucoup plus facile pour discuter. Là on parle vraiment qu'en commentaire il n'y a pas de discussions c'est plus des commentaires heu voilà quoi.
- **Ok ça va et hum maintenant est-ce que tu aurais changé quelques choses dans ta vie de tous les jours suite à une vidéo genre heu mode de vie plus sain, sport, recettes, ... ?**
- Ben vraiment moi ce n'est pas des trucs qui ont changé ma vie tu vois mais heu ouais c'est sûr que sur certains sujets j'ai appris certains trucs heu par rapport à quoi 'exemple heu recettes à fond, j'aime trop manger donc j'ai appris pleins de trucs ! Sinon heu, peut-être par rapport à tout ce qui est Trans phobie etcetera parce que c'est un truc on est pas forcément éduqué et j'ai vu plein de vidéos où ils éduquent là-dessus et puis ben voilà.
- **Ok ben écoute j'ai pu te poser toutes mes questions ! merci beaucoup pour le temps que tu m'as donné ! n'hésite pas si tu penses à quelque chose que tu veux ajouter ?**
- Heu ben merci à toi c'était cool ! je n'ai rien à ajouter mais si t'as d'autres questions pas de soucis. Salut !

- **Encore merci ! salut !**

ANNEXE 13 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN SEBASTIEN

En normal → Sébastien

En gras → moi

- **Allô ?**
- Allo salut ça va ?
- **Ça va merci ! merci beaucoup de prendre du temps pour répondre à mes questions ! Surtout un dimanche !**
- Pas de soucis !
- **Ben comme je t'avais expliqué par avant, c'est pour mon mémoire. (..) d'abord je vais t'enregistrer et enregistrer notre conversation pour pouvoir la retranscrire par la suite ! ça ne te dérange pas ?**
- Non pas de soucis !
- **Top merci ! Pour commencer est-ce que tu veux bien te présenter en quelques mots ?**
- Ouais ben heu, moi c'est Sébastien j'ai 39 ans, marié et deux enfants. Heu... je suis heu ouvrier dans un atelier heu automobile.
- **Ok parfait ! et hum... à quoi est-ce que tu aimes passer ton temps libre ?**
- Heu... ben écoute heu temps libre heu je n'en ai pas vraiment vraiment. Heu...je suis fort occupé donc heu boulot plus le boulot après journée et les activités des enfants quoi...sinon je fais du foot en salle et voilà, je n'ai pas beaucoup de temps libre.
- **Ok ! et hum sur quel réseau sociaux as-tu un compte ?**
- Heu ...j'ai eu ben *Facebook*, hum j'ai un compte sur Snap, heu...Insta que je n'utilise quasiment jamais et *TikTok* !
- **Ok et hum pourquoi ces réseaux-là ?**
- Ben *Facebook* c'était par facilité comme j'ai de la famille à l'étranger hum...ça me permettait de voir les photos de ma famille là-bas et pour finir tu reçois des demandes d'amis heu de pleins de gens qui me recontactent genre des gens avec qui j'étais à l'école heu... des amis tout ça je trouve ça pas mal tu sais suivre un peu certaines personnes que t'as pas l'occasion de voir
- **Oui ok et pour les autres réseaux sociaux, pourquoi ?**
- Ben écoute heu Insta c'était heu un peu dans le même principe que *Facebook* mais je n'ai pas accroché. Hum... *TikTok* c'est juste parce que voilà j'avais vu quelques vidéos et ça m'avait bien fait rire ! je me suis dis heu...je l'ai mis pas pour moi faire des vidéos mais pour regarder certains trucs quoi ! et hum...sur Snap c'était aussi avec des copains du foot en fait !
- **Ok et hum est-ce qu'il t'arrive de poster des trucs sur les réseaux ?**
- Oui ! sur *Facebook* et sur Snap, souvent je mets plus des photos de la famille sur *Facebook*, avec les enfants heu sinon je partage des articles. Comme heu... que j'aime encore bien et heu voilà !
- **Ok d'acc et hum... tu sais me dire depuis quand environ tu t'es fais un compte sur *TikTok* ?**
- Sur *TikTok* heu il n'y a pas super longtemps... il y a peut-être deux mois quoi !
- **D'accord et pourquoi ?**
- En fait d'abord on m'avait envoyé des vidéos via Messenger là, et alors heu... je pense que pour en regarder certaines il fallait avoir l'application ou un truc comme ça je crois. Ça s'est fait comme ça !
- **D'accord et tu trouves que tu passes beaucoup de temps sur cette plateforme ?**
- Sur *TikTok* non ! non non, je l'utilise pour le divertissement quoi ! ou quand on m'en envoie via messenger heu... tu regardes la vidéo et le seul truc c'est que tu restes sur l'app sans faire exprès quoi ! ça m'est déjà arrivé de rester pas mal de temps dessus sans vraiment m'en rendre compte quoi
- **D'accord et hum comment penses-tu que la majorité des gens considèrent *TikTok* ?**

- il y en a qui prennent ça pour la rigolade et il y en a qui font vraiment de façon humoristique et hum je pense qu'il y en a qui essayent de se faire connaître aussi via ce réseau quoi. Ça a été fort heu fin il y a pleins de gens qui se sont fait découvrir via ça quoi !
- **Oui je vois d'accord et toi personnellement comment tu te sens quand tu utilises ce réseau là ?**
- Heu... ouais je suis un compte style un sud-américain qui fait des danses avec sa fille de genre 2 ans quoi ! et je trouvais ça super mignon, heu maintenant heu ouais j'ai vu des trucs un peu dingue fin je sais pas avec une tête pareille je ne m'affiche pas quoi !... Et il y en a d'autres tu te demandes si elles prennent *TikTok* pour une application porno ou si heu.... Fin il y a un peu pour tout quoi heu...tout le monde peut trouver son compte sur cette appli quoi !
- **Ok et quel genre de contenu apprécies-tu surtout ?**
- Heu moi tout ce qui est humoristiques heu... il y a les trucs style des mecs qui font des trucs genre caméra cachées sinon quelques trucs de danses aussi heu... il y a des pros c'est des trucs de ouf quoi ! ils dansent vraiment bien ! ouais il y a des trucs de foot aussi... forcément et heu voilà, des trucs de voitures quoi heu les trucs qui m'intéressent quoi.
- **Ok et hum comment tu interagis avec la plateforme donc heu est-ce qu'il t'arrive d'aimer, de commenter, de suivre voire de partager des vidéos TikTok ?**
- Heu commenter j'ai jamais commenté, heu des comptes je me suis abonné à certains quoi ceux que j'aime bien, genre le père avec sa fille... heu *liker* je pense pas que j'ai déjà liké une vidéo là-dessus. Sinon je partage via messenger.
- **Ok et heu je ne sais pas du coup si tu t'en es rendu compte durant le premier confinement, les challenges sont devenu hyper populaires et beaucoup de gens y participaient... Que penses-tu de ce phénomène ?**
- Bah je trouve ça marrant maintenant du moment que ça reste des choses correctes, celui qui a envie de le faire le fait et puis c'est tout quoi, celui qui n'a pas envie ne le fait pas donc heu j'trouve que ça me dérange pas en soit quoi !
- **Oui d'accord et toi tu y as participé ?**
- Heu sur *TikTok* non mais un challenge sur *Facebook* je l'ai fait mais c'est tout.
- **Ah oui d'accord et selon toi quelles sont les vidéos les plus populaires sur TikTok ?**
- Ben moi je dirai heu vu le ... le contenu et ce que beaucoup recherche c'est heu quand tu vois heu des femmes qui se montrent et s'exhibent pas mal quoi (rire) ! C'est ce que malheureusement ce qu'on voit beaucoup aussi quoi ! Le plus heu c'est vraiment ça quoi ! fin c'est ce que je ressens beaucoup, bêtement dans les clips musicaux quoi !
- **Oui je vois ce que tu veux dire. Et hum... on reproche souvent à Facebook et Instagram d'imposer une certaine pression sociale, je parle en termes de normes esthétiques. Tu sais tu vois beaucoup de photos de gens avec des filtres et puis une certaine manière de poster des photos pour paraître beau/belle. Que penses-tu de cela ?**
- Bof pfff je pense que oui forcément il y a des gens qui ont plus le physique propice à se montrer mais vraiment celui qui veut, ben il y en a qui sont pas dans le physique et qui se gênent pas pour se montrer quoi ! maintenant les filtres ça peut être drôle, dans l'optique du déguisement et puis maintenant c'est plus ça quoi après ça reste que du virtuel quoi. Après je trouve que sur *TikTok* les gens postent vraiment tout, ils sont pas gênés quoi ! Ils se montrent et s'exhibent sans vraiment se poser de question quoi.
- **Oui je vois et hum selon toi, quelles sont les valeurs diffusées à travers ce réseau ?**
- Je trouve qu'il y a beaucoup de paraître et de « se montrer » je trouve en fait il y a que ça quoi ! C'est quand même pas mal du « moi-je » quoi ! un peu comme si les gens cherchaient principalement à se faire aimer quoi !
- **Ok hum et pourquoi penses-tu que les gens se mettent à poster des vidéos sur TikTok ?**
- Pff moi je pense que c'est vraiment dans l'optique de se faire connaître quoi, les gens sont contents heu quand ils ont 10000 vues ou heu 10000 abonnés là. Pff je vois pas le but quoi ! tu connais pas les gens qui te suivent quoi, en un sens tu te dévoiles à des gens que tu ne

connais pas quoi. Moi je trouve on est clairement dans le voyeurisme pour heu certaines choses quoi !

- **D'accord oui et est-ce que tu pourrais me dire pourquoi selon toi TikTok connaît un tel succès ?**
- Ben de toute façon heu, dans le système de réseaux sociaux heu de manière globale ben a du succès, les gens ont tous un téléphone et une tablette maintenant, et accès à internet, le contenu que tu y mets heu j'ai l'impression que quand même moins surveillé sur TikTok que sur certaines plateformes. Par rapport à ce que tu peux voir quoi, c'est quand même vachement plus trash sur TikTok que sur les autres quoi ! moi j'ai une fille de 12 ans, elle me dirait qu'elle veut un compte Facebook ou un compte TikTok il n'y a pas photo quoi ! Je ne voudrais pas qu'elle ait un compte TikTok quoi !
- **Ok et est-ce que tu penses que la possibilité d'y faire carrière peut être considérée comme une raison du succès de TikTok ?**
- Ben oui je pense bien oui
- **Ok et selon toi est-ce que les marques ont leur place sur ce réseau ?**
- Ben moi je ne pense pas forcément comme pour tout hein, les marques vivent par les pubs quoi et pour être visible quoi !
- **Oui c'est vrai et tu en as déjà vues sur ton compte TikTok ?**
- Heu oui, c'était Zalando et Spotify. C'était une pub normale. Après c'est deux applications que j'utilise aussi quoi donc heu je pense que c'est lié quoi !
- **Oui c'est vrai peut-être bien. Comment penses-tu qu'elles pourraient s'insérer dans TikTok ?**
- Ben là moi c'est quand j'ouvre l'application j'ai une pub que je peux directement passer. Et je l'ai eu qu'une fois quoi donc ce n'est pas à l'extrême non plus pas comme YouTube quoi ! Sur YouTube tu vas parfois avoir une pub en plein milieu de ta vidéo quoi ! ça c'est énervant et lourd quoi ! Sur TikTok c'est minime quoi !
- **Ok oui je vois et qu'est-ce que tu imagines pour le futur de cette plateforme ?**
- Ben à mon avis comme c'est parti là, il va y avoir de plus en plus d'utilisateurs mais t'as déjà un peu de tout donc je vois pas ce qui pourrait changer à part modifier quelques filtres ou je sais pas moi heu voilà
- **Mmh oui ok et est-ce qu'il y a une vidéo TikTok qui t'a particulièrement marqué et que tu pourrais me montrer ou m'en parler ?**
- Heu pff non pas vraiment !
- **D'accord et est-ce que dans ta vie de tous les jours t'as décidé de faire quelque chose suite à une vidéo TikTok que tu aurais vu ?**
- Non pas vraiment, il n'y a rien qui m'a fait changer quoi ! je passe pas non plus du temps quoi, parfois je passe deux semaines sans toucher à l'application !
- **Ok et par rapport à ce qu'on vient de parler veux-tu ajouter quelque chose ?**
- Heu... pff je pense que c'est un peu comme pour tout à partir du moment où tu regardes un certain nombre de vidéo tu as un certain type de vidéo qui apparaît quoi ! Après je trouve qu'il faudrait faire attention c'est par rapport à l'âge... après ça dépend de l'éducation aussi quoi.
- **Oui c'est sûr, ok hum ben écoute j'ai pu poser toutes mes questions, encore merci pour le temps que tu m'as donné. Je te souhaite une belle journée**
- Avec plaisir, tant mieux si j'ai pu te rendre service.

ANNEXE 14 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN SARAH

En normal → Sarah

En gras → moi

- **Allo coucou !**
- Allo salut ! ça va ?
- **Oui bien et toi ?**
- Bien oui

- **Alors donc cette interview se fait dans le cadre de mon mémoire comme je l'ai expliqué par message et heu il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Là j'enregistre notre conversation pour pouvoir retranscrire par la suite. Pour commencer tu peux te présenter en quelques mots ?**
- Oui heu je m'appelle Sarah j'ai 20 ans. Je suis en bac3 en ingénieur de gestion option sciences à l'université de Namur.
- **D'accord et hum à quoi est-ce que tu aimes passer ton temps libre ?**
- Oh ben je passe du temps avec mes amis, fin là maintenant c'est compliqué mais heu sinon j'aime bien regarder des films et des séries sur Netflix, j'ai un abonnement. Heu sur les réseaux sociaux aussi, donc *Instagram*, *Facebook* heu *Snapchat*...ben *TikTok* aussi du coup voilà donc heu sinon, je ne fais pas spécialement de sport, et voilà.
- **Ok et heu tu viens d'en citer mais du coup tu es sur quels réseaux sociaux ?**
- *Facebook*, *Instagram*, *Snapchat* et *TikTok* heu et je pense que c'est tout, je n'ai pas *Twitter*. C'est tout je pense
- **Ok c'est parfait et heu tu sais me dire pourquoi tu utilises ces réseaux-là ?**
- Hum ben heu *Instagram* c'est ma préférée, j'adore c'est chouette, on voit pleins de choses heu, d'influenceuse, de personnes connues heu on voit du contenu heu c'est là que je découvre des produits, des sites heu... je m'inspire donc heu c'est je pense mon préféré et heu alors *Snapchat* j'utilise pas beaucoup mais que j'ai envie d'envoyer une photo d'un plat ou de ce que je fais à mes amies proches j'utilise ça, mais c'est pas là que je partage le plus de choses non plus et heu, *Facebook*, ben j'utilisais beaucoup plus avant et heu maintenant j'utilise plus pour messenger et envoyer des messages quoi heu et voilà, je regarde aussi mon fil d'actualité et voilà pas plus que ça et sinon heu ben *TikTok* je regarde les vidéos quand je m'ennuie quoi. Donc voilà !
- **Oui d'accord. Et hum comment tu utilises ces réseaux-là ?**
- Heu sur Insta ben je poste des stories ben quand heu je ne sais pas moi quand je suis dans un bon mood je partage ou si je suis en soirée ou heu je sais pas moi quand je voyage et que je vais dans un autre pays ou heu je sais pas moi heu d'un beau paysage je mets une photo ça c'est pour les stories mais sinon heu pour les photos ben je poste des photos de moi, en vrai je poste pas énormément non plus sinon c'est des photos avec mes copines heu... Tout ça quoi des trucs basiques. (...parle de photos en précis)
- **D'accord et hum du coup TikTok tu regardes juste, tu sais me dire depuis quand tu es sur ce réseau ?**
- Oui heu ben *TikTok* je pense depuis le confinement en fait j'en avais entendu parler ou alors heu j'avais des copines qui m'envoyaient des vidéos drôles via messenger. Je voyais aussi souvent des gens qui s'identifiaient genre sur des trucs où il était mis « une fois sur *TikTok* on ne sait plus s'arrêter à regarder des vidéos. J'étais curieuse et du coup je me suis inscrite et j'ai commencé à regarder et heu voilà quand je m'ennuie c'est vrai que je peux passer quand même bien une heure dessus quoi. Sinon je ne poste pas et même mon nom c'est pas le mien c'est genre j'ai pas voulu m'afficher c'est juste pour moi quand je m'ennuie je vais regarder des trucs. J'ai juste reproduit une danse qui était connue avec des copines pour rigoler quoi !
- **Oui entre vous quoi, ok et hum quelle place TikTok occupe dans ta vie ?**
- Heu pff ben la place n'est pas énorme en soit, si je dois supprimer l'application demain par exemple ça ne me dérangerait pas quoi. Ça ne me dérangerait pas plus que ça parcequ'en plus sur *Instagram* maintenant il y a des « réels » qui ressemblent fort à *TikTok* en fait c'est des petites vidéos comme ça. Mais voilà quoi c'est juste pour me divertir et c'est tout quoi !
- **Oui d'accord et heu comment penses-tu que la majorité des gens considèrent TikTok ? je parle des gens en général.**
- Hum... ben il y en a qui ça dépend un peu en fait, par exemple si c'est mes parents, ils sont plus âgés, plus matures etc ils disent bah pfff c'est un peu con quoi voilà. À la limite les autres réseaux sociaux ça va mais *TikTok* c'est un peu heu c'est pour s'exposer et je pense qu'ils pensent ça que c'est uniquement pour se montrer etcetera. Sinon ils disent que c'est amusant,

que c'est chouette mais que en vrai tout ceux que je connais et qui ont *TikTok* ne font pas des *TikToks*, ils regardent surtout quoi et c'est surtout vraiment pour se divertir quoi ! Après on est d'accord pour dire que c'est un peu con parfois mais bon ça occupe quoi. Donc heu par exemple avec ma sœur, je lui envoie parfois des vidéos mais elle trouve ça un peu ridicule quoi. Mais je trouve qu'il y a un peu une perception un peu con quoi une perception un peu négative. Les gens veulent se montrer quoi plus qu'*Instagram* et *Facebook* je trouve.

- **Ok et toi personnellement comment tu te sens quand tu regardes des vidéos *TikTok* ?**
- Boh moi j'aime bien les vidéos où les gens font genre des jeux d'acteurs ou des voix dans des films je trouve ça drôle quoi ! des gens qui postent des vidéos de leur animal de compagnie qui font des trucs drôles quoi. Il y en a qui font des danses mais ceux qui font des vidéos uniquement pour se montrer ça je trouve ça un peu heu un peu bête quoi ! mais heu je me dis bon si ça peut leur faire plaisir mais après je pense que le confinement a fait beaucoup et *TikTok* a pris beaucoup d'ampleur pendant le confinement. Donc je me dis que voilà les gens se sont occupés avec ça ! ils trouvaient ça chouette de faire ces vidéos quoi ! Après c'est vrai qu'il y a des vidéos où les gens se montrent juste et d'autre qui sont plus chouette et qui occupent et voilà quoi ! Moi j'ai une perception plutôt positive voilà, moi je m'amuse quand je suis dessus donc heu voilà.
- **D'accord et du coup toi c'est quel genre de contenu que tu apprécies le plus ?**
- Hum moi ben j'aime bien les animaux donc j'aime bien les vidéos avec les animaux ou alors les jeux d'acteur j'aime beaucoup aussi ! par exemple je suis une fille qui joue seule et imite des scènes de film drôles et elle est trop drôle quoi ! genre par exemple tous les jours maintenant je vais voir si elle a posté quelque chose parce que ça m'occupe et je trouve ça bien ou alors je trouve des vidéos heu plutôt marrante genre sketches. Et puis heu des gens qui postent des trucs un peu plus dépression et tout ça ce n'est pas trop mon truc mais voilà quoi !
- **Ok et est-ce que tu te souviens par exemple d'une vidéo que tu aurais vue et qui t'aurait marqué ?**
- Hum alors ça faut que je réfléchisse, hum... ça j'avoue j'ai pas d'idées comme ça en tête Sinon ben il y pas longtemps c'était il y a deux jours je pense, j'ai envoyé une vidéo à ma sœur de quelqu'un qui faisait une vidéo de son chat, qui lui apprenait comme un chien assis, coucher et tout je trouvais ça dingue et étonnant pour un chat donc je l'ai envoyé à ma sœur pour qu'elle voit. Sinon on s'envoie aussi des modes genre à un moment c'était heu genre avec une piscine et heu les gens poussaient la personne dans l'eau en fonction de ce qui lui convenait genre « le plus drôle », « le plus gentil »,... ça a beaucoup tourné cette mode
- **Ah oui je vois ce dont tu parles**
- Oui donc ça et on s'était envoyé ça avec des potes en se disant qu'on le ferait bien aussi ! je trouvais ça chouette !
- **Ok et t'arrive-t'il d'interagir avec la plateforme ? genre de commenter, d'aimer, de suivre ça tu m'as dit que tu le faisais ainsi que partager**
- Heu de commenter je ne fais jamais parce que ça c'est même partout genre sur *Instagram* et tout je commente juste les photos des gens que je connais vraiment bien ! Comme sur *TikTok* je connais aucun pote qui fait des vidéos ben je ne commente pas les vidéos des gens que je connais pas quoi ! mais je vais aimer les vidéos que j'aime bien et sinon je vais voir les comptes qui postent du contenu que j'aime bien quoi et je les suis pour pouvoir voir leur contenu quoi !
- **D'accord et heu justement par rapport au confinement et *TikTok*, il y a eu pleins de challenges qui sont apparus à ce moment-là et qui ont fait participé pleins de gens. Qu'est-ce que tu penses de ce phénomène-là toi ?**
- Hum je me souviens plus trop des challenges et tout.
- **Boh il y a avait beaucoup de challenges de danses, genre avec des pas à retenir et les utilisateurs repostaient la même danse sur la même musique quoi !**
- Ah oui en fait je ne savais pas que c'était des challenges mais c'est surtout des modes avec des musiques heu des sons que quelqu'un poste et tout le monde utilise le même son quoi. Mais sinon je ne comprends pas trop pourquoi les gens font ça en fait parce que c'est pas du tout

mon délire ou quoi de reproduire ça et que les gens font des chaînes comme ça en voulant reproduire ce qu'ils ont vu, je comprends pas trop pourquoi ils font ça, moi je trouvais ça un peu con en fait genre quand je voyais ça à la fin c'était un peu embêtant parce que c'était toujours la même chose quoi... c'est ce que je pense quoi

- **D'accord et quels sont selon toi les genres de vidéos qui sont les plus populaires sur TikTok ?**
- Hum...je pense que c'est heu ... parfois il y a des gens qui racontent un peu des moments tristes et ils motivent en disant « relèves-toi ça va aller » heu ça pour le moment je vois beaucoup et les gens repostent ça et réagissent par rapport à ça en mode que eux sont dans cette situation et tout et sinon les jeux d'acteurs il y en a pas mal non plus et sinon il y a les danses aussi. Les danses je pense que c'était plus pendant le confinement mais heu en fait il y a vraiment de tout j'ai l'impression ! Ce que je vois le plus c'est des gens qui imitent mais après c'est d'office en fonction de ce que j'aime que moi je vois plus souvent ces vidéos-là quoi. Comme je suis beaucoup de compte sur de jeux d'acteurs et tout c'est en fonction de ça quoi !
- **D'accord et heu on reproche souvent à Facebook et Instagram d'imposer une certaine pression sociale, je parle en termes de normes esthétiques. Avec les retouches et tout ça sur les photos, que penses-tu de ça ?**
- Ben clairement et j'ai vu sur TikTok que je pense maintenant il y a des effets pour s'embellir et tout. Mais hum je trouve pas ça tellement bien parce que sur TikTok je vois qu'il y a des commentaires et je pense que les réseaux c'est très mauvais pour les gens qui ont pas confiance en soit parce qu'on voit que des images de belles filles, de beaux habits et tout quoi en majorité ! Je pense que c'est pas spécialement positif de mettre ça, après justement sur TikTok il y a des effets et il y a des trucs pour faire beau et je trouve ça pas positif ça peut détruire la confiance en soi des gens, par exemple par les commentaires quoi pour que les gens s'expriment. J'ai l'impression que les gens qui postent sur TikTok ils ont besoin de prouver quelque chose ou je ne sais pas moi, ils se trouvent beaux ou je sais pas moi. Ça peut être positif comme négatif au final en fait.
- **Oui je vois d'accord. T'as l'impression qu'il y a des normes esthétiques fortes sur TikTok ?**
- Heu ben oui quand même, je vois beaucoup des garçons qui se trouvent beaux et qui se montrent quoi ! par exemple ils imitent des acteurs de film qui sont connus pour être beaux et séduisants pas exemple quoi et les filles qui je sais pas si tu vois mais mettent des vidéos où tu vois qu'elles se trouvent belles et qu'elles cherchent juste à s'exposer quoi ! Après il y a de tout, il y a des gens qui font ça pour s'amuser et pour faire rire et d'autres qui veulent surtout se montrer et s'afficher quoi !
- **Oui c'est ça je vois et quelles sont selon toi les valeurs qui sont diffusées à travers TikTok ?**
- Des valeurs... hum le partage, partager des choses avec les gens heu comme un peu tous les réseaux sociaux quoi hum sinon un peu de la solidarité parce qu'il y a ce phénomène de tendances que tout le monde suit et y participent. Les gens se motivent dans les commentaires et heu voilà quoi.
- **Ok et hum pourquoi selon toi TikTok connaît un tel succès ?**
- Hum je dirai rien que le fait que ça a pris de l'ampleur pendant le confinement je dirai que c'est hum parce que les gens s'ennuyaient et ils ont vu ça et ils se sont pris au jeu. Je pense que il y a de ça et puis aussi heu pleins de choses quoi sortes de contenu. Je trouve que TikTok c'est différent d'Instagram parce qu'il y a pleins de sortes de contenu. Tu as un fil avec pleins de vidéos que tu peux regarder et passer facilement donc je pense que c'est vraiment différent des autres réseaux sociaux quoi Genre Insta c'est surtout heu poster des photos et c'est tout quoi. TikTok c'est assez différent quoi c'est juste des vidéos et c'est juste ça donc je pense que ça fait ressortir TikTok parmi les autres réseaux sociaux du coup.
- **Ok et hum est-ce que parmi cela, la possibilité d'y faire carrières est aussi une raison du succès de TikTok ?**
- Heu oui je pense parce que je me dis que sur Instagram toute les influenceuses qui sont rémunérées, heu pour leur contenu, partager les choses et tout, je pense que sur Instagram c'est difficile de percer en fait et fin je connais pas beaucoup de gens qui ont percé sur

Instagram alors que sur *TikTok* j'ai l'impression que il suffit de faire une vidéo qui est beaucoup vue et il y a moyen d'avoir facilement un certain nombre de vues donc oui les gens se sont dit qu'il y avait un moyen de ben oui quoi ! (...) peut-être que les gens y ont vu une opportunité en voyant les utilisateurs avoir beaucoup de vues facilement. En plus beaucoup de gens sur *TikTok* fin je vois sur mon fil d'actualité je clic parce que je vois le nombre de j'aime et il y en a genre 100000 j'aime et quand je vais voir son profil ben il y a quasiment pas de j'aime quoi. Je ne sais pas comment elles ressortent des autres vidéos et qu'elles apparaissent dans le fil d'actualité de beaucoup de gens comme ça... je pense que les gens y ont vu une opportunité parce que c'est plus rapide qu'*Instagram* etcetera. Sur *Instagram* il faut vraiment avoir un bon contenu et pendant longtemps et avoir des connaissances ou quoi pour devenir influenceur ou quoi que ce soit et être rémunéré quoi !

- **D'accord et est-ce que tu trouves que sur *TikTok* les marques ont leur place ?**
- Non je ne trouve pas ! pas du tout ! Autant sur *Instagram* et *Facebook* je vois pleins de pubs en fonction de ce que j'ai regardé autant su *TikTok* je ne vois pas une marque se développer sur *TikTok* non ! les seules pubs que j'ai c'est quand je vais sur la plateforme, au tout début il y a une pub quand ça s'ouvre mais je regarde même pas je mets directement une croix pour partir de là quoi et heu je pense que ce n'est pas du tout pour les marques je pense que c'est surtout pour s'amuser, poster du contenu relax et divertissant mais vraiment pas pour les marques quoi ! mais après heu à voir quoi mais fin ce serait genre heu je sais pas je trouve pas que *TikTok* est une place pour les marques quoi !
- **Ok oui et hum si par exemple elles voulaient s'y intégrer. Comment penses-tu qu'elle pourraient s'y intégrer ?**
- Ben en mettant genre pas en faisant des pubs traditionnelles comme elles font sur *Instagram* je pense qu'elles devraient faire des petites vidéos hum dans le style de *TikTok* et plus détente, plus alors montrer genre un intérieur aller comment fonctionne l'entreprise, montrer des trucs heu plus marrant avec les employés ou quoi mais pas des pubs normales et traditionnelles quoi !
- **D'accord oui je vois. Et toi personnellement qu'est-ce que tu imagines pour le futur de *TikTok* ?**
- Ben moi personnellement je ne sais pas si ça va fin j'ai l'impression que c'est plus un effet de mode comme ça j'ai pas l'impression que ça va être comme *Instagram* qui reste à la mode tout le temps quoi là *Instagram* il évolue vraiment et je pense vraiment que ça va durer alors que *TikTok* je pense que c'est plus un effet de mode, fin après je ne sais pas trop parce que j'ai l'impression que *TikTok* c'est juste des vidéos comme ça mais que jamais on pourra mettre un profil où on partage nos vies genre vraiment comme sur *Instagram* quoi ! par exemple Snap je l'utilisais énormément et maintenant plus quoi et *TikTok* je pense que c'est un effet de mode et j'ai pas l'impression que ça va durer... j'ai l'impression que les gens vont peut-être s'en passer après je ne sais pas
- **D'accord et heu est-ce que suite à une ou plusieurs vidéos tu as décidé de changer les choses, ça peut être bêtement heu tester une recette heu ben tester genre éduquer ton chat ou quoi ??**
- Hum je réfléchis heu il me semble que j'ai déjà vu quelques recettes et moi je suis pas douée en cuisine et heu j'ai déjà vu une fille qui fait des recettes super faciles à faire qui ont l'air bonne et du coup je l'ai enregistré mais jamais je me suis dis que j'allais le faire réellement genre j'ai jamais tester quelque chose ou alors vraiment juste la danse que j'avais testé avec des copines une fois quoi mais c'est tout quoi !
- **D'accord et est-ce que t'as l'impression que ce réseau impacte ta propre vision de toi-même ?**
- Ben comme je l'ai dit tantôt ça peut parfois enlever de la confiance en soi hum on voit heu voilà pleins de jeunes filles ou quoi fin sinon moi non ça m'affecte pas tant quoi ! je me dis juste que il y a des jolies filles comme il y en a partout heu voilà donc heu honnêtement ça ne m'a pas changé ma vision de moi-même je dirai qu'*Instagram* fait beaucoup plus ça ! Parce

qu'*Instagram* on voit vraiment des personnes qui ont beaucoup d'argent, qui s'achètent ce qu'elles veulent heu qui postent des belles photos avec des beaux vêtements alors que *TikTok* c'est heu plus relax donc *Instagram* est plus impactant que *TikTok* non.

- **Oui c'est sûr et hum est-ce que par rapport à tout ce qu'on a pu aborder par rapport à mes questions et tout tu désires ajouter quelque chose que j'aurai oublié de dire**
- Hum sur *TikTok* hum non pas vraiment j'ai l'impression d'avoir tout dit !
- **Parfait merci beaucoup en tout cas ! J'ai pu poser toutes mes questions du coup ! encore merci d'avoir pris du temps pour moi et belle journée !**

ANNEXE 15 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN MARIUS

En normal → Marius

En gras → moi

- Hello Ophélie
- **Salut ça va ?**
- Ça va oui et toi ?
- **Ça va oui merci ! ben écoute d'abord merci de prendre de ton temps pour cette interview.**
- Oui ben écoute pas de soucis !
- **Ça ne te dérange pas si j'enregistre ?**
- Non non et tu fais quoi comme étude exactement ?
- **Alors moi je suis en deuxième master d'ingénieur de gestion, à Namur.**
- Ah oui d'accord ben en tous les cas je trouve que ton sujet est hyper cool, hyper parlant je trouve. C'est un super chouette sujet en tous les cas !
- **C'est gentil et oui je trouve aussi ! c'est pour ça que ce sujet m'a beaucoup motivé ! Bon ben du coup pour commencer est-ce que tu peux te présenter en quelques mots ?**
- Oui ben oui c'est Marius, j'ai 20 ans, je fais des études de relation publique axé justement sur les réseaux sociaux, je fais beaucoup de tennis heu... j'ai un, je suis assez actif sur les réseaux sociaux, heu... je suis actif depuis peu sur *TikTok* et je suis entrain de développer une belle audience. Heu... voilà j'ai réalisé deux partenariat justement heu en tant que micro influenceur et hue sur *TikTok* justement.
- **ah ben super alors ! si tu veux quand j'aurai terminé mon mémoire je peux te le passer sans soucis !**
- oh ben oui super ça m'intéresse vraiment beaucoup !
- **ah ben cool ! et sinon heu dans la vie de tous les jours, à quoi aimes-tu passer ton temps libre ?**
- Heu... comme j'ai dit je fais beaucoup de tennis sinon j'aime bien voir mes amis heu, j'aime bien sortir, passer du temps avec ma famille, heu j'aime bien bouger, passer du temps sur les réseaux sociaux aussi et hum voilà
- **D'accord et est-ce que tu sais me dire sur quels réseaux sociaux tu as un compte ?**
- Heu... *Snapchat*, *LinkedIn*, *Twitter*, heu *Facebook*, *Instagram*, heu *Pinterest* et heu ça me semble pas mal ! (Rire)
- **Ah oui d'accord c'est déjà bien et pourquoi as-tu décidé de te faire un compte sur ces réseaux en général ?**
- Pour voir ce que les gens font et pour garder contact avec mes amis en général. Et sinon quand je poste sur les réseaux c'est aussi pour avoir un retour des gens. Heu... avoir un contact avec les gens et puis ça fait toujours plaisir de voir que les gens te disent heu « t'as posté une belle photo » ou heu « t'as posté un truc rigolo ». C'est pour ça que je suis sur les réseaux, et puis pour suivre de contenu des autres, pour suivre l'actualité pour heu m'inspirer pour heu pleins de choses.
- **D'accord ! hum et tu sais me dire depuis quand environ tu es sur *TikTok* ?**
- Heu ça fait depuis le début de l'année je dirai, depuis février. Juste avant le confinement justement, parce que le confinement a accentuer le fait que je sois sur *TikTok* en fait.

- **D'accord et justement par rapport à ça, pourquoi t'es-tu créé un compte sur TikTok**
- Heu... j'en avais entendu parlé évidemment et heu je savais que *TikTok* était un réseau de divertissement et du coup je me suis dit « pourquoi pas essayer » et je me suis dit que j'irai dessus du coup.
- **D'accord, et hum... si tu devais décrire la place qu'occupe cette plateforme dans ta vie de tous les jours tu dirais quoi ? en termes de temps, d'implication.**
- Heu c'est un peu aléatoire je dirai heu C'est du divertissement donc c'est heu quand j'ai le temps, heu mais je suis pas très active dans le sens où je ne regarde pas souvent le contenu sur *TikTok*, je dirai que j'en produit plus que ce que je n'en regarde. Hum... l'air de rien je poste aller on va dire tous les trois jours mais heu c'est pas pour autant que je regarde beaucoup de contenu en fait pas tellement, je suis plus actif sur les autres réseaux je dirai.
- **D'accord et du coup pourquoi tu utilises principalement TikTok ?**
- Hum.... Pour du divertissement clairement, pour heu passer le temps et pour poster du contenu, pour heu... ben clairement pour divertir aussi les autres mais heu rien de très heu professionnel, rien de très sérieux quoi ! de très soclaire.
- **Ok oui et comment penses-tu que la plupart des gens considèrent cette plateforme ?**
- Hum ben je pense que la majorité des gens ont tendance à dire que c'est une plateforme pour heu pour les plus jeunes, elle n'est pas toujours très bien perçue je trouve, les gens ont d'ailleurs tendance à dire que c'est ridicule et hum c'est même un peu hum, comment dire un peu dévalorisant, un peu que c'est un peu ridicule de poster des *TikToks* mais je trouve qu'ils ne relèvent pas assez le côté créatif et le côté heu qu'on peut y retrouver quoi !
- **Oui c'est vrai.... Ben du coup qu'est-ce qui selon toi cette plateforme est tant appréciée ?**
- Ben je pense que les gens n'ont pas de filtres et ils se posent moins de question que sur les autres réseaux. Par exemple, moi personnellement ben je vais poster une photo sur *Instagram*, ça paraît un peu bizarre mais je vais y réfléchir avant de la poster, je vais faire des retouches photos, je vais penser à ma légende au préalable. Tandis que sur *TikTok*, j'ai moins cet esprit-là et je dirai que je poste un peu sur un coup de tête heu sans vraiment heu, fin si si je trouve que la vidéo me plaît et que je la trouve drôle pour moi ben je vais la poster, je ne me pose pas de questions à l'inverse d'*Instagram* où c'est plus une vitrine personnelle. Moi personnellement je suis un peu un malade des réseaux sociaux (rire) mais heu je sais pas quand je parle de quelqu'un avec une amie ou avec un pote ou heu autre chose ben j'ai tendance à aller vite regarder l'*Instagram* de la personne et moins d'aller voir sur *TikTok* ou quoi donc je trouve que c'est moins fin sur *TikTok* c'est plus facile d'être soi-même et de moins penser à l'avis des autres sur *TikTok* parce que c'est une plateforme de divertissement et que il y a beaucoup de contenu varié et de choses différentes et créatives que sur *Instagram* c'est plus heu tout le monde peut y avoir accès quoi ! Même le monde professionnel par exemple moi je vais avoir mon premier stage ici en deuxième et ma maître de stage après avoir lu mon cv elle m'a tout de suite suivi sur les réseaux sociaux et sur *Instagram* et donc là je me suis dit que je devais commencer à faire attention à ce que je postais sur mon compte quoi ! Pour pas avoir l'air pas crédible quoi !
- **Hum d'accord et toi personnellement comment tu te sens quand tu utilises TikTok ?**
- Heu pfff ben quand je regarde du contenu c'est beaucoup pour le divertissement et pour rigoler mais aussi pour heu des *TikTokers* qui donnent des astuces pleines de trucs différents pour le business en ligne et pour faire des trucs quoi mais ça peut être aussi des thématiques un peu plus sérieuses où heu on donne des conseils donc heu plus un côté informatique et pour me développer on va dire. Quand je publie du contenu c'est quand même plus pour être valorisé et avoir un retour quand même de la part des gens et heu pour fin personnellement c'est plus heu le côté rigolo et humour on va dire !
- **D'accord et hum comment toi tu interagis personnellement avec la plateforme ? est-ce qu'il t'arrive de commenter, de liker, ... ?**
- Bonne question en fait je me pose la question et moi personnellement je *like* presque rien, je commente rarement et je suis certains rares comptes qui m'inspirent. Je n'interagis vraiment

pas beaucoup, je commente aucun post et je *like* aucun post. Heu... mais heu je regarde rarement les statistiques des *likes* et commentaires contrairement aux autres plateformes. Je trouve que les *likes* et tout c'est moins important que sur les autres réseaux. Sur *TikTok* t'as plus tendance à regarder les vues par rapport aux statistiques mais heu les j'aimes et les commentaires je pense pas que ça ait un réel impact sur l'algorithme et sur le fait que ce sera vu ou pas quoi ! je sais pas du tout !

- **Oui c'est moins qualitatif que sur les autres réseaux c'est vrai ça ! mais sinon le peu de compte que tu suis c'est quel genre ?**
- Boh c'est des utilisateurs où c'est du développement personnel, ou encore des astuces sur les réseaux sociaux ou bien heu je n'ai encore jamais vu d'utilisateurs qui disent comment percer sur *TikTok* mais je suis plus des gens qui me font rire que pour le développement personnel quoi !
- **Ah oui d'accord et heu justement tu as pu remarquer que pendant le confinement il y a eu pleins pleins de tendances et de challenges et tout et les gens se sont mis à y participer heu qu'est-ce que tu penses de ce phénomène ?**
- Hum ben je pense que c'est une bonne idée parce que c'est mettre pleins de choses importantes en avant. Par exemple en ce moment il y a une tendance qui tourne pour sensibiliser les gens au cancer du sein, les gens devaient porter un certain truc et mettre un certain hashtag. Je trouve ça vraiment bien ! Sinon les challenges je trouve ça chouette et puis c'est surtout sur *TikTok*.
- **Ok et hum y as-tu participé ?**
- Hum non fin quand tu dis challenges c'est aussi genre les tendances ?
- **Oui oui c'est ça !**
- Oui ben alors oui quand même genre heu j'ai suivis ceux qui sont à la mode ! mais honnêtement, je suis les tendances musicales pour être mis en avant sur *TikTok*.
- **Ok et heu selon toi quelles sont les vidéos les plus populaires sur *TikTok* en général ?**
- Hum... les plus populaires je dirai que c'est des choses inattendues qu'on ne voit jamais donc heu je dirai les trucs extraordinaires vraiment hors du communs heu qu'on voit jamais quoi ! je sais pas trop quoi d'autres, ...
- **Ok et hum maintenant plus par rapport à *Facebook* et *Instagram*, on leur reproche souvent d'imposer une certaine pression sociale. Je parle en termes de normes esthétiques, heu par l'utilisation des filtres heu voilà**
- Heu oui je suis totalement d'accord avec ça ! encore une fois, je pense que les gens ont plus facile à poster sur *TikTok* que sur les autres réseaux parce que il y a clairement une pression sociale sur le visuel, le design et l'esthétiques des postes *Instagram*, je trouve qu'on a plus facile à publier du contenu que sur les autres réseaux, sur *TikTok*, il n'y a pas besoin d'être heu beau, il a pas de retouches photos, c'est plus naturel ! Il y a moins de pression, moins d'artifices, c'est moins « fake » que les autres réseaux et c'est plus le côté créatif qui est mis en avant sur *TikTok*. Tandis que *Facebook* ça peut être plus professionnelle et scolaire *Facebook* et *Instagram* que *TikTok*.
- **Oui je vois ! et hum selon toi quelles sont les valeurs qui sont diffusées à travers *TikTok* ?**
- Hum les valeurs diffusées ?
- **Oui par exemple tu me disais *Instagram* on fait attention à notre apparence, quelles sont selon toi les valeurs pour *TikTok* ?**
- Heu ben justement je dirai que ce n'est pas tellement du paraître sur *TikTok*, hum.... Je dirai justement le côté plus naturel ! il n'y a pas d'artifices hum.... Et ben le côté créatif heu... sinon heu pff je pense que ce qui différencie des autres plateformes en termes de valeurs je ne sais pas trop ! C'est moins de pression social hum... j'ai l'impression que les gens qui postent sur *TikTok* se disent « ben les gens qui me voient c'est des gens qui sont aussi sur *TikTok* et lui aussi heu a déjà vu des choses décalées quoi ». C'est du contenu plus naturel, plus rigolo, sans prise de tête quoi !

- **Oui d'accord c'est bon ne t'en fais pas et sinon selon toi qu'est-ce qu'une vidéo a et qui lui donne le potentiel de faire le buzz ?**
- Bonne question si je le savais, j'ai déjà vu pas mal d'article où ils disent qu'il faut attiré la personne en trois secondes, les trois première secondes doivent être attractives ! donc heu qu'il se passe un truc hors du commun ou qu'on fasse un truc que les gens repèrent directement, ça peut être plein de trucs, le fait d'avoir un côté esthétique à mettre en avant. Et aussi le fait que les gens restent sur le contenu et sinon heu je saurai plus te dire ce qui ne marche pas que ce qui marche sur *TikTok*
- **D'acc oui je vois et du coup qu'est ce qui selon toi ne fonctionne pas du coup sur *TikTok* ?**
- Heu les hashtags, les commentaires, j'ai l'impression que même si tu as des hashtags tu vas pas forcément être mis en avant par la plateforme. Sinon les vidéos trop longues aussi ça fonctionne pas, le vidéo où il se passe bien ou les vidéos où il y a trop de texte, les gens ne regardent pas ou alors quand ça a un côté trop sérieux trop explicatif et trop formel ou alors quand il y a trop d'artifices sur la vidéo genre de montage, d'effets spéciaux et tout. Hummm ce qui marche c'est vraiment les partages, le fait que les gens regardent toute la vidéo mais pas les *likes* et les commentaires !
- **D'accord et est-ce que tu penses que la possibilité de faire carrière est une raison du succès de *TikTok* ?**
- Heu ben non parce qu'en Belgique ce n'est pas encore arrivé. En France oui mais je pense pas parce que les gens sur *YouTube* les gens reçoivent plus d'argent sur *YouTube* que sur *TikTok* et je pense que c'est moins facile de faire des partenariats que sur les autres réseaux, il y a ce côté créatif qui est mis beaucoup plus en avant mais heu je pense qu'en ce moment on voit pas beaucoup mais c'est bien ça permet d'être plus naturel, sur les autres réseaux c'est souvent des stories où tu parles et c'est plus formel que sur *TikTok* tu fais passer un message de manière plus créative donc je trouve ça plus sympas ! Moi par exemple j'ai fait une vidéo pour la campagne wallonia.
- **Ah d'accord je vois ! merci et heu et toi tu trouves du coup que les marques ont leur place sur *TikTok* ?**
- Ouais complètement ! C'est une autre approche complètement différente mais les gens sont, je suis persuadé que dans un an on verra encore plus de collab' que ce qu'il y a actuellement quoi ! C'est comme sur *Facebook*, genre il y a dix ans on pensait pas que ça allait prendre cette tournure quoi ! Aujourd'hui on fait un business sur *Facebook*, on fait des posts sponsorisés et tout et je suis sûr que pour *TikTok* c'est la même chose ça va se transformer encore plus en business quoi !
- **D'accord et justement comment penses-tu qu'elles peuvent s'y intégrer ?**
- Heu.... Ben en mettant en avant le côté créatif, en essayant de faire passer le *TikTok* pas pour un partenariat donc essayer de cacher un peu je dirai. Faire ça sous forme d'histoire un peu originale quoi. (*Explique un exemple*).
- **D'accord et toi pourquoi utilises-tu une sorte de pseudo pour ton compte *TikTok* ?**
- Heu j'ai mis Mariustory, parce qu'en fait mon compte s'est développé parce que j'ai créé une histoire, hum et donc je voulais essayer de faire un truc un peu comique et humoristique et du coup j'ai pris ça parce que c'était original et ça sonnait avec le reste de mon prénom.
- **D'accord, ok et heu du coup tu penses que le fait d'utiliser un pseudo ça peut avoir un impact sur le contenu que l'utilisateur va partager ?**
- Heu oui clairement heu je prends l'exemple de lenasituation, c'est une créatrice de contenu, elle fait pleins de trucs complètement différents, je pense que ce n'est pas mal d'avoir un pseudonyme, pas forcément pour le fait de pas être reconnu et tout ça mais plus pour le fait d'être plus authentique et pour le côté plus créatif et unique quoi !
- **Oui d'accord et toi du coup comment a évolué le contenu que tu as posté ?**
- Heu normalement au début j'ai créé une série avec des épisodes et j'ai essayé de commencer une nouvelle histoire-là il y a deux trois semaine et heu elle a un peu moins marcher... après

avec le blocus j'y ai plus regardé mais je vais continuer dans la narration d'histoire et je verrai parce que ça a l'air de plaire !

- **Oui ok et quel genre de contenu tu préfères poster ?**
- Hum.... Qu'est-ce que je préfère heu j'aime bien les contenus un peu en corrélation avec moi-même donc faire des *TikToks* par rapport aux études, heu par rapport aux sorties et au monde étudiantin donc faire du contenu vraiment en rapport avec moi quoi ! je n'ai pas envie d'inventer des trucs heu voilà montrer que je suis étudiant j'aime bien ou aussi le côté heu Namurois.
- **Ok et heu tu t'inspires des autres vidéos pour créer les tiennes ?**
- Heu oui ! oui clairement en fait je poste et je regarde le contenu plus moi m'inspirer et créer mon contenu ! il faut que j'aime bien, que ça me fasse rire et si je vois que ça a marché et que ça plaît aux gens quoi !
- **Ça t'es déjà arriver que vouloir poster une vidéo et de pas l'avoir fait au final ?**
- Heu oui oui beaucoup pleins de fois j'ai pas mal de brouillons quoi ! Parce que c'était pas assez fin ça devait rester personnel quoi j'allais pas poster ça quoi ! avant je m'en foutais mais maintenant que j'ai un certaines audiences donc je fais attention quoi !
- **Ah oui ok et est-ce que t'as l'impression que t'as l'impression que la plateforme a changé la manière avec laquelle tu te perçois ?**
- Heu oui d'un côté ça m'a donné un peu plus confiance en moi ! et pour les retours aussi ça fait plaisir quand je vois que ça plaît aux gens. C'est clair que ça donne un peu plus confiance en soi ! moi je suis quelqu'un qui de base a pas du tout confiance en soi et avoir le retour des gens et tout c'est vrai que ça fait du bien quoi ! (Explique une histoire personnelle)
- **Ok d'accord et hum sinon est-ce que tu lis les commentaires que tu as sur tes vidéos ?**
- Heu non ça prend trop de temps, j'essaye de les aimer parfois mais heu ça prend beaucoup de temps quoi ! Sur mes *TikToks* je prends parfois le temps de regarder mais pas sur ceux des autres quoi ! moi j'ai deux sortes de commentaires quoi des positifs et des négatifs et en fait j'ai fais semblant que je draguais ma sœur et ça a marché et tout mais du coup les gens critiquaient parce que c'était une histoire décalée quoi !
- **Est-ce que tu prends en compte les commentaires plus positifs pour tes prochaines vidéos ?**
- Heu oui clairement ! il y a beaucoup de personne qui ont demandé à avoir une saison deux et du coup ça m'a motivé à faire une deuxième saison !
- **Oui ok je vois et toi personnellement est-ce qu'en ayant vu une ou l'autre vidéo tu as décidé de changer quelque chose dans ta vie ?**
- Heu oui complètement je me suis inspiré de pleins de trucs, ça peut être des recettes de cuisine, heu des gens qui font du sport, des conseils dans la nutrition, heu ça peut aussi être dans le développement personnel, hum... ça peut être même de la mode, des styles et tout !
- **Ok, hum ben ici j'ai pu posé toute mes questions mais est-ce que tu penses à quelque chose que je n'aurai pas abordé et que tu trouves pertinent à ajouter ?**
- Heu non c'était très complet déjà heu non peut-être le fait que sur *TikTok* on ne sait pas interagir directement c'est dommage mais heu voilà et ouais sinon je trouve *TikTok* c'est pas assez sécurisé pour les jeunes... on peut tomber sur du contenu complètement grave je trouve pour des jeunes c'est déplacé quand même !!
- **Ok oui tu n'es pas le seul à l'avoir ajouté... le manque de sécurité de la plateforme a été cité par tous les autres interviewés. Mais du coup merci beaucoup pour ton aide et ton temps !**
- Avec plaisir et courage surtout pour la suite !

ANNEXE 16 : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN MOHAMED

En normal → Mohamed

En gras → moi

(Le répondant a donné son accord pour le tutoiement par message avant l'interview)

- Allo ?

- **Allo bonjour, c'est Ophélie**
- Salut !
- **Ça va je ne te dérange pas ?**
- Non non c'est bon
- **Parfait alors et ben déjà merci de prendre du temps pour moi !**
- Avec plaisir !
- **Ben comme tu le sais cet entretien se fait dans le cadre de mon mémoire, qui s'oriente vers tout ce qui est plateformes digitales et particulièrement la plateforme *TikTok* comme je te l'avais expliqué. Est-ce que ça te dérange si j'enregistre notre discussion pour pouvoir retranscrire par la suite ?**
- Non non pas du tout !
- **Ok merci et Hum... ben pour commencer déjà tu peux te présenter en quelques mots ?**
- Ok, heu moi c'est Mohamed j'ai 41 ans, je suis Franco-algérien, j'ai grandi en France et maintenant je vis aux îles Canarie, heu... quoi d'autre heu je bosse pour moi, j'ai mes propres sociétés (...).que dire de plus ben voilà sinon heu j'ai une chaîne *YouTube* avec heu 20 et quelques milles abonnés que j'ai laissé un peu à l'abandon parce que je n'ai pas le temps mais sinon j'ai un petit compte *Instagram* avec heu 2000 abonnés et un compte *TikTok* qui comme tu le dis il a explosé j'ai as compris pourquoi mais hum voilà.
- **Ok et hum est-ce que justement tu peux me citer les réseaux sociaux sur lesquels tu as un compte donc c'est *Facebook*... ?**
- Oui heu *Facebook*, *Twitter*, *TikTok*, *YouTube*, *Instagram* et je crois que c'est tout
- **D'accord et pourquoi as-tu choisi d'avoir un compte sur ces réseaux-là ?**
- Heu ben *YouTube* déjà c'est heu je consommait beaucoup de chose sur *YouTube* et j'ai été influencer par beaucoup d'influenceurs sur *YouTube* pour commencer à faire mes propres vidéos (explique son évolution sur *YouTube*). Au début je comprenais rien du tout au fonctionnement... Après je comprends les bases mais heu en fait quand je me suis lancé dessus j'ai fais des vidéos et je me suis dis ben je vais en profiter pour faire quelque chose d'un peu différent de ce que je fais sur les autres réseaux... qui est un peu trop. En fait, c'est pas trop à mon image les autres réseaux sociaux, je suis moins authentique quoi si je peux dire, sur les autres réseaux je suis trop lisse tu vois, j'étais un peu plus heu oui plus authentique et comme je suis dans la vie de tous les jours.
- **Oui je vois tout à fait, et hum si tu dois décrire la place que *TikTok* prend dans ta vie tu expliquerais ça comment ? comme tu dis que tu n'as plus trop le temps de faire des vidéos sur *YouTube* ?**
- Heu ben en fait je prends le temps que je mettais sur les autres réseaux on va dire parce que pour faire une vidéo *YouTube* de 10 minutes je devais mettre quasi 10 heures dessus, le temps de préparer ce que tu vas dire, de faire le montage et tout donc heu moi j'ai appris sur le tas. Du coup ben ça prend énormément de temps tandis qu'un *TikTok* c'est entre 15 et 30 secondes du coup ça prend pas beaucoup de temps, je peux faire jusqu'à trois *TikToks* par jour et heu trois *TikToks* de 15 secondes ça va me prendre genre 15 minutes dans la journée, c'est rapide, c'est bien, ça donne de la visibilité. Après, c'est vrai que c'est assez restreint parce que tu peux pas ce que tu veux comme tu veux etc. *Instagram* j'étais proche des gens qui me suivaient, là sur *TikTok* j'ai l'impression que c'est encore plus le cas parce que tu peux leur répondre directement par vidéo aux personnes. C'est ce qui me plaît le plus par rapport aux autres réseaux sociaux quoi ! et du coup j'ai l'impression que c'est plus, fin c'est une autre relation quoi en fait. C'est une relation que tu ne cherches pas forcément, tu vois ? tu crées un lien avec les gens quoi mais heu ça reste sympa quoi. Les gens se sentent plus proches de toi et heu voilà. Sur *TikTok* t'as la bonne distance quoi, ce n'est pas des messages privés et du coup ça reste un lien sain entre toi et les autres utilisateurs je trouve.
- **Oui je comprends, et hum quel genre de contenu tu apprécies le plus toi sur cette plateforme ?**

- Rien avoir avec ce que je fais mais heu j'aime bien l'humour. Alors heu, je suis du genre à dire qu'il y a 90% de mauvaises vidéos et heu 10% d'excellentes vidéos. Tu vois, tu scrolles toute la journée pour trouver de belle chose quoi. Je dirai que c'est plutôt orienté heu humour et nature et heu des trucs un peu de construction sinon. Ce genre de contenu qui me plaît.
- **D'accord et du coup justement tout à l'heure tu me disais que tu aimais bien TikTok parce que tu pouvais répondre via des vidéos et sinon comment as-tu l'habitude d'interagir avec la plateforme ?**
- Oui ben moi j'aime et je suis les comptes des *TikTokeurs* que j'aime bien. Ceux que j'aime bien, la plateforme donne de la place à tout le monde contrairement aux autres, mais heu, je trouve ça bien aussi de partager un peu des comptes que j'aime bien. Je ne le fais pas souvent mais je le fais parce que j'aime quand même bien. Je *like* dès que je vois une vidéo que j'aime bien. J'aime bien aussi le fait que ce soit, soit *liker*, soit rien du tout tu vois ? ça c'est bien ! Il n'y a pas de pouce rouge, genre les gens ont pas tellement l'opportunité de dénigrer la vidéo finalement. Moi je suis du genre si j'aime pas, j'aime pas et je passe. C'est bien parce que du coup les gens qui aiment pas ils peuvent direct scroller et passer à la suivante. Après t'as toujours des rageux évidemment mais heu j'aime bien le concept. En fait, c'est facile de *liker* du coup j'ai plus tendance à aimer que sur d'autre plateforme.
- **D'accord et hum, selon toi quel genre de vidéos sont les plus populaires sur TikTok ?**
- Ben je dirai que c'est juste le fait que le mec ou la nana soit certifié, je dirai que c'est juste ça (rire)
- **D'accord ok, et heu par rapport au lien avec Facebook et Instagram tout à l'heure tu m'as parlé d'authenticité ben justement on reproche souvent à Facebook et Instagram d'imposer une certaine pression sociale avec des normes esthétiques assez ancrée notamment via l'utilisation de filtres, que penses-tu de ça ?**
- Ben moi je pense qu'il faut vivre avec son temps, ça ne me dérange pas en fait parce que je sais prendre le recul, notamment les plus jeunes, tu vois ? Ils ne savent pas faire la différence entre vie virtuelle et vie réelle, mais moi tu vois je sais comment ça se passe dans la vie. Je les vois les gamins et les filles qui se prennent en pose et qui posent une photo, ben moi je vois la réalité de la scène. Je trouve ça normal voir même plutôt sain d'essayer de se mettre en avant, sans tricher évidemment sur photoshop, de s'aimer à travers une photo ben pourquoi pas. Je trouve ça plutôt sain de s'aimer et de mettre des photos où on se met à notre avantage. Je ne vois pas ça mal. Après il peut y avoir un côté négatif c'est que les jeunes croient que c'est la réalité quoi mais voilà.
- **D'accord et t'as l'impression qu'il y a aussi ces normes esthétiques sur TikTok ?**
- Pas du tout ! Je pense les gens ils s'en foutent complètement. C'est ça qui est bien et c'est ça que j'aime. Tu sais quand tu vois, je vois une personne en surpoids, qui le vit très bien et qui montre ses formes, etc. Sur *TikTok*, les gens ils suivent la devise du MacDo quoi « Venez comme vous êtes » (rire). C'est vraiment ça quoi ! peu importe comme tu es...et puis les gens ils vont regarder tes vidéos. Les gens sur leur vidéo, ils parlent souvent en selfie et de très près et tu vois, il y a beaucoup de jeunes boutonneux avec de l'acné et tout et ils s'en foutent complètement de se montrer (...).
- **Oui je vois aussi c'est vrai ! et si tu devais citer les valeurs diffusées à travers cette plateforme tu dirais lesquelles ?**
- Heu, ben déjà l'acceptation de soi ! je trouve que c'est ça et, c'est le plus important en fait. Au-delà de ça, il y a aussi l'acceptation de l'autre comme il est. Genre tu vois beaucoup de gai qui se montre tel qu'il est sur la plateforme. Il n'y a pas de caché ni rien quoi ! (...) Les gens acceptent les autres quoi. (*Donne un exemple dans la vie réelle où il vit*).
- **D'accord et qu'est ce qui fait selon toi que TikTok connaît un tel succès ?**
- Heu, je pense que c'est comme dans tous les autres réseaux, c'est peut-être un effet de mode surtout plus qu'autre chose. Je dirai que c'est la plateforme du moment. Peut-être qu'un jour ça va disparaître tu vois comme les autres sont en train de s'effacer petit à petit.
- **Oui et tu as l'impression que c'est lié au confinement ?**

- Ah oui oui, je pense qu'aussi je n'ai pas pensé mais je pense que ça a clairement joué. Je pense que la plateforme va changer d'office. Parce qu'avant c'était Musical.ly et ils se sont adaptés, ils sont passé à ça et du coup peut-être que ça va s'adapter à l'air du temps. Genre *TikTok* ils ont pris tout ce qu'il y avait sur *Snapchat*, sur *Instagram*, sur *YouTube* et tout ça et puis ils ont condensé dans *TikTok* quoi. Les gens cherchent du contenu vite et rapide, un truc à consommer vite et immédiatement quoi ! Ils ne veulent pas attendre comme sur *YouTube* quoi tu vois.
- **Et justement tu penses que ça peut être une source de motivation le fait de pouvoir faire carrière ?**
- Heu carrière dans le sens de développer un business autour de devenir influenceur et tout... je pense que c'est encore comme sur les autres réseaux. C'est un peu du, c'est certains *TikTokers* mais ici, c'est plus accessible quoi. Mais je pense que les marques vont surtout prendre des personnes déjà connues de base et pas n'importe qui quoi. Je pense que ce ne sera qu'une minorité. Après, les gens peuvent créer leur propre business sur le côté via la plateforme. Par exemple, si t'es coach sportif, tu développes tes trucs et puis tu vends tes programmes en ligne quoi. En tout cas, en vivre c'est que comme ça que c'est possible je pense. Après je ne dis pas hein, il y a la possibilité pour tout le monde de se faire contacter par les marques hein mais de là à en vivre je crois pas.
- **Ok, et justement par rapport aux marques tu trouves qu'elles ont leur place à proprement parler via des pubs sur *TikTok* ?**
- Non, je, en tout cas pour moi, direct dès qu'il y a une pub de marque je zappe direct. Par contre, si c'est quelqu'un qui présente un produit, c'est différent et je vais peut-être regarder. Genre, moi j'aime bien la course à pied, ben si le mec il présente des chaussures de sport, je vais regarder la vidéo. Que je j'aime la paire de chaussure ou pas, je vais regarder la vidéo parce que ça m'intéresse. C'est différent.
- **D'accord je comprends oui et heu, je ne sais pas si tu utilises un pseudo ou pas pour tes vidéos ?**
- Banamo comme sur mes autres réseaux quoi !
- **D'accord et quel est le contenu que tu préfères mettre et diffuser sur *TikTok* ?**
- Heu moi je fais plutôt du contenu où je motive les gens, je les motive à se bouger. Je dirai ça !
- **D'accord et quel sentiment ça te procure de pouvoir justement partager heu partager ça en fait ?**
- Ben je me dis que moi j'adore un truc, j'adore aller dans un endroit et voir les gens faire du sport du coup ça me donne envie de faire du sport aussi. Du coup je le fais pour moi et je me dis que je vais donner envie aux gens de faire du sport et du coup ça va faire effet boule de neige et il y a d'autres personnes qui vont voir des gens faire du sport et puis ils vont d'y mettre et ça ça me donne une bonne énergie quoi !
- **Ok oui je vois et heu, pour *YouTube* c'était le cas mais est-ce que tu t'es inspiré d'autres vidéos *TikTok* pour faire les tiennes ?**
- Hum un petit peu, au début heu... oui en fait je dis un petit peu mais c'est complètement en fait ! Il y a certaines vidéos qui ont buzzé et c'était totalement de l'inspiration notamment des vidéos d'un peu de jeu de rôle donc où tu ne parles pas tu fais semblant de parler et c'est un sketch l'audio derrière. Le fait de mettre une musique derrière, ça je m'en suis inspiré. Bon après, il y a des trucs heu c'est moi totalement mais heu, j'ai été inspiré directement ou indirectement je pense.
- **D'accord, hum ok et heu t'as l'impression que ce réseau il a impacté ta propre vision de toi-même finalement ?**
- Non, *YouTube* ça l'avait fait mais pas ce réseau non. J'ai su je pense grâce à *YouTube*, me détacher de ça et heu ça n'a pas bougé. C'est plus devenu un truc fun et drôle d'interagir avec les gens ! J'adore les haters de *TikTok* (rire), je pense qu'ils font un peu vivre la plateforme mais je le prends dans le fun quoi ! (*Explique une anecdote sur des commentaires auxquels il a*

répondu avec arrogance et il s'est remis en question par la suite pour ne pas blesser les gens sans le faire exprès)

- **D'accord et sinon quand tu reçois des commentaires positifs ou même des propositions de vidéos de ce que tu pourrais faire est-ce que tu t'es déjà inspiré de commentaires d'autres personnes quoi ?**
- Carrément mais bien souvent, c'est que je l'avais déjà en tête. Comme j'ai fait beaucoup de trucs sur *YouTube*. Soit je leur réponds en vidéo, mais j'avais déjà en tête ce que j'allais faire. En le répondant, ça me fait me sentir proche d'eux en un certain sens. Après, ce qui est génial, c'est que je l'ai capté récemment, ben en fait tu fais tellement de contenu que même si j'ai déjà répondu à la question, je peux refaire une vidéos en disant la même chose mais de manière différente. Et sinon j'ai testé un truc aussi, j'ai reposté des vidéos que j'avais déjà posté et que les gens n'ont pas forcément vu. Du coup, là je la reposte et ça marche bien aussi !
- **Ah oui, ok je vois du coup tu apportes quand même pas mal d'importance aux vues ?**
- Heu moi, j'apporte pas mal d'importance aux *likes*, même si apparemment c'est pas important. Si les gens ont aimé, heu mais ça je crois que c'est parce que je suis de la génération *YouTube* peut-être. Je me dis que si les gens ont aimé, boh alors, soit ils soutiennent et ils *likent* parce qu'ils sont abonnés. Je me dis que si ils ont liké, alors je me base sur ça pour faire mes prochaines vidéos. Je ne fais pas attention au nombre de vues, ni au nombre d'abonnés finalement. C'est surtout le nombre de *likes* par vidéo.
- **En fait c'est dans le but de plaire à la majorité ?**
- Ben en fait au début non et aujourd'hui je crois que maintenant que tu me le dis, je crois bien oui. Je dois être honnête (rire).
- **Oui non mais c'est normal je comprends et hum suite à des vidéos que toi tu aurais vu genre des vidéos que d'autres auraient fait, est-ce que tu as décidé de changer des choses dans ta vie réelle ?**
- Heu non je ne crois pas. Ben le sport en fait moi je me documente de mon côté via la lecture principalement. Je lis beaucoup plus que ce que je regarder. Mais après attend je suis en train de réfléchir sur d'autres trucs. Ben j'ai une petite fille de 10 mois et j'ai vu une vidéo de comment la porter, d'un pédiatre je crois. Du coup, j'ai changé ma façon de porter ma fille quand elle était petite quoi ! C'est une vidéo qui m'a marqué et j'ai voulu la partager à des proches. (...)
- **D'accord je vois, j'ai pu poser toutes mes questions. Est-ce que tu penses à quelque chose que j'aurai omis de dire ou auquel tu penses en lien avec ce qu'on a dit jusqu'à présent ?**
- Heu, j'ai pensé à un truc heu... Je crois que j'ai tout dit heu... mais après le temps que je passe dessus parce que je consomme un peu de contenu aussi mais pas trop en fait. Je réalise récemment, je suis plus concentré sur ce que je fais moi que sur ce que font les autres. Du coup, je me suis mis à suivre plus de compte et du coup maintenant l'algorithme de *TikTok* me propose que du contenu en lien avec ça et que j'aime quoi !
- *(la suite n'a plus de lien)*
- **En tout cas merci beaucoup pour le temps que tu m'as donné pour répondre à toutes mes questions.**
- Avec plaisir !

ANNEXE 17 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN AXELLE

En normal → Axelle

En gras → moi

- **Hello, ça va tu vas bien ?**
- Oui bien merci et toi ?
- **Ça va aussi ! ben écoute je vais te réexpliquer en fait c'est dans le cadre de mon mémoire, j'étudie les comportements des utilisateurs sur les réseaux sociaux. Ça ne te dérange pas que j'enregistre notre interview ?**

- Non non pas de soucis !
- **Ok merci ! du coup on peut commencer. Peux-tu te présenter en quelques mots ?**
- Heu ben du coup je m'appelle Axelle, j'ai 17 ans. J'habite aux sables d'Olonne et je suis en terminale. Heu je fais de l'équitation et heu voilà.
- **D'accord (rire) et justement à quoi aimes-tu passer ton temps libre ?**
- Heu du coup ben à l'équitation et heu je suis de temps en temps sur mon téléphone hein heu c'est le sujet heu...
- **Oui et justement, par rapport à ton téléphone, sur quels réseaux sociaux es-tu ?**
- Heu *Instagram, Facebook, Snapchat, Twitter*, heu.... Voilà je crois que c'est tout.
- **Ok et heu pourquoi c'est réseaux-là en général ?**
- Heu bah je dirai que je les ai tous ajouter par influence, heu (rire) de mes amis et donc voilà.
- **Ok, heu... et alors comment utilises-tu ces réseaux ? Qu'est-ce que tu as l'habitude de poster ? A quoi ça te sert d'être sur ces réseaux ?**
- Heu ben Snap c'est plus pour communiquer et pour parler fin je poste jamais de story ou quoi sur ce réseau. C'est surtout pour parler avec mes amis tous les jours quoi ! après heu sur Insta je mets des photos mais pas trop parce que c'est plus pour regarder les photos des autres. Heu... sur *Facebook* plus pour heu, ben être en contact avec la famille, ceux qui sont un peu plus âgés quoi (rire) et heu *Twitter* pour suivre un peu l'actualité quoi mais c'est tout.
- **D'accord, et est-ce que tu connais plateforme *TikTok* ?**
- Oui, ah oui j'avais oublié j'ai un compte sur ce réseau aussi !! (Rire)
- **D'accord, pas de soucis et depuis quand as-tu un compte sur cette plateforme ?**
- Heu je pense depuis à peu près deux ans, à l'époque c'était *Musical.ly*
- **Ok et heu t'as déjà créé des vidéos ou heu... ?**
- Oui oui
- **Ok et heu... pourquoi de base tu t'es créé un compte sur *TikTok* ?**
- Ben de base je me suis créé un compte, je pense j'ai vu des vidéos et des pubs et à force d'en voir sur les autres réseaux, genre des *TikToks* qui étaient repostés sur *Instagram* ben j'ai fini par me créer un compte.
- **Ok, et heu... tu décrirai comment la place que prendre cette plateforme dans ta vie de tous les jours ?**
- Heu, heu oui, en fait j'ai vais pas souvent mais quand j'y vais, je reste et je scroll les vidéos et je ne m'arrête plus.
- **D'accord, et hum... en général pourquoi utilises-tu *TikTok* pour regarder, pour créer... ?**
- Heu oui c'est plus un réseau que j'utilise pour passer le temps quand je n'ai rien à faire ou le soir avant de me coucher je vais dessus et voilà. C'est plus pour du divertissement quoi, je ne recherche rien de particulier.
- **D'accord et comment est-ce que tu penses que en général autour de toi les gens considèrent cette plateforme ?**
- Heu... ben je sais déjà que tous mes amis heu ont *TikTok* et ceux qui ne l'avaient pas l'ont installé à force que je leur en envoyais... (rire) et après heu pour ce qui est de ma famille heu, ils connaissent pas trop. Fin heu, ma mère connaît vu que je lui montre les trucs que je fais et tout mais heu sinon, oui tous les jeunes qui sont autour de moi l'ont.
- **Ok et heu, pourquoi tu penses que cette plateforme est aussi appréciée ?**
- Hum je pense que c'est l'idée de scroller fin heu, tout vient à nous et heu du coup, je trouve que ça repère vraiment bien nos centres d'intérêts. Les algorithmes sont vraiment bien faits pour ça ! Du coup ben, dès que je vais dessus je vois que des trucs qui m'intéresse beaucoup donc heu voilà.
- **D'accord et est-ce que tu peux m'expliquer un peu comment tu te sens quand tu utilises cette plateforme ?**
- Heu, pfff ben c'est hyper addictif, j'arrive plus à en sortir quand je vais sur *TikTok*. Au final je rester des heures.
- **Et justement par rapport au contenu que tu aimes regarder qu'est-ce que c'est en fait ?**

- Hum j'adore ben déjà les trucs par rapport aux chevaux, heu et après heu tout genre les tendances de danses heu tous des trucs comme ça avec des trucs un peu humour heu fin voilà. Je trouve que ça cible toujours heu les tendances que j'ai envie de voir été les trucs d'humour que j'ai envie de voir.
- **OK et comment tu interagis avec la plateforme ? Est-ce qu'il t'arrive de commenter, d'aimer, de partager des vidéos ?**
- Heu je commente et je ne partage jamais, il m'arrive hyper rarement de mettre un *like*. Fin c'est moins spontané pour moi de *liker* que sur *Instagram* par exemple. Hum, c'est la seule chose que je fais du coup.
- **Ok mais tout à l'heure tu m'as dit que tes potes l'avaient installé parce que tu leur envoyais souvent des vidéos**
- Oui ! je leur envoyais à eux mais après je ne partage pas par exemple dans mes stories ou quoi publiquement quoi. Je partage en privé via insta ou messenger.
- **D'accord et hum, ok et est-ce qu'il t'arrive de suivre des comptes ?**
- Heu oui oui oui
- **Ceux dont tu aimes le contenu quoi ?**
- Ouais exactement !
- **Heu ben justement heu tu parlais des tendances des danses et tout mais il y a aussi eu les challenges heu et donc, plein de gens ont commencé à participer à ces challenges-là. Qu'est-ce que tu penses de ce phénomène là ?**
- Heu ben moi je trouve ça, fin voilà les challenges qui sont respectueux des autres et tout je trouve qu'il y a aucun mal et ça divertit tout le monde dans le confinement.
- **Ok et de manière plus générale selon toi, quelles sont les vidéos qui sont les plus populaires sur la plateforme ? Celles qui auront plus tendance à faire le buzz ?**
- Ben je trouve que sur *TikTok*, il y a quand même un côté un peu malsain de des vidéos un peu dénudé et tout qui font quand même vachement le buzz sur *TikTok*. De filles un peu heu, avec des décolletés et tout qui font vachement le buzz sur *TikTok*. Après sinon je dirai c'est tout ce qui est un peu heu toujours impressionnant, luxueux ou voilà qui fait le buzz.
- **D'accord, heu maintenant pour faire un peu le lien avec *Facebook* et *Instagram*, en fait on reproche souvent à *Instagram* notamment d'imposer une certaine pression sociale en termes de normes esthétiques, avec des photos toujours plus parfaites et l'utilisation de filtre embellisseurs. Que penses-tu de cela ?**
- Oui ben je pense qu'effectivement, moi je suis pas hyper influencée par ça parce que moi ben voilà j'ai confiance en moi et je sais que sur *Instagram* c'est pas la vraie vie. Mais heu, je sais que fin il y a beaucoup de filles de mon entourage qui voient des choses et heu elles idéalisent un peu les filles de *TikTok* et qui du coup je pense ça crée vachement des complexes, fin moi ce n'est pas mon cas parce que je sais que ce n'est pas la réalité, mais je trouve que ça crée vachement des complexes à notre génération de voir sur les réseaux que tout est voilà beau et tout mais c'est pas la vraie vie quoi !
- **D'accord et t'as l'impression que cette pression elle est aussi présente sur *TikTok* ?**
- Oui, peut-être un peu moins que sur *Instagram* je trouve quand même parce que déjà je trouve que les tout ce qui est filtres *TikTok* et tout ce n'est pas aussi bien que sur *Instagram* et je trouve que c'est moins vitrine qu'*Instagram*.
- **Ouais ok et si tu devais citer les valeurs qui sont diffusées à travers ce réseau tu dirais quoi ?**
- Humm... pff fin ça dépend des utilisateurs heu je dirai de base c'est quand même un truc heu de partages, de convivialité et tout mais heu après ça peut prendre aussi heu fin voilà je sais qu'il y a beaucoup de gens qui font des vidéos aussi bah qui se font quand même harceler que sur les autres réseaux donc heu, il y a aussi des valeurs un peu moins positives des fois mais heu de base je dirais que c'est quand même le partage et la convivialité.
- **D'accord et hum, qu'est ce qui selon toi fait que *TikTok* connaît un tel succès aujourd'hui ?**

- Hum je dirai, heu ouais la facilité d'utilisation fin tout de suite on arrive et on a juste à zapper, fin voilà. Tout passe, c'est un réseau qui est hyper fluide contrairement à *Instagram* ou à d'autres réseaux qui sont un peu moins fluides. On voit tout directement quand on arrive quoi.
- **D'accord, et hum, est-ce que tu trouves que les marques ont leur place sur ce réseau ?**
- Heu pfff leur place, c'est-à-dire est-ce que j'en vois beaucoup ou quoi ?
- **Oui et est-ce que tu trouves que c'est adéquat que ça se retrouve sur *TikTok* ?**
- Heu pfff pas forcément, après voilà je sais que maintenant il y en a sur tous les réseaux donc heu voilà mais heu de base j'aurai dit non, pas forcément parce que fin pour moi voilà c'est une plateforme pour du divertissement où on partage des clips avec de la musique, fin voilà pour moi il n'y a pas de place à la publicité.
- **Oui je vois et t'as l'impression que les marques elles ont autant de pouvoir que sur les autres réseaux sociaux ?**
- Humm non, pour moi les marques n'ont pas autant de pouvoir. Après je me trompe peut-être mais c'est mon impression. Moi je sais que j'ai déjà regardé des marques en cliquant sur des postes *Insta* ou en partant de posts Insta alors que sur *TikTok* je n'ai jamais cliqué sur une pub !
- **Ok. Hum et toi sur heu *TikTok* t'as utilisé un pseudonyme ou ton vrai prénom et nom ?**
- Heu non j'ai utilisé un pseudo.
- **Ok et pourquoi ?**
- Heu parce que je ne voulais pas être reconnue (rire).
- **D'accord, et du coupe quel impact l'anonymat a sur le type de contenu que tu oses poster ou que les utilisateurs en général postent ?**
- Hum... ben je pense que ça rend un peu plus libre fin on a moins peur du jugement, même si moi de mon côté je n'ai pas du tout peur du jugement, mais je pense que pour la plupart des gens et pour la plupart de mes amis c'est pour ça ! Moi personnellement, ça m'importe peu mais voilà je pense que c'est surtout pour ça !
- **D'accord, et tu peux me parler du dernier contenu que tu as posté sur *TikTok* ?**
- Heu alors moi je ne poste pas beaucoup en fait je garde beaucoup en privé. J'ai genre deux vidéos en publique sur la plateforme. En fait, je ne sais pas si tu vois en fait c'est une tendance où tu mets des vidéos et des photos et ça fait un match, ça se synchronise tout seul. Je ne sais pas si tu vois mais heu voilà quoi.
- **Ok d'accord et quel sentiment ça te procure quand tu postes une vidéo sur *TikTok* ?**
- Heu pfff, ben je dirai que même si on n'aime pas forcément se l'avouer mais c'est un peu comme sur tous les réseaux de se dire, fin ça nous fait plaisir quand même d'avoir des *likes*.
- **Ok et du coup le contenu que tu postes tu suis une ligne de conduite pour le créer ?**
- Hmmm bah du coup oui, parce que comme heu moi je garde tout en privé c'est tout des trucs humour que je fais avec mes amis quoi, mais heu après une ligne de conduite dans mon profil non pas vraiment.
- **D'accord et tu me dis justement que ça te fait plaisir de poster, le fait d'avoir des *likes* et tout. Quelle importance tu donnes au fait d'avoir des *likes* ?**
- Humm pff, je dirai qu'il y a encore quelques temps heu ça m'importait le nombre de *likes* alors que maintenant, j'ai pris du recul par rapport à ça, je suis plus heu vie réelle et voilà ! j'ai pris du recul par rapport à ça mais c'est vrai qu'avant heu ben pour moi c'était important que mes publications soient likées et tout.
- **Ok et heu, tu dirais que ce réseau il a d'une certaine manière impacté ta manière de te percevoir toi-même ?**
- Hmmm, non je ne pense pas, plus *Instagram* éventuellement oui mais *TikTok* non pas vraiment.
- **D'accord ok et heu tu as décidé de changer des trucs dans ta vie suite à une ou plusieurs vidéos ? Genre des danses, recettes de cuisine... ?**
- Heu oui j'ai déjà testé plusieurs recettes et sinon après, les tendances de danses, c'est aussi des tendances que je refais ou même les vidéos un peu humour et tout qu'on reproduit avec mes amis.

- **Ok et heu par rapport à tout ce qu'on a pu dire maintenant, tu penses à quelque chose à ajouter ?**
- Heu, ben plus heu oui voilà, faire attention à l'impact que ça a dans nos vies et l'importance de prendre du recul. Ça peut être un cercle vicieux et du coup pour moi les utilisateurs de *TikTok* c'est parfois un public très très jeune. Moi j'ai l'impression que les utilisateurs de *TikTok* sont encore plus jeunes que ceux d'*Instagram* et donc voilà. Je me dis qu'en fonction de notre éducation ou heu si on vient d'un milieu où on a reçu plus ou moins d'éducation par rapport à ça, la culture des réseaux sociaux et tout, on peut vite être influencé et il faut faire la différence avec la vraie vie.
- **Ok merci beaucoup pour tes réponses et le temps que tu m'as donné.**
- De rien, avec plaisir.
- **Passes une belle soirée !**
- Merci toi aussi !

ANNEXE 18 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN MAXIME

En normal → Maxime

En gras → moi

- **Bonjour**
- Bonjour enchanté !
- **Enchantée ! merci beaucoup de m'accorder du temps ! Pour commencer je me présente, je m'appelle Ophélie, j'ai 22 ans et je suis en dernière année de Master en Ingénieur de gestion à l'université de Namur. Si je vous appelle aujourd'hui c'est dans le cadre de mon mémoire. J'étudie les comportements des utilisateurs des réseaux sociaux et de leur façon de s'exposer à l'heure actuelle via ces plateformes digitales. Je m'adresse à vous parce que j'ai vu que vous aviez été intéressé par de la documentation sur *TikTok* via LinkedIn. Est-ce que ça vous dérange si j'enregistre notre appel ?**
- Non non non pas de problème !
- **Ok parfait ! heu ben du coup pour commencer pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?**
- Oui donc moi je suis Maxime ..., je suis directeur clientèle dans une agence de communication et moi je suis responsable de toute l'entité digitale de l'agence. C'est une agence de 40 personnes, on est à Nantes. Puis heu donc, moi mon rôle est de manager les équipes de production. Heu, il y a des équipes créatives, il y a des équipes heu de développeurs techniques, des équipes web marketing, avec du social media et heu voilà. J'ai 35 ans et je travaille dans cette agence depuis 7 ans et avant j'ai eu une autre expérience de 6 ans dans une agence avec à peu près similaire. On va dire que j'ai 12 à 15 ans d'expérience.
- **D'accord ok et heu à quoi aimez-vous passer votre temps libre ?**
- Heu oui donc ben moi je suis paumé et heu papa d'une petite fille donc heu, je vais passer du temps heu en famille. Ça c'est sûr et puis après heu des activités, quand la période le permet, en ce moment elle ne le permet pas mais sinon des activités de sport, de restos, de sorties, ... Et puis forcément, il y a également une consommation que ce soit des médias sociaux ou des plateformes vidéos telles que Netflix et Amazon qui forcément maintenant font partie du truc quoi !
- **D'accord et sur quels réseaux sociaux avez-vous un compte ?**
- Ben moi j'ai des comptes personnels et j'ai des comptes professionnels. Donc je vais avoir un compte pro sur LinkedIn. Heu, j'ai des comptes pro sur *YouTube*, heu j'ai un compte *Facebook* perso, j'ai un compte *Instagram* perso. J'ai un compte *Snapchat* perso, j'ai un compte Twitter et pro et perso. Heu et puis heu j'ai un compte *TikTok*, heu qui clairement m'aide à faire de la veille sur cette plateforme ben voilà qui explose en Europe cette année. On va dire moi je vois ça en fait je suis sur *TikTok*, je ne diffuse pas de contenu personnel, heu mais heu j'y suis pour de la veille professionnelle. Heu, en essayant ben voilà d'appréhender les codes de

l'application. D'appréhender je dirai le principe de publicité sur *TikTok*, le principe aussi de voir comment fonctionnent les influenceurs sur ce nouveau média. Ça fait déjà quelques années que ça existe mais on va dire en France, ça a vraiment explosé là avec le premier confinement.

- **D'accord et heu depuis quand avez-vous un compte sur *TikTok* ?**

- Ben moi j'étais déjà sur Musical.ly qui est donc l'ancienne version de *TikTok*. Ouais c'était déjà il y a quelques temps. Moi j'ai toujours été assez heu, ben très curieux. Hum même si bon ben voilà le cliché de dire heu, *TikTok* concerne une tranche d'âge dont je ne fais plus partie. Heu, mais justement fin moi je crois, moi je vois ça d'un point de vue d'un passionné de la communication digitale. Où ben que ce soit, moi quand *Snapchat* est sorti, j'avais déjà 28 ans donc je n'étais pas vraiment la cible. Heu, quand *TikTok* prend de l'ampleur heu j'ai déjà 34 ans donc je ne suis officiellement pas la cible mais après heu les personnes qui utilisent *TikTok*, *Snapchat* heu typiquement ben sont les consommateurs de demain. Heu peut-être qu'aujourd'hui ils sont encore adolescents ou jeunes adultes heu. Quoiqu'aujourd'hui on voit que ça s'est beaucoup plus démocratisé. On retrouve maintenant des tranches d'âges plus larges avec des gens en dehors de la tranche 15-25 ans quoi ! moi voilà, je reste persuadé qu'il faut être curieux et s'y intéresser. Par contre clairement moi je ne fais pas de chorégraphie heu, je me mets pas à danser et il ne vaut mieux pas (rire). Heu, mais par contre j'ai vraiment tout de suite heu, j'ai toujours consulté régulièrement depuis la fin de l'année 2019 et puis je trouve qu'avec le confinement ça s'est vraiment accéléré. Où on a vu que *TikTok* en France ça s'est vraiment démocratisé parce que des influenceurs, parce que des acteurs, actrices, chanteurs, chanteuses, fin voilà. Il y a un peu de tout, il y a des peuples qui ont pris en main l'application et donc forcément ben ça a déployé la notoriété de la plateforme.

- **D'accord et heu comment est-ce que vous pensez que la majorité des gens considèrent cette plateforme ?**

- Heu ben moi pour moi c'est un média vidéo heu. Ce qui est évident là en 2021 c'est que le média vidéo c'est plus de 84% des consultations sur internet. On voit dans un autre style avec Twitch hein, qui est une autre application forcément qui s'est vachement développée ces dernières années en France. Heu, fin ouais donc heu honnêtement c'est pour du divertissement. Fin moi, je le vois beaucoup là-dessus, que ce soit heu tous les trends avec les parodies de parler ou de chanter certaines chansons, ou alors les trends avec les chorégraphies pour danser. Moi je trouve ça assez sain. Je trouve ça mieux pour notre jeunesse heu de se filmer à danser que de se droguer ou péter des trucs. Donc heu franchement, il y a beaucoup de gens de mon âge qui trouvent ça ridicule. Moi, ça me choque pas du tout que la génération actuelle utilise son smartphone et forcément, alors oui moi quand j'étais petit je n'avais pas de smartphone. Il n'y en avait pas. Je pense qu'il faut vivre avec son temps et heu moi je trouve ça tout à fait normal que les adolescents, les jeunes adultes utilisent leur smartphone. Je trouve ça assez sain, ce qu'on voit sur *TikTok* avec des défis sportifs, heu il y a aussi des défis de danses, artistiques, culturels, tout ce qu'on veut. Franchement, je trouve que c'est surtout utiliser pour ça par le grand public et c'est clairement utilisé par les influenceurs pour faire de la communication sur certaines marques. Ça on le voit beaucoup et ce qui est assez hallucinant c'est je trouve en comparaison à Insta qui était franchement l'app où les marques communiquaient beaucoup ces derniers temps. Je suis assez halluciné par le nombre d'influenceurs sur *TikTok* et surtout l'audience énorme qu'ils ont. J'ai l'impression qu'on a tendance à beaucoup plus s'abonner sur *TikTok* que sur Insta. Moi je crois que je suis 700 personnes sur *TikTok*. Je crois que l'appli est tellement bien pensée ergonomiquement, qu'on a envie de suivre plein de gens. Autant Insta a un côté un petit peu heu ben voilà on a quasiment tous nos comptes en privé sur Insta. On va plutôt faire attention à qui on suit heu et on suit uniquement les choses qui nous plaisent vraiment ! *TikTok* on est clairement dans la curiosité ! On va tout regarder ! Moi je regarde, je peux m'abonner à toutes sortes de comptes. Genre je vais m'abonner à des comptes de personne de télé-réalité complètement stupide mais c'est parce que ça divertit. Je vais être hyper ouvert, je suis des gens de 40 ans, comme des gens de 15 ans. On est très curieux sur cette plateforme.

- **D'accord et justement en tant qu'utilisateur, comment vous vous sentez lorsque vous visionnez des vidéos TikTok ?**
- Ben moi je me sens bien ! Après heu, clairement sur Musical.ly, où dans la première version là je me disais que je n'étais vraiment pas dans la cible. Je l'utilisais pas beaucoup parce que il y avait beaucoup de très très jeunes filles heu voilà qui dansaient etc. J'ai vu quelques dérives à ce niveau-là. J'étais du coup pas très à l'aise avec Musical.ly heu où voilà ce n'était clairement pas du divertissement de regarder de très jeunes filles danser comme ça ! Je crois que *TikTok*, ils ont bien régulé tout ça ! à mon sens, ils censurent beaucoup plus que sur Insta ou quoi que ce soit. Il y a vraiment un suivi maintenant très strict. Suite aux attaques avec Musical.ly où il y a pleins de jeunes filles qui se sont fait emmerdées. Du coup sur *TikTok* heu, moi je vais regarder de tout heu, je me sens très très bien ! heu moi je vis avec mon temps, j'ai beau avoir 35 ans je ne me considère pas comme un vieillard. Je suis passionné par l'innovation et je trouve que *TikTok* est vraiment une plateforme d'innovation heu géniale. Que ce soit d'un point de vue ergonomique, technique et aussi d'un point de vue contenu et surtout contenu !
- **Oui c'est vrai ! et heu tout à l'heure vous m'avez parler de cette diversité de contenu, quel est le genre de contenu que vous appréciez particulièrement ?**
- Heu pfff que je vais apprécier heu, bonne question ! limite je suis en train de regarder mon compte. Je vais apprécier des challenges sportifs, des challenges artistiques heu des challenges de danse. Moi je suis un piètre danseur donc quand je vois des gens qui dansent extrêmement bien (rire) ben je trouve ça extraordinaire. Heu, voilà heu on voit souvent il y a des gens en groupe heu machin qui font des défis et des trucs comme ça quoi donc heu ça je trouve ça vraiment cool. Après c'est clair, il y a des trends complètement heu basiques, stupides mais qui font quand même marrer. C'est du divertissement hein, comme quand on regarde des imbécilités à la télé. On n'est pas dupes mais on va regarder parce qu'on est dans un mood « léger » on va regarder. Moi je peux suivre des comptes heu d'humoristes, de voilà, d'imitateurs, de magiciens, etc. Des choses voilà ! Moi clairement je vais rechercher, d'un point de vue personnel je vais rechercher du divertissement. D'un point de vue professionnel, je vais rechercher quand même des comptes où il a de l'audience et essayer de comprendre qu'est-ce qui fait quand on parle tout le temps de trends sur *TikTok*, ben qu'est ce qui fait qu'un trend est partie de telle personne et qu'elle tourne sur la plateforme et que ça fait des millions de post quoi ! Je trouve ça assez intéressant !
- **Hmm d'accord, et au final un peu de tout peut faire le buzz sur cette plateforme...**
- Ouais un peu de tout mais je trouve que de plus en plus la plateforme prend forme et on voit très bien maintenant qu'il y a, à mon sens, une cinquantaine, une centaine de personne qui clairement dictent un peu les trends sur *TikTok*. Je trouve que vraiment ça prend forme.
- **D'accord et vous personnellement comment interagissez-vous avec la plateforme ? Donc il y a la possibilité de suivre des comptes, d'aimer, de commenter, ... Comment vous utilisez ces fonctionnalités ?**
- Heu ben déjà je trouve que le, après vous allez me dire ils s'y sont tous mis, que ce soit Insta ou *Facebook* heu. Le scroll heu vertical avec toutes les vidéos c'est complètement dans l'ère du temps et c'est complètement ergonomique. Heu, on a juste à switcher avec notre pouce et heu il y a plus simple, pas plus basique ! Toutes les icônes sont mises au bon endroit, pour *liker*, pour commenter heu. Je trouve que l'algorithme est super bien foutu. Entre les vidéos qu'on suit et les vidéos qu'on nous propose dans l'onglet heu « pour toi ». Je trouve que l'algorithme il est assez incroyable, je crois qu'il est hyper puissant ! Des fois je tape un truc dans Google, n'importe quoi, ben il va me le proposer sur *TikTok* la fois d'après où je me connecte à *TikTok* quoi ! Je crois que c'est vraiment malin ! Justement je trouve que du coup l'algorithme propose des choses pertinentes par rapport à ce que je suis déjà quoi ! Insta essaie de le faire aussi mais c'est clairement mal fait.
- **D'accord et est-ce que ça vous est déjà arriver de commenter une vidéo, de la partager ou heu... ?**

- Non c'est vrai que je zappe et je vous avoue que je suis vraiment dans la consommation heu un peu personnelle mais je ne suis pas dans le partage. Comme moi-même je ne fais pas de vidéos, alors moi je me suis amusé à faire des vidéos mais que je n'ai pas diffusé. J'ai envoyé en privé à des potes etc. Heu mais heu parce que je voulais voir aussi heu comment on faisait une vidéo et l'outil est assez incroyable pour faire du montage. Donc ça je voulais voir ça. Après non, je franchement je ne partage pas et je *like* pas beaucoup non plus.
- **D'accord, heu justement vous avez parlé des trends et des challenges qui ont été viraux principalement durant le confinement, qu'en pensez-vous ?**
- Ben moi je trouve ça vachement bien ! franchement, je trouve ça vraiment bien, après il y a de tout hein ! il y en a c'est faire des imitations, des chorés, ... On voit vraiment de tout ! Je trouve ça vraiment sympa, j'ai l'impression que ça relie un peu les gens entre eux heu...
- **Ok et hum, selon vous, quels genres de vidéos sont les plus populaires sur *TikTok* ?**
- Heu, il y a un peu de tout. Je pense déjà qu'il y a des influenceurs qui se sont démarqués et qui clairement, dès qu'ils postent bon ben voilà, c'est heu les plus populaires. Heu, je regardais un reportage là ici sur la « French house » donc ce collectif de jeunes qui habitent tous au même endroit et ils doivent produire du contenu. Donc, eux j'ai l'impression qu'ils pourraient poster une photo de leurs pieds ça ferait le buzz ! Je pense qu'eux sont devenus bien influents et qui deviennent des ambassadeurs qui lancent des modes, des challenges et tout. Moi je remarque quand même que les petits défis, un peu sportifs sont quand même pas mal suivis. Heu, et puis clairement tout ce qui tourne autour de la musique ça c'est la base. Moi je pense que ce qui marche c'est des contenus légers, heu faut pas que ça se prenne trop au sérieux sur cette plateforme. Des choses bien faites quand même, faut que le petit montage il soit bien fait quand même quoi ça c'est important. On le voit tout de suite quand c'est fait à l'arrache et que ce n'est pas fait dans les codes de *TikTok*.
- **D'accord, et hum on reproche souvent à *Facebook* et surtout à *Instagram* d'imposer une certaine pression sociale, en termes de normes esthétiques avec l'utilisation de filtres etc. Que pensez-vous de ça ?**
- Heu oui c'est vrai ! Alors, je pense quand même que *TikTok* est clairement dans la même lignée. Heu, mais bon ben voilà on est dans une époque où la société dit que les garçons doivent avoir des tablettes de chocolat et où les filles doivent toutes faire 1m75 et heu avoir des formes prononcées mais pas trop. Donc ouais, on est dans des clichés de la mode qui correspond pas à la réalité. Malheureusement, c'est quand même à mon sens vachement... Je pense que les influenceurs sont aussi des influenceurs parce qu'ils ont le physique en phase avec ce que veulent diffuser les marques quoi ! heu, il y en a qui sont différents mais c'est une minorité selon moi. On détourne un peu l'apparence et on veut se sublimer quoi. C'est le principe de l'appli hein ! Fin de toutes les applis finalement. C'est le principe de tous les réseaux sociaux, c'est de montrer heu que ce qu'il y a de plus beau chez nous et on ne mettra jamais heu sur notre réseau une photo de l'enterrement de notre grand-mère quoi, vous voyez ce que je veux dire. On va surtout mettre nos photos de vacances, la photo du soleil qui se couche et puis ben les plateformes nous aident à sublimer encore plus ça ! heu avec les filtres et puis en se mettant moins vieux, plus vieux, moins gros heu voilà quoi ! Franchement faut pas se mentir, *TikTok* surf complètement dans la société du paraître dans laquelle on est. Tout le monde se filme face caméra très très proche et ça c'est encore plus important que sur *Facebook* ou que sur Insta, c'est-à-dire que là, tout le monde se montre et on voit très bien que les gens mettent plus de temps à faire le montage et à choisir les bons filtres qu'à faire la vidéo en elle-même quoi !
- **D'accord et du coup en termes de valeurs, vous diriez que *TikTok* diffuse quel genre de valeurs ?**
- Ben pff moi je pense qu'il ne faut pas trop se prendre la tête hein ! Moi je suis vachement en décalage avec beaucoup de gens de mon âge, qui disent « bah *TikTok* c'est un truc de gamin heu, c'est un truc de personne narcissique, etc. ». La société elle évolue comme ça, moi j'essaye de trouver le positif dans ce genre de plateforme. Je trouve que c'est quelque chose

de très positif ! moi ça me choque pas du tout. Surtout quand c'est pour se filmer en groupe et puis se faire une choré tous ensemble ! Après on est quand même dans la culture du paraître et de se montrer, de se mettre en valeur.

- **Oui ! et pourquoi selon vous les gens se mettent à poster des vidéos ?**

- Heu moi je pense qu'on est dans une société qui est devenue tellement individualiste et je pense qu'on est beaucoup plus seul qu'avant. Heu, qu'on a besoin de liens en fait et le lien on va le trouver sur Internet parce que dans la vraie vie il est super difficile à trouver parce que le travail c'est devenu beaucoup plus dure, on gagne beaucoup moins facilement de l'argent donc on prend moins de plaisir à aller travailler. La pression du travail est beaucoup plus forte qu'avant. Aujourd'hui, globalement peu importe le métier vous avez une boîte mail, on peut vous emmerder le samedi, le dimanche, ... Il faut tout le temps être connecté. Clairement les gens se sentent plus seul et puis surtout avec ce qu'on vit depuis un an, à être confiné, machin truc... ben on a plus de lien social. C'est aussi pour ça que *TikTok* a explosé hein ! Les gens ont cherché du lien et *TikTok* a été une plateforme créative parce que tout le monde s'est emmerdé à mourir avec le premier confinement. *TikTok* est arrivé au bon moment, les gens ont eu le temps d'aller découvrir la nouvelle plateforme, heu et puis de se rendre compte qu'il y avait pleins de trucs à faire avec cette plateforme en termes d'effets, d'éditorial et tout.

- **D'accord et justement par rapport aux marques, comment selon vous, elles peuvent s'y intégrer le mieux ?**

- Ben certaines marques commencent à le faire heu moi je suis halluciné donc comme je vous l'ai dit, moi mon boulot c'est d'alerter les clients sur leurs stratégies de communication. Il y a des très belles marques qui ont déjà tout compris et qui se font leur place sur la plateforme. (...) Elles doivent définir leur propre ligne éditoriale, on le voit bien, pleins de jeunes ont leur propre ligne éditoriale. Il y en a qui font des parodies, d'autres des imitations, d'autres des tours de magie et d'autres encore des chorés, etc. Il faut trouver le truc qui ressemble à la marque. Il y a clairement la bonne technique, c'est aussi de faire des partenariats avec les influenceurs. Quand vous voyez que certains, ben voilà ils ont entre 5 et 15 millions de gens abonnés à leur compte *TikTok* heu, c'est une audience incroyable quoi ! Là il y a des jeunes de 18 ans qui arrivent à capter 15 millions de personne !

- **C'est clair ! et vous imaginez quoi pour le futur de cette plateforme finalement ?**

- Heu je ne sais pas, j'ai lu des articles et tout mais je pense que ces applications-là sont tellement puissantes que maintenant, elles appartiennent aux utilisateurs. Après, il y a des enjeux financiers derrières, tout l'argent ne vont pas dans les poches des utilisateurs mais après il y a beaucoup d'utilisateurs qui ont bien compris le modèle et qui arrivent à en profiter. Je voyais que les fameux gars et filles de la « French house » ils ont 18000 euros les 15 secondes sur *TikTok* quoi ! Je pense que la plateforme va continuer puis il y en aura une autre dans 3 ans, dans 4 ans, ... et puis il y aura sûrement des nouvelles tendances, ça dépendra aussi de l'innovation quoi ! Là ici, les plateformes se piquent un peu les fonctionnalités, les stories ont été inventées par *Snapchat*, *Instagram* les a reprises. *TikTok* est basé sur du contenu vidéographique, avec des petites vidéos, *Instagram* a repris ça dans ses « réels ». Fin je pense que c'est sans fin.

- **D'accord et heu par rapport à tout ce qu'on a pu dire jusque maintenant, est-ce que vous pensez à quelque chose que vous voudriez ajouter ?**

- Ah non non moi je trouve ça top que vous puissiez aborder le sujet dans votre thèse !

- **Merci beaucoup**

- (Plus rien à avoir avec le mémoire)

ANNEXE 19 – RETRANSCRIPTION ENTRETIEN AUGUSTIN

En normal → Augustin

En gras → moi

- **Hallô ?**
- Oui voilà je t'entends
- **Parfait ! Alors comme je t'ai dis je suis en dernière année de master en ingénieur de gestion à l'université de Namur. Cette interview s'effectue dans le cadre de mon mémoire. J'étudie les comportements des utilisateurs des réseaux sociaux. Ça ne te dérange pas si j'enregistre notre conversation ?**
- Non non pas de soucis !
- **Super merci beaucoup ! Pour commencer peux-tu te présenter en quelques mots ?**
- Ok ben heu donc moi je m'appelle Augustin, j'ai 17 ans. Heu, je suis au jury central pour faire mon CESS, heu voilà. Je suis de Namur et heu j'ai fait pratiquement toutes mes années à Saint-Louis. Heu ben voilà je vais faire droit l'année prochaine.
- **Ok merci et en général à quoi aimes-tu passer ton temps libre ?**
- Heu en générale, j'aime passer mon temps libre quand j'ai techniquement du temps je fais des vidéos. Sinon, je fais du piano. Après j'ai peu de temps libre en fait avec le jury central.
- **D'accord et sur quels réseaux sociaux as-tu un compte ?**
- Je suis sur tout, mais heu *Facebook* maintenant je n'y suis plus du tout et heu c'est vrai que c'est plus du tout d'actualité maintenant non moi c'est principalement *Instagram*, puis *TikTok* et *Snapchat*.
- **D'accord et qu'as-tu l'habitude de poster sur tes réseaux ?**
- Heu sur ben *TikTok*, des vidéos *TikTok*. Sur *Snapchat*, ben heu là ce n'est rien de spécial c'est juste pour parler. Sinon, sur *Instagram*, j'aime bien mettre des photos forcément, j'aime bien sinon mettre des story et un peu partager mes temps libres, ce que je fais mais principalement des heu, des photos de paysage ou des choses comme ça que j'aime bien mettre.
- **D'accord ! Depuis quand as-tu un compte sur TikTok ?**
- Alors ce compte *TikTok* en fait j'en avais un sur *Musical.ly* que j'utilisais plus comme ça s'est terminé. Ensuite, durant le confinement, j'ai vu que *TikTok* était en train de prendre une ampleur vraiment énorme ! donc je me suis dit « ben pourquoi pas », je m'ennuyais donc vers heu avril je l'ai installé et d'abord je postais rien je regardais juste. Puis, c'est vraiment vers fin avril que j'ai commencé à poster et heu voilà c'est depuis avril que j'y suis vraiment !
- **Pourquoi as-tu décidé de créer un compte sur ce réseau ?**
- Ben honnêtement tout d'abord c'est forcément parce que j'en ai beaucoup entendu parler. Ça m'a motivé. Au début il y avait les premiers jugements hein, « Oh t'es sur *TikTok*... » des choses comme ça que j'entendais. Puis, je me suis dit « ben pourquoi pas » au final j'y suis allé, je me suis inscrit et au final heu quand j'ai vu qu'il y avait vraiment tout âge, tout style heu ce n'était pas quelque chose de gênant forcément. En plus c'est une plateforme de créativité et voilà moi c'est ce que j'aime faire, donc heu voilà ! De base c'était pour regarder et pour rire et puis quand j'ai adhéré à ce type de rire ben je me suis dit « j'y vais aussi ».
- **D'accord et quelle place prend TikTok dans ta vie de tous les jours ?**
- (rire) c'est vrai qu'elle prend une grand place !! Honnêtement, c'est vrai que j'ai deux pensé, j'ai mes cours et puis à côté de ça j'essaye le plus possible durant mes temps libres de faire des *TikToks* parce que il faut souvent poster pour que l'algorithme nous reconnaisse. En fait, d'un côté je m'amuse à en faire et de l'autre il y a aussi le côté où je m'oblige parce qu'il faut vraiment que j'en fasse et que je continue ! Quand je me dis qu'il faut que je prenne du temps pour ça, c'est vraiment compté dans ma journée pour en faire le plus possible. J'y pense et je me dis qu'il faut que j'en fasse, j'y pense tout le temps et dès que j'ai une idée, je la note.
- **Je vois et du coup tu utilises TikTok plus parce que toi tu aimes le côté créatif ou bien il y a d'autres raisons ?**

- Heu moi c'est vraiment, le fait que chacun s'exprime comme il veut. C'est vraiment libre et tout le monde parle de ce qu'il veut. D'ailleurs, on peut retrouver tous les thèmes possible et imaginable de vidéos. T'as autant de l'humour que de la tristesse. C'est ça que j'aime bien et alors aussi, j'ai bien regardé mais moi en poster au début j'aimais pas et puis ensuite j'ai eu des abonnés et maintenant j'aime bien ! Et puis moi personnellement je n'ai jamais eu de commentaires négatifs donc c'est motivant. Le fait de voir toujours du positif et d'être suivi c'est vrai que c'est encourageant !
- **C'est clair ! et comment penses-tu qu'en général les gens voient cette plateforme ?**
- Heu, je pense que les gens qui n'y sont pas heu, ils ont des préjugés, en disant, « oh sur *TikTok*, ... » et en particulier je pointe du doigt les médias parce que je trouve que les médias sont en train de vraiment pas bien décrire la plateforme. C'est toujours pointer du doigt le négatif sans forcément essayer de comprendre. Moi personnellement je suis pas du tout pour cette approche. Au final, je pense qu'il y a plusieurs catégories. Il y a ceux qui n'y sont pas et qui jugent la plateforme. Après moi je pense que les trois quarts de ces personnes aiment quand même le contenu et regarde discrètement des *TikToks*.
- **Oui je vois ! et selon toi, qu'est-ce qui fait que *TikTok* est autant appréciée ?**
- Déjà ça c'est certain, c'est l'expression, chacun parle de ce qu'il veut. Le son permet de s'exprimer. Je pense aussi que le fait que cette plateforme laisse de la place à une forme d'art plait aux gens également. Ils s'expriment de leur propre manière à travers les vidéos *TikTok*. On n'a pas toujours l'occasion en dehors de cette plateforme d'exprimer notre créativité et c'est vraiment une plateforme faite pour la créativité. C'est vraiment un univers à part qui permet de s'exprimer et c'est ce qui fait la particularité de la plateforme. Puis, aussi dès qu'on a un petit coup de blues, on va sur cette plateforme et c'est certain qu'on en ressort avec le sourire quoi !
- **Oui et justement comment tu te sens toi quand tu utilises *TikTok* ?**
- Ben moi heu, c'est que du positif fin j'y vais vraiment, si j'ouvre *TikTok*, c'est vraiment pour une recherche de rire et je la retrouve ! Ce qui est bien aussi sur *TikTok*, c'est que d'accord, il y a des choses drôles et des choses moins drôles mais si ce n'est pas drôle il suffit de swiper et aller à la vidéo suivante. On trouve nous-même ce qui nous plait et ce que j'aime bien aussi dans *TikTok* c'est l'algorithme. À un moment, ils comprennent ce qu'on aime comme vidéos et ils vont le retenir. L'algorithme fait que tu vas retomber sur des vidéos que tu aimes bien et qui te correspondent ! Moi je regarde principalement pour rire et puis quand je poste c'est pour m'exprimer et exprimer mes idées.
- **D'accord, et hum ben justement du coup tu as beaucoup d'humour dans ton feed mais qu'as-tu d'autre comme type de contenu ?**
- Heu moi c'est vrai que je suis quelqu'un de très censure et heu timide niveau émotion. Moi j'aime beaucoup l'humour.
- **D'accord et hormis poster du contenu comment interagis-tu avec la plateforme ? Est-ce qu'il t'arrive d'aimer, de commenter, de suivre des comptes voir de partager des vidéos ?**
- Heu oui en fait moi au début j'aimais les vidéos des gens qui n'avaient pas beaucoup de j'aime. Le problème c'est que j'ai vu que l'algorithme prenait en compte ces « j'aime » et me proposait du contenu comme ça donc j'ai arrêté. Sinon la plateforme devenait inutile pour moi avec du contenu que je n'aimais pas forcément du coup. Au final maintenant, je mets des j'aimes quand vraiment la vidéo m'a fait rire ! c'est mon critère, c'est obligé si la vidéo m'a fait rire je mets un j'aime. Sinon pour les commentaires c'est vraiment très rare que je mette un commentaire sauf si vraiment ça m'a fait rire quoi ! j'apprécie pas les débats sur des sujets fort comme l'homophobie et autres ! Dans ces cas-là c'est vraiment des puis à commentaires en fait, il y a des milliers de commentaires sur ce genre de vidéos et au final c'est ce genre de vidéo que je passe et je ne commente pas.
- **Ok et il t'arrive de partager ?**

- Heu je partage à des amis surtout quand c'est des vidéos qui me représentent et qui me font pensé à des actes ou des choses qui se sont passées avec des amis à moi. Je vais leur partager parce que ça nous représente et d'une certaine manière ça nous rapproche un peu quoi !
- **D'accord et hum du coup tu as parlé du confinement tout à l'heure et je ne sais pas du coup si tu as vu mais je suppose que oui. Pendant le confinement on a pu remarquer qu'il y a pleins de challenges qui ont été créés et partagés et plein de gens ont commencé à y participé. Que penses-tu de ce phénomène ?**
- Heu ça dépend des challenges. Si c'était des danses je trouvais ça sympa. L'idée c'était quelque chose qui se rapproche de petits défis. Du coup la plateforme était mixée avec du rire et avec une idée de compétition, tout le monde essayait de faire mieux les uns que les autres. Ces challenges sont intéressants parce qu'on essaie de démarquer un peu nous-mêmes. Après moi j'essaye que sur des sons connus je vais essayer d'être original.
- **Quels genres de vidéos selon toi sont les plus populaires sur la plateforme ?**
- Alors ça sans hésiter, c'est tout ce qui est négatif, tout ce qui est débat pour le moment ça fait fureur personnellement. Sinon, les vidéos qui tournent le plus c'est les personnes qui sont connues de base. Alors qu'elles peuvent être complètement nulles, si la personne est déjà connue elle aura plus de chances d'avoir des j'aimes alors qu'une autre personne mériterait autant de j'aime quoi !
- **D'accord et heu, on reproche souvent à Facebook et surtout à Instagram d'imposer une certaine pression sociale en termes de normes esthétiques via notamment l'utilisation de filtres, que penses-tu de cela ?**
- Je suis complètement d'accord ! mais du coup ça apporte le risque que les jeunes aujourd'hui intègre ça. Comme les filles assez jeunes qui pensent que dans la vraie vie il faut utiliser des filtres pour s'embellir et tout ça. Elles pensent que sans ça ben elles sont laides en fait. Ça je le reproche parce que ce n'est pas la vraie vision des choses.
- **Oui et tu trouves qu'il y a aussi cette pression sur TikTok ?**
- Non ! justement c'est ça que je trouve qui est bien c'est que on peut vraiment être soi-même et tout dire, on voit de tout mais par contre, sur TikTok, c'est l'opposé d'Instagram. Par exemple, Instagram on verra beaucoup plus de vidéos plus chocs et qui sont censurées sur TikTok. Après sur TikTok il est quand même possible de tomber sur des vidéos un peu osées et je ne trouve pas adéquates pour un public jeune. Je trouve que TikTok devrait censurer plus de choses. Genre les filles ou même des garçons qui dansent en culottes caleçon....
- **D'accord et si tu devais citer les valeurs diffusées à travers ce réseau, tu dirais quoi ?**
- Heu les valeurs, ... Ben tout d'abord le fait que tout le monde peut être apprécié avec leur propre humour. On n'est pas mis dans des cases comme Instagram où il faut être de tel type pour avoir plus d'abonnés... TikTok non, c'est vraiment plus aléatoire et tout le monde peut devenir populaire sur cette plateforme. Ensuite, le fait que ce soit comme une communauté en fait. On va tous se reconnaître l'un et l'autre et encore une fois c'est à cause de l'algorithme puisqu'il nous propose des choses qui nous ressemblent. Sinon, heu le fait que ce soit hyper cool, c'est original et ça laisse la liberté au niveau de la créativité.
- **Trouves-tu que les marques ont leur place sur ce réseau ?**
- Les marques ? heu, honnêtement, quand je m'y suis inscrite en mars avril, il n'y avait pas encore tout ce qui est marques, publicités et tout...C'est vrai que là ça devient un peu décevant. Je pense qu'il y a une part qui devient du business et je trouve ça dommage. Pour moi non, elles n'ont pas leur place, ce n'est pas de la créativité de faire de la publicité pour une marque et donc heu, ça peut influencer les plus jeunes et d'ailleurs, on sait bien que les marques elles veulent surtout vendre.
- **D'accord et qu'est-ce que tu imagines pour le futur de TikTok ?**
- Alors moi je pense personnellement que ce n'est qu'une mode. Je pense que TikTok ne va pas faire long feu. Je crois que dans un an ça se sera déjà estomper et heu je pense que oui c'était une mode qui est tomber au bon moment pendant le confinement. TikTok ça a vraiment eu

du succès surtout pendant le confinement. À mon avis après le covid, ça partira aussi vite que c'est arrivé.

- **Plus personnellement toi pour ton compte tu utilises un pseudonyme ?**
- Non moi j'utilise mon vrai nom et prénom.
- **Ok et tu penses que ça peut avoir un impact pour ce que l'utilisateur va poster le fait d'utiliser l'anonymat ?**
- Heu, pff oui ! oui parce que une personne peut très bien utiliser l'anonymat pour pouvoir critiquer ou quoi sans se faire retrouver. Sinon je ne pense pas parce que le but sur *TikTok* c'est d'avoir le plus de j'aime, d'abonnés etc. C'est devenu le défi et du coup je pense pas que ce soit intéressant pour l'utilisateur d'utiliser un anonymat. S'il veut être connu il utilisera son vrai nom et prénom quoi ! Le but c'est que la personne soit connue sous son vrai nom.
- **Oui je vois et toi personnellement quel sentiment ça te procure quand tu postes une vidéo et qu'elle buzz ?**
- Ben ça honnêtement quand j'ai beaucoup de j'aime et tout ça me procure moins de choses que quand elle n'en fait pas. En fait quand je n'ai pas beaucoup de j'aime sur mes vidéos ça m'énerve parce que parfois c'est du travail fin, du temps que j'ai pris pour l'imaginer et tout. Du coup quand ma vidéo ne fonctionne pas ben le deal c'est si je la laisse ou pas. Sinon, quand une vidéo perce je suis content.
- **D'accord et heu, justement tu m'as dit que tu avais eu une fois un commentaire plus négatif, mais en général quel est le genre de commentaire que tu reçois sur tes vidéos ?**
- Je reçois surtout des commentaires d'encouragement. Sinon il y a aussi des gens qui s'identifient dans les commentaires. Ils s'identifient entre amis parce que j'imagine que ça leur fait penser à un truc entre eux. J'ai aussi sinon des commentaires qui valorise à mort mes vidéos genre « oh meilleur vidéo d'aujourd'hui » ou heu « oh il faut avoir l'idée c'est super original... » Tu vois le genre de commentaires qui font démarquer ma vidéo.
- **Sinon t'as déjà eu des commentaires avec des conseils de contenu ?**
- Heu oui ! mais c'est souvent pour me demander une suite à mes vidéos ou pour demander à ce que je fasse plus de vidéos d'un certain type.
- **D'accord et la plupart du temps tu répondais ou tu le faisais ou comment ça se passait ?**
- Je ne réponds jamais aux commentaires et j'interagis jamais avec les gens sur *TikTok*. Je ne fais pas forcément ce qu'il me demande du coup quoi.
- **Ok et est-ce que de manière plus concrète ça a changé quelque chose dans ta vie ?**
- Heu oui clairement, j'ai rencontré quelqu'un par *TikTok*. J'ai eu une relation d'un an. Sinon ben le fait que j'ai eu pas mal d'abonnés, donc ça a changé du fait que ça m'a apporté une certaine confiance en moi. Ça fait toujours plaisir de voir que ce que l'on fait plaît aux gens quoi ! Pour ma part, *TikTok* a pris une grosse place dans ma vie et a bouleversé pas mal de choses.
- **D'accord et est-ce que par rapport à tout ce qu'on vient de dire tu souhaites ajouter quelque chose ?**
- Hum oui ! sur le fait qu'en général il y a un manque d'objectivité de la plateforme. Comme je l'ai dit les médias voient beaucoup le côté négatif de la plateforme. Sinon il y a des très jeunes qui sont sur la plateforme et ils finissent par faire des vidéos qui sont pas adéquates pour leur âge. Moi je me souviens j'avais vu une petite fille en soutif qui dansait comme les grandes et du coup je trouve pas ça normal du tout ! *TikTok* censure des vidéos mais pas toujours tout au bon moment quoi ! Sinon, *TikTok* bannit vraiment vite. Genre j'ai fait une vidéo avec des potes avec de l'alcool mais pour rire et ben la vidéo a été supprimé de mon compte et si je la remettais je risque de perdre mon compte quoi ! Sinon il y a aussi des groupes « pirates » qui sont anonymes et qui font des propagandes sur des sujets tabous et qui apportent de la négativité sur la plateforme
- **D'accord merci ! beaucoup d'avoir pris du temps pour moi. Bonne soirée à toi**
- Merci à toi aussi ! salut !