

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

Comment les publics minorisés (personnes racisées et LGBTQIA+) vivent-ils et interprètent-ils les mécanismes d'invisibilisation algorithmique sur un réseau social comme TikTok ?

Auteur : Chantal Ateba Mvogo
Promoteur(s) : Damien Renard

Année académique 2025 -2026
Master [120] en communication, à finalité spécialisée : communication
Stratégique des organisations.

Résumé du mémoire :

Ce mémoire s'intéresse à la manière dont les publics minorisés, en particulier les personnes racisées et LGBTQIA+, vivent et interprètent les mécanismes d'invisibilisation algorithmique sur TikTok. Il cherche à comprendre comment ces utilisateurs perçoivent leur visibilité sur la plateforme, comment ils interprètent le fonctionnement de l'algorithme et quelles stratégies ils mettent en place face à une éventuelle baisse de visibilité.

Pour répondre à cette problématique, une approche qualitative a été adoptée à travers 14 entretiens semi-directifs réalisés auprès de créateurs et de créatrices de contenu appartenant à différents publics minorisés. Les résultats montrent que la visibilité n'est pas perçue comme neutre. Plusieurs participants ont le sentiment que leur identité peut influencer la circulation de leurs contenus et décrivent une expérience marquée par l'incertitude et le sentiment d'inégalité. Face à l'opacité de l'algorithme, ils développent leurs propres interprétations de son fonctionnement et adaptent leurs pratiques, notamment par l'autocensure, la modification de leur contenu ou le contournement de certains mécanismes de la plateforme.

Cette recherche ne permet pas d'affirmer l'existence d'une discrimination algorithmique systématique, mais elle met en évidence une expérience vécue de visibilité inégale. Elle montre ainsi que l'invisibilisation algorithmique dépasse une simple question technique et peut avoir des conséquences importantes sur la manière dont les publics minorisés s'expriment, se représentent et trouvent leur place sur les réseaux sociaux.

Mots clés : TikTok ; invisibilisation algorithmique ; algorithmes ; visibilité numérique ; publics minorisés ; personnes racisées ; LGBTQIA+ ; discrimination algorithmique ; shadowban

Remerciements :

Je tiens tout d'abord à remercier sincèrement mon promoteur, Damien Renard, pour son accompagnement tout au long de la réalisation de ce mémoire. Dès le début, il a encouragé mon sujet et m'a permis de croire en la pertinence de cette recherche. Je lui suis particulièrement reconnaissante pour ses précieux conseils, sa disponibilité, ses remarques constructives et la confiance qu'il m'a accordée tout au long de ce travail.

Je souhaite également remercier mes parents, qui m'encouragent et me soutiennent dans tout ce que j'entreprends. Leur présence, leur confiance et leurs encouragements ont été une véritable source de motivation, aussi bien dans les moments de doute que dans ceux où j'ai pu être fière du chemin parcouru. Ce mémoire est aussi, d'une certaine manière, le reflet de leur soutien et de tout ce qu'ils m'ont transmis.

Enfin, je tiens à remercier mes frères et sœurs, qui se sont véritablement impliqués dans la réalisation de ce mémoire. Ils ont pris le temps de le lire à plusieurs reprises, de me faire part de leurs remarques, de leurs commentaires et de leurs suggestions, toujours dans le but de m'aider à l'améliorer. Leur regard extérieur m'a été précieux et m'a permis de prendre du recul sur mon travail. Au-delà de leur aide dans la réalisation de ce mémoire, ils ont chacun, à leur manière, contribué à faire de moi la personne que je suis aujourd'hui. Je leur en suis profondément reconnaissante.

Pour finir, je n'oublie pas mes amis. Je leur suis particulièrement reconnaissante pour leur écoute, leur patience et les nombreux échanges qui m'ont permis de prendre du recul lorsque j'en avais besoin. Leur soutien, qu'il soit moral ou simplement à travers de petites attentions du quotidien, a contribué à rendre cette expérience plus agréable et m'a aidée à aller jusqu'au bout de ce projet.

Table des matières

1. Introduction	6
2. Problématique	7
3. Importance et enjeux	8
4. Objectifs et question de recherche	8
5. Etat de l'art	10
1. Visibilité et invisibilité en ligne	10
a) La visibilité comme enjeu de pouvoir	10
b) Le shadowban : être là sans être vu	11
c) Racialisation et invisibilité : les angles morts de TikTok ...	12
d) Genre et invisibilité : les femmes dans l'économie des plateformes ...	13
2. L'algorithme comme outil de tri social	14
a) Comprendre les algorithmes : entre boîte noire et interprétation ...	14
b) La modération algorithmique comme contrôle des corps et des sexualités ...	15
c) Les théories populaires sur l'algorithme	16
3. TikTok et publics minorisés	17
a) TikTok comme espace ambivalent	17
b) La communauté LGBTQIA+ sur TikTok	17
c) Le gaslighting algorithmique	18
d) La modération des contenus sensibles : le cas de l'automutilation sur TikTok ...	19
4. Résister et contourner l'algorithme	20
a) L'algospeak : inventer un nouveau langage	20
b) La contestation du shadowban : entre visibilité et résistance ...	21
c) La domestication de l'algorithme : apprendre à vivre avec ...	22
6. Méthode de collecte de données	24
7. Méthode d'analyse des données	26
8. Guide d'entretien	27
9. Etude qualitative	29
10. Participants	31
11. La méthode de traces numériques	35

12. Résultats	37
1. L'expérience vécue de l'invisibilisation	38
a) La perception d'une visibilité réduite liée à l'identité ...	38
b) Le harcèlement comme levier paradoxal de visibilité ...	40
2. La compréhension et l'interprétation de l'algorithme ...	46
a) L'algorithme perçu comme miroir de la société	46
b) La logique de l'engagement avant tout	47
c) Un algorithme perçu comme opaque et injuste	48
3. Les stratégies d'adaptation et leurs limites	49
a) L'auto-censure et le contournement	49
b) La pression à la conformité	50
c) Résister, persévérer, choisir sa visibilité	53
13. Discussion et conclusion	55
14. Limites des résultats	64
15. Pistes pour de futures recherches	67
16. Bibliographie	71
17. Les interviews	74
18. Déclaration sur l'honneur	180

1. Introduction

Imaginez, vous publiez une vidéo, vous l'avez soignée pour qu'elle ait la meilleure qualité possible, vous avez choisi une musique tendance et vous avez sélectionné les meilleurs hashtags. Et puis... plus rien. La vidéo ne génère que quelques vues et peu de partages. Vous recommencez, encore et encore, sans vraiment comprendre pourquoi certaines publications passent inaperçues tandis que d'autres explosent. Vous êtes dans l'incompréhension totale, vous vous sentez perdus et démunis. Maintenant, imaginez que ça arrive à chaque fois que vous parlez de qui vous êtes, de votre corps, de votre communauté. Mais pourquoi ? Qu'est-ce qui décide, dans les coulisses de la plateforme, de ce qui mérite d'être vu ? Bienvenue dans l'univers de la visibilité algorithmique, où la circulation des contenus dépend de mécanismes difficiles à comprendre pour les utilisateurs, là où la visibilité devient un privilège, qui semble distribué de manière bien moins aléatoire qu'il n'y paraît.

Les réseaux sociaux ont totalement changé la façon dont on partage, on s'exprime et on existe en ligne. TikTok se distingue notamment par son système de recommandation fondé sur le fil « Pour toi », qui permet à des contenus d'être proposés au-delà du cercle des abonnés du créateur. Le nombre d'abonnés n'étant pas considéré comme un facteur direct du système de recommandation, la visibilité d'une vidéo repose notamment sur les interactions des utilisateurs et sur les caractéristiques du contenu (TikTok, 2020). Pourtant, cette fameuse possibilité d'accéder à une large visibilité mérite d'être interrogée.

C'est justement cette zone d'ombre qui est au cœur de ce mémoire. Depuis plusieurs années, des créateurs et créatrices appartenant à des communautés racisées ou LGBTQIA+ témoignent d'expériences qu'ils vivent quotidiennement lorsque leurs contenus deviennent soudainement moins visibles, moins recommandés, comme étouffés, sans qu'aucune notification ne vienne expliquer pourquoi. Cette situation crée une forme d'incertitude permanente. Lorsqu'un contenu fonctionne moins bien qu'un autre, les utilisateurs ne peuvent pas toujours déterminer si cela est lié au contenu lui-même, aux attentes du public ou au fonctionnement de la plateforme. Face à cette opacité, certains créateurs développent des théories personnelles sur le fonctionnement des algorithmes et adaptent leurs pratiques afin d'augmenter leurs chances d'être visibles (Karizat et al., 2021).

Ces expériences sont souvent regroupées sous le terme d'« invisibilisation algorithmique ». Dans ce mémoire, cette notion désigne principalement le sentiment exprimé par certains utilisateurs de voir leur visibilité limitée par les mécanismes de recommandation des plateformes. Elle ne suppose pas nécessairement l'existence d'une intention discriminatoire de la part des plateformes, mais cherche plutôt à comprendre comment les individus interprètent leur rapport à des systèmes qu'ils ne peuvent pas observer directement. Ce qui rend la situation d'autant plus complexe, c'est que les algorithmes sont souvent perçus comme neutres, objectifs, purement techniques. Pourtant, ils sont conçus par des humains, à partir de données et de critères de sélection qui s'inscrivent dans des contextes sociaux particuliers. Les algorithmes ne fonctionnent donc pas indépendamment des normes, des choix économiques et des rapports de pouvoir qui influencent leur conception (Andersen, 2020). Lorsque certaines communautés rapportent de manière répétée des expériences similaires d'invisibilité ou de limitation de leur portée, la question des biais potentiels dans les systèmes algorithmiques devient alors un objet d'interrogation important (Duffy & Meisner, 2023 ; Yin & Abdullah, 2024).

C'est précisément dans cet espace d'incertitude que se situe ce mémoire. L'objectif n'est pas de déterminer directement si TikTok applique une discrimination algorithmique envers certains groupes, mais d'analyser comment les personnes concernées vivent, comprennent et négocient leur rapport à la visibilité sur la plateforme.

2. Problématique

La littérature récente s'intéresse de plus en plus à la manière dont les systèmes de recommandation peuvent affecter différemment certains groupes sociaux. Plusieurs recherches rapportent notamment des expériences de visibilité réduite ou d'invisibilisation vécues par des créateurs et créatrices appartenant à des publics minorisés. Néanmoins, elles se sont moins intéressées à la façon dont les personnes directement concernées vivent et interprètent cela quotidiennement. Savoir qu'un algorithme peut censurer certains contenus est une chose, mais comprendre ce que ça fait aux personnes qui en sont victimes, comment elles le perçoivent et comment elles y répondent, c'est autre chose. C'est dans cette perspective que ma problématique nous est venue tout naturellement : **comment les publics**

minorisés (personnes racisées et LGBTQIA+) vivent-ils et interprètent-ils les mécanismes d'invisibilisation algorithmique sur un réseau social comme Tiktok ?

3. Importance et enjeux

Cette recherche s'inscrit dans un contexte dans lequel les plateformes numériques occupent une place de plus en plus importante dans nos vies. Tiktok n'est plus seulement un réseau de divertissement. Il s'agit également d'un espace où des communautés se forment, des identités s'expriment et des voix tentent de se faire entendre. Ainsi, comprendre comment certaines de ces voix sont invisibilisées et comprendre comment les personnes concernées le vivent, va permettre une compréhension plus large sur les inégalités à l'ère numérique.

Sur le plan scientifique, les investigations sur les biais algorithmiques se sont surtout construites à partir de données quantitatives. Ce mémoire permet d'adopter une analyse centrée sur les expériences vécues. Donner la parole aux personnes racisées et LGBTQIA+ permet de saisir des réalités qui vont au-delà des chiffres.

Les enjeux sont tout aussi importants sur le plan social. En effet, si Tiktok renforce la visibilité pour des groupes historiquement discriminés, les mécanismes qui limitent cette visibilité ne sont pas neutres. Ils peuvent impacter l'expression, renforcer l'auto-censure et reproduire des dynamiques d'exclusion. Mettre ces mécanismes en lumière va contribuer à les rendre contestables.

4. Objectifs et question de recherche

Ce mémoire poursuit 3 objectifs principaux :

Le premier objectif est de comprendre comment les personnes racisées et LGBTQIA+ perçoivent et interprètent les mécanismes d'invisibilisation algorithmique sur Tiktok.

Le deuxième objectif a pour visée d'explorer les stratégies que ces personnes vont mettre en place pour y faire face. Parce que face à un algorithme qu'on ne maîtrise pas vraiment, les personnes ne vont pas forcément rester les bras croisés. Elles vont s'adapter, tenter de contourner ou inventer divers moyens pour continuer à exister sur la plateforme. Le troisième

objectif est de voir dans quelle mesure ces expériences vont varier selon les profils. Le but étant de savoir si les personnes racisées et les personnes LGBTQIA+ vivent ces mécanismes de la même façon, mais également de savoir si le fait d'être à la fois une personne racisée et LGBTQIA+ peut aggraver le sentiment d'invisibilisation. Au fond, l'idée est simplement de partir des gens, de ce qu'ils font et de ce qu'ils ressentent plutôt que de simplement s'appuyer sur les données techniques. Parce que derrière chaque algorithme, il y a de réelles personnes qui en subissent les conséquences. Leurs expériences méritent d'être entendues.

Il est important de mentionner que l'intelligence artificielle Claude a été utilisée à différentes étapes de ce mémoire pour la reformulation de certaines phrases. J'ai également eu recours à l'IA « turboscribe » pour retranscrire mes entretiens.

5. Etat de l'art

Chaque jour, des millions de personnes publient des vidéos, partagent des témoignages dans lesquels ils parlent ouvertement de leur identité sur TikTok. Pour certains, la plateforme est devenue un espace de visibilité inédit, un endroit où les communautés longtemps marginalisées peuvent enfin se voir, se reconnaître, exister aux yeux des autres.

Malheureusement, l'expérience n'est pas aussi belle pour tout le monde, car beaucoup d'entre eux voient leurs contenus disparaître des fils d'actualité sans explication. Ce que cet état de l'art cherche à montrer, c'est que les expériences d'invisibilisation rapportées par certains créateurs ne peuvent pas être comprises uniquement comme des phénomènes techniques isolés. Elles s'inscrivent dans des logiques sociales, économiques et politiques plus larges qui influencent la manière dont la visibilité est produite et distribuée en ligne. Comprendre comment les publics minorisés vivent et interprètent cette invisibilisation, c'est donc interroger à la fois la technique et le social, le visible et l'invisible, le pouvoir et la résistance.

Cette revue de la littérature va s'articuler autour de 4 axes. Nous commencerons par explorer les notions de visibilité et d'invisibilité en ligne, en montrant qu'elles ne sont jamais neutres et qu'elles ont de vraies conséquences sur les individus. Nous verrons ensuite comment l'algorithme fonctionne comme un véritable outil de tri social, reproduisant et parfois amplifiant des inégalités préexistantes. Nous nous pencherons spécifiquement sur TikTok et sur l'expérience des publics minorisés sur cette plateforme. Enfin, nous aborderons les formes de résistance et les stratégies de contournement que ces publics développent face à l'algorithme.

1. Visibilité et invisibilité en ligne

a) La visibilité comme enjeu de pouvoir

Parler de visibilité sur les réseaux sociaux, ce n'est pas seulement parler de combien de personnes voient un contenu. C'est parler de reconnaissance, d'existence sociale, de pouvoir. Être visible en ligne, c'est exister aux yeux des autres, pouvoir dire « je suis là », faire entendre

sa voix dans un espace public numérique de plus en plus central dans nos vies. À l'inverse, être invisibilisé, c'est être réduit au silence sans même en être informé.

Cette dimension politique de la visibilité est au cœur du travail de Brooke Erin Duffy (2017), qui analyse dans son ouvrage *(Not) Getting Paid to Do What You Love* la manière dont le travail des créateurs de contenu sur les réseaux sociaux est structurellement inégal. Duffy montre que l'aspiration à vivre de sa passion sur les plateformes numériques est présentée comme accessible à tous, mais que dans la pratique, certains profils en particulier les femmes et les personnes issues de milieux populaires font face à des obstacles invisibles. La promesse de la visibilité cache en réalité des mécanismes de reproduction des inégalités. En effet, le numérique n'efface pas les hiérarchies sociales, car il les rejoue et parfois, il les amplifie.

Ce constat est approfondi par Duffy et Meisner (2023), qui s'intéressent spécifiquement aux expériences des créateurs de contenu en situation de marginalité algorithmique. Dans leur étude, ils montrent que la visibilité sur les plateformes n'est pas simplement le résultat de la qualité du contenu ou de l'effort fourni, mais qu'elle dépend largement de décisions algorithmiques que les créateurs ne maîtrisent pas et dont ils ignorent souvent les logiques. Ils parlent d' « *(in)visibility algorithmique* » pour désigner cette expérience contradictoire. Tu peux être présent sur la plateforme, publier régulièrement, t'investir et pourtant tu peux voir tes contenus disparaître des écrans, comme si la plateforme avait décidé, silencieusement, que tu n'avais pas ta place dans l'espace visible.

Ce que Duffy et Meisner (2023) soulignent, c'est que cette invisibilisation n'est pas vécue comme une simple déception technique. Elle provoque un sentiment d'exclusion, une remise en question de soi et un sentiment d'injustice. Les créateurs marginalisés développent ce qui est appelé une « conscience algorithmique », une hyper-attention aux signaux de la plateforme, une forme d'anxiété permanente autour de la question : « Suis-je encore visible ? »

b) Le shadowban : être là sans être vu

Dans le vocabulaire courant des utilisateurs de réseaux sociaux, le terme « shadowban » désigne le fait que le compte n'est pas supprimé, les contenus ne sont pas retirés, mais ils ne sont tout simplement plus montrés. L'utilisateur continue à publier dans le vide, sans être informé de tout

ça. C'est une forme de censure douce, presque invisible qui est difficile à vivre, car elle est impossible à prouver.

Carolina Are (2022) a exploré cette réalité de l'intérieur, dans une autoethnographie sur son expérience de danseuse de pole dance sur Instagram. Elle décrit comment ses contenus ont progressivement été invisibilisé par la plateforme, pas parce qu'ils enfreignaient des règles explicites, mais parce qu'ils étaient associés à des catégories jugées sensibles comme la nudité ou encore la danse érotique.

Are introduit le concept de « *shadowban cycle* » pour décrire ce processus qui est répétitif et épuisant, car les utilisateurs vont tenter de comprendre les règles, adapter leurs contenus, voir la portée remonter, puis rechuter à nouveau sans explication claire. Elle montre comment le shadowban vise à avoir un certain contrôle des corps féminins et des sexualités qui sortent de l'ordinaire sur les plateformes. Les contenus qui montrent des corps qui s'éloignent de la norme, qu'il s'agisse de corps dénudés, de corps racisés ou de corps queer, font l'objet d'une surveillance algorithmique qui est hyper rigoureuse, qui reproduit et renforce des normes sociales conservatrices. La plateforme, en prétendant simplement "protéger les utilisateurs", invisibilise en réalité certaines formes d'expression qui sont jugées dérangeantes.

Stegeman, Are et Poell (2024) prolongent cette réflexion avec le concept de « *strategic invisibility* ». L'idée est que sur TikTok, être trop visible peut rapidement devenir un problème. Pour les communautés marginalisées, une trop grande exposition peut attirer la haine, la surveillance, ou déclencher une modération algorithmique. Certains créateurs font donc le choix de se rendre moins visibles volontairement, en utilisant des hashtags vagues, en publiant à des heures où peu de gens regardent, ou en évitant certains mots-clés sensibles. Ce que cette stratégie révèle, c'est que la visibilité n'est pas toujours un objectif recherché par les utilisateurs. Parfois, disparaître un peu, c'est aussi une façon de se protéger, car pour les communautés marginalisées, être trop visible peut signifier être exposé à la violence.

c) **Racialisation et invisibilité : les angles morts de TikTok**

La question de la racialisation de la visibilité est particulièrement documentée dans l'étude de Taylor et Abidin (2024), qui s'intéressent à la place des femmes noires sur TikTok. Leur recherche autour du hashtag *#BlackGirlTikTok* montre une réalité paradoxale. D'un côté,

TikTok est présenté comme un espace démocratique où chacun peut trouver sa communauté et de l'autre côté, les femmes noires sont victimes d'une invisibilité récurrente, tant dans les systèmes de recommandation que dans les mécanismes de valorisation des contenus (duos, trending sounds, mise en avant par la plateforme).

Taylor et Abidin montrent que l'hashtag #BlackGirlTikTok fonctionne à la fois comme un espace de résistance communautaire, un endroit où les femmes noires se retrouvent, se soutiennent et créent entre elles. Si elles doivent créer leur propre espace de visibilité, c'est précisément parce que l'espace général de la plateforme ne les accueille pas de la même manière que les autres utilisateurs.

Williams, Chen, DeVito et To (2025) approfondissent cette analyse en s'intéressant aux créatrices de contenu noires et à leur relation avec ce qu'ils appellent les « *monolithes algorithmiques* ». Ça désigne la tendance des algorithmes de plateformes à catégoriser les créatrices noires de manière réductrice en les confinant à des cases bien précises (cheveux, cuisine, danse) et à les rendre invisibles dès qu'elles s'éloignent de ces cases. Ce monolithisme algorithmique reproduit une forme de racisme structurel car il réduit des personnes complexes à des stéréotypes et punit leur diversité par l'invisibilisation.

Ces deux études convergent pour montrer que l'invisibilisation algorithmique n'est pas un phénomène aléatoire. Elle s'applique de manière disproportionnée aux personnes racisées, et plus particulièrement aux femmes racisées, dont les corps et les expressions sont systématiquement jugés moins conformes aux normes de la plateforme.

d) Genre et invisibilité : les femmes dans l'économie des plateformes

La question du genre revient aussi souvent dans les recherches sur la visibilité en ligne. Yin et Abdullah (2024) se sont notamment penchés sur les biais de genre dans les contenus diffusés sur TikTok. Ils montrent que l'algorithme aurait tendance à favoriser les vidéos qui collent aux stéréotypes traditionnels de féminité et de masculinité, et à moins mettre en avant celles qui les remettent en cause.

Cette observation rejoint les travaux de Duffy (2017), qui montre comment le travail créatif des femmes sur les plateformes est systématiquement sous-évalué et moins bien rémunéré que celui des hommes, même lorsque les contenus sont de qualité comparable. L'économie des

plateformes reproduit des inégalités de genre qui sont déjà bien connues dans d'autres sphères du marché du travail, mais sous une forme invisible. Les algorithmes ne discriminent pas ouvertement, ils se contentent de promouvoir certains contenus plutôt que d'autres, selon des critères dont les femmes créatrices ne sont jamais tout à fait informées.

2. L'algorithme comme outil de tri social

a) Comprendre les algorithmes : entre boîte noire et interprétation

Pour comprendre comment les algorithmes invisibilisent certains publics, il faut d'abord comprendre ce qu'est un algorithme et comment il agit sur les personnes qui l'utilisent sans vraiment le connaître. Cette question est au cœur du travail d'Andersen (2020), qui propose une approche interprétative des algorithmes c'est-à-dire une réflexion sur la manière dont les individus interprètent et donnent du sens aux algorithmes qui structurent leur vie numérique.

Andersen part d'un constat simple qui est le fait que les algorithmes sont opaques. Les utilisateurs ordinaires n'ont pas accès à leur code, ne connaissent pas leurs paramètres, ne comprennent pas leurs logiques de fonctionnement. Et pourtant, ils doivent vivre avec leurs conséquences. Face à cette opacité, les utilisateurs développent des *théories profanes*, ce sont des explications intuitives, parfois erronées, parfois partiellement justes qui vont permettre de donner du sens à ce qui leur arrive. Andersen propose de traiter ces théories comme des objets d'étude à part entière, comme des formes de connaissance situées qui méritent d'être prises au sérieux.

Cette approche est précieuse pour notre sujet, car elle permet de comprendre comment les publics minorisés interprètent leur propre invisibilisation. Quand une créatrice noire constate que ses vidéos atteignent moins de personnes que celles de ses pairs blancs, elle construit une explication. Elle se dit que l'algorithme la pénalise parce qu'elle est noire, parce qu'elle utilise certains hashtags ou parce qu'elle parle de certains sujets. Cette explication n'est peut-être pas techniquement exacte dans tous ses détails, mais elle est le reflet d'une expérience réelle d'inégalité.

Si les algorithmes peuvent invisibiliser certains groupes, c'est en grande partie parce qu'ils sont construits sur des données biaisées. L'étude d'Obermeyer, Powers, Vogeli et Mullainathan (2019), publiée dans la revue *Science*, même si elle porte sur un algorithme de gestion de la

santé et non sur les réseaux sociaux montrent qu'un algorithme largement utilisé dans le système de santé américain a introduit un biais racial significatif, en sous-estimant systématiquement les besoins des patients noirs par rapport aux patients blancs.

Ce que cette étude illustre, c'est que les biais algorithmiques ne sont pas le résultat d'intentions malveillantes de la part des concepteurs. Ils émergent de données d'entraînement qui reflètent des inégalités historiques. Si les données sur lesquelles un algorithme est entraîné surreprésentent certains groupes et en sous-représentent d'autres, l'algorithme va reproduire et parfois amplifier ces déséquilibres. Dans le contexte des réseaux sociaux, cette réflexion invite à questionner la manière dont certaines normes dominantes peuvent influencer les critères de visibilité des plateformes. Si les systèmes de recommandation reposent sur des données, des indicateurs de performance ou des catégories qui reflètent des déséquilibres sociaux existants, ils peuvent contribuer à favoriser certaines représentations au détriment d'autres.

Bishop (2021) prolonge cette réflexion en s'intéressant aux outils de gestion des influenceurs et à la notion de *brand safety* c'est à dire la sécurité de marque. Elle montre comment les plateformes et les agences de publicité ont développé des systèmes automatisés pour identifier et éviter les contenus jugés « risqués » pour les annonceurs. Or, ces systèmes de filtrage tendent à classer comme risqués des contenus qui traitent de sujets politiquement sensibles, de sexualité non normative, de race et de discrimination. Concrètement, cette logique peut conduire certains contenus abordant des sujets considérés comme sensibles (le racisme, les droits LGBTQIA+ ou le féminisme) à être davantage surveillés, limités ou considérés comme risqués dans certains environnements publicitaires. La *brand safety*, au nom de la protection des intérêts commerciaux, fonctionne comme un mécanisme de censure des discours militants et des identités marginalisées.

b) La modération algorithmique comme contrôle des corps et des sexualités

La question de la modération algorithmique est centrale pour comprendre l'invisibilisation des publics minorisés. Grison (2024), dans sa thèse de doctorat soutenue à l'Université Sorbonne Paris Nord, propose une analyse fouillée de la modération des réseaux sociaux numériques au prisme des sexualités. Son travail montre que les algorithmes de modération ne sont pas des

outils neutres de gestion des contenus. Ils sont le reflet de normes sociales et morales particulières, souvent conservatrices, qui définissent ce qui est acceptable et ce qui ne l'est pas.

Grisson analyse en détail comment les représentations des corps et des sexualités non normatives comme les corps queer, les corps trans, les corps racisés et les sexualités marginalisées, font l'objet d'une surveillance algorithmique accrue. Elle montre que les critères de modération sont souvent flous, appliqués de manière incohérente, et peuvent avoir des effets disproportionnés sur les contenus produits par des personnes déjà marginalisées. Ce faisant, la modération algorithmique ne se contente pas de supprimer des contenus problématiques, elle contribue à définir quelles identités, quels corps, quelles expressions sont légitimes dans l'espace numérique.

Ce travail s'inscrit dans une critique qui considère les plateformes numériques non pas comme des espaces neutres mais comme des infrastructures politiques, des espaces où des rapports de pouvoir s'exercent et se reproduisent. La modération n'est pas une simple technique puisqu'il s'agit d'un acte politique qui entraîne des conséquences réelles sur les individus et les communautés.

c) Les théories populaires sur l'algorithme

Face à l'opacité des algorithmes, les utilisateurs ne restent pas passifs. Ils développent des théories, partagent des stratégies et expérimentent. Karizat, Delmonaco, Eslami et Andalibi (2021) s'intéressent à ce phénomène dans le contexte de TikTok, en montrant comment les utilisateurs co-produisent des connaissances sur l'algorithme à travers leurs pratiques et leurs échanges.

Leur recherche introduit le concept de « *algorithmic folk theories* », ce sont les théories populaires sur l'algorithme. Ces théories sont des explications informelles, construites à partir de l'expérience, de l'observation et des échanges entre utilisateurs, sur le fonctionnement de l'algorithme. Elles peuvent prendre la forme d'hypothèses sur les paramètres pris en compte (le taux d'engagement, la durée de visionnage, les mots-clés), sur les comportements à éviter (poster trop souvent, utiliser des hashtags bannis), ou sur les logiques de discrimination (l'algorithme défavorise les contenus sur la race, sur la politique, sur la sexualité non normative). Ce qui est fascinant dans cette approche, c'est qu'elle montre comment la production de connaissances sur les algorithmes est elle-même un processus social et collectif. Les utilisateurs ne sont pas simplement les victimes passives d'un système opaque, ils s'en

emparent, l'analysent, tentent de le comprendre et de le contourner. Et ces théories populaires, même lorsqu'elles sont partiellement erronées, ont des effets réels sur les pratiques et les identités.

Karizat et al. montrent également que les théories folk sur l'algorithme sont profondément liées aux identités des utilisateurs. Les personnes racisées et LGBTQIA+ développent des théories spécifiques sur la manière dont l'algorithme les traite différemment, et ces théories sont souvent confirmées par leurs expériences. Cette dimension identitaire permet de comprendre comment les publics minorisés interprètent l'algorithme et comprendre comment ils construisent leur rapport à la plateforme et à leur propre visibilité.

3. TikTok et publics minorisés

a) TikTok comme espace ambivalent

TikTok occupe une place particulière dans le paysage des réseaux sociaux. Sa logique de recommandation, fondée sur le *For You Page* (FYP), met en avant une démocratisation de la visibilité qui contrairement à d'autres plateformes où la portée dépend du nombre d'abonnés, TikTok quant à lui, peut propulser n'importe quelle vidéo vers des millions de personnes si l'algorithme la juge pertinente. Cette promesse a séduit de nombreuses communautés marginalisées, qui y ont vu une opportunité de se faire entendre sans passer par les filtres des médias traditionnels.

Mais cette promesse se heurte à des réalités plus complexes. Simpson et Semaan (2021), dans une étude sur les expériences des utilisateurs LGBTQIA+ sur TikTok, montrent que la plateforme est vécue de manière profondément ambivalente. D'un côté, le FYP peut ouvrir des espaces de découverte, de rencontre, de communauté pour des personnes isolées géographiquement ou socialement comme par exemple, une adolescente queer dans une ville conservatrice qui trouve soudainement une communauté ou encore des personnes trans qui découvrent des témoignages similaires aux leurs. De l'autre, les mêmes utilisateurs font l'expérience de la censure, du shadowban, de la dépromotion de leurs contenus dès qu'ils touchent à des sujets liés à leur identité.

Cette ambivalence est fondamentale car elle met en lumière le fait que TikTok n'est ni un espace de libération ni un espace de répression. C'est un espace contradictoire, traversé par des tensions entre la logique commerciale de la plateforme (attirer des annonceurs, éviter les controverses) et les usages créatifs et militants de ses utilisateurs.

b) La communauté LGBTQIA+ sur TikTok

La littérature sur les expériences LGBTQIA+ sur TikTok est particulièrement riche et nuancée. Myles, Duguay et Flores Echaiz (2023) proposent une cartographie des implications sociales des algorithmes de plateformes pour les communautés LGBTQ+. Leur travail de synthèse montre que les effets des algorithmes sur ces communautés sont multiples et parfois contradictoires.

D'un côté, les algorithmes peuvent favoriser la formation de communautés en regroupant des personnes autour de centres d'intérêt communs. Pour des personnes LGBTQIA+ isolées, ce rôle est précieux. Cela leur permet de trouver des pairs, des modèles, des ressources, ce qui peut avoir un impact direct sur leur bien-être et leur identité. De l'autre côté, ces mêmes algorithmes peuvent aussi enfermer les utilisateurs dans des bulles homogènes, réduire la visibilité de certains types de contenus LGBTQIA+ (notamment les contenus explicitement politiques ou liés à la sexualité), et exposer des personnes à du contenu haineux ou à de la surveillance.

Simpson, Hamann et Semaan (2022) approfondissent cette analyse en s'intéressant à la manière dont les utilisateurs LGBTQIA+ *domestiquent* l'algorithme de TikTok c'est-à-dire comment ils l'appriivoisent, l'intègrent dans leurs pratiques quotidiennes et l'adaptent à leurs besoins. Les auteurs montrent que les utilisateurs développent des stratégies pour « éduquer » l'algorithme. Ils likent, sauvegardent, commentent des contenus qui correspondent à leur identité pour signaler leurs préférences, utilisent des hashtags communautaires spécifiques, s'abonnent à des créateurs qui leur ressemblent. Cette domestication de l'algorithme est à la fois un acte de résistance et un acte d'adaptation. Les utilisateurs LGBTQIA+ ne subissent pas passivement l'algorithme. En effet, ils apprennent à vivre avec lui, à le négocier et à l'utiliser malgré ses contraintes. Mais cette domestication a un coût car elle demande du temps, de l'énergie et une attention constante aux signaux de la plateforme.

c) **Le gaslighting algorithmique**

L'une des dimensions les plus troublantes de l'expérience des publics minorisés sur TikTok est ce que Cotter (2021) appelle le « *black box gaslighting* » qui signifie le gaslighting de la boîte noire. Le terme de gaslighting, emprunté à la psychologie, désigne une forme de manipulation qui consiste à amener quelqu'un à douter de sa propre perception de la réalité. Dans le contexte des algorithmes, Cotter montre comment les plateformes contestent l'existence d'un mécanisme officiellement reconnu comme du shadowban, alors même que certains utilisateurs rapportent des expériences de baisse de visibilité difficiles à expliquer.

Ce déni institutionnel a des effets psychologiques importants sur les utilisateurs. Quand une créatrice noire constate que ses vidéos n'atteignent plus personne et que la plateforme lui répond que le shadowban n'existe pas, elle se retrouve dans une situation de contradiction interne car son expérience lui dit une chose mais le discours officiel lui dit le contraire. Ce gaslighting algorithmique n'est pas seulement une question de communication de crise de la part des plateformes. Il s'agit d'un mécanisme de pouvoir qui prive les utilisateurs de la capacité à nommer et donc à résister à ce qui leur arrive.

Cotter propose le concept de « *credible critique* » pour désigner la capacité des utilisateurs à produire une analyse légitime des algorithmes. Elle montre que cette capacité est inégalement distribuée puisque les utilisateurs bien dotés en capital social et en compétences numériques peuvent produire des analyses détaillées de leur expérience algorithmique, les documenter et les diffuser. Mais pour beaucoup d'utilisateurs marginalisés, la capacité à nommer et à contester l'invisibilisation algorithmique reste limitée, précisément parce que le discours officiel des plateformes nie la légitimité de leur expérience.

d) **La modération des contenus sensibles : le cas de l'automutilation sur TikTok**

La question de la modération des contenus sensibles prend une dimension particulière dans le cas de communautés vulnérables. Lookingbill et Le (2024) s'intéressent à la manière dont TikTok modère les contenus liés à l'automutilation non suicidaire (NSSI), et à la façon dont les utilisateurs concernés contournent ces restrictions.

Leur étude montre que la modération algorithmique dans ce domaine est particulièrement opaque et incohérente. Des contenus de prévention et de soutien sont parfois supprimés au même titre que des contenus qui pourraient être dangereux, parce que l'algorithme ne fait pas

la distinction entre l'évocation d'un sujet et sa promotion. Cette sur-modération a des effets paradoxaux. En effet, elle prive des personnes en souffrance de ressources et de communautés de soutien, tout en forçant les utilisateurs à développer des langages de contournement qui rendent les contenus encore moins accessibles aux personnes qui auraient besoin d'aide.

Bien que ce travail porte sur une communauté spécifique, ses conclusions éclairent un phénomène plus général. Il met en lumière le fait que la modération algorithmique tend à invisibiliser non seulement les contenus explicitement problématiques, mais aussi les espaces de parole et de soutien pour des communautés vulnérables. Les personnes qui parlent de leur santé mentale, de leur sexualité, de leur identité de genre, de leur expérience du racisme sont exposées à une forme de censure algorithmique qui les prive de la possibilité de se retrouver et de s'entraider.

4. Résister et contourner l'algorithme

a) L'algospeak : inventer un nouveau langage

Face à la modération algorithmique, les utilisateurs ont développé des stratégies linguistiques ingénieuses pour contourner les filtres. Le phénomène de *l'algospeak* est un néologisme qui combine « algorithm » et « speak ». Il désigne l'ensemble des transformations linguistiques que les utilisateurs opèrent pour échapper à la détection algorithmique tout en continuant à communiquer sur des sujets sensibles.

Steen, Yurechko et Klug (2023) ont étudié en détail ce phénomène sur TikTok. Leur recherche montre que *l'algospeak* n'est pas une pratique marginale. En effet, il s'agit d'une composante normale de la communication pour de nombreuses communautés marginalisées. Les créateurs utilisent des euphémismes (« unalive » pour désigner la mort, "le fruit interdit" pour parler de cannabis), des graphies modifiées (« s3x » au lieu de « sex ») et des codes visuels (emojis, gestes) pour contourner les filtres de mots-clés.

Ce qui est remarquable dans cette pratique, c'est qu'elle met en avant la créativité linguistique des utilisateurs ainsi que leur capacité d'adaptation face à des contraintes imposées. Mais Steen et al. soulignent aussi les limites de *l'algospeak*. D'abord, il est temporaire, car les algorithmes s'adaptent et finissent par détecter les nouveaux codes. Ensuite, il est exclusif, car il suppose une connaissance des conventions communautaires. Enfin, il peut créer de la confusion,

notamment dans des contextes où la clarté est nécessaire (par exemple, pour des ressources de santé mentale).

L'algospeak révèle aussi quelque chose de plus profond car il montre que le rapport entre les utilisateurs et l'algorithme est un rapport dynamique, une sorte de bras de fer permanent. Les algorithmes ne sont pas des systèmes fixes. Ils évoluent et les utilisateurs évoluent avec eux, dans un cycle permanent d'adaptation et de contournement.

b) La contestation du shadowban : entre visibilité et résistance

Au-delà de l'adaptation linguistique, certains utilisateurs choisissent de rendre visible leur invisibilisation cad de faire du shadowban lui-même un objet de discours et de résistance. Cotter (2021) montre comment des créateurs documentent leurs expériences de dépromotion, partagent des captures d'écran de leurs statistiques d'audience et témoignent publiquement de ce qu'ils vivent.

Cette forme de résistance a une dimension collective importante. En nommant le shadowban, en le rendant visible, en partageant leurs expériences, les utilisateurs marginalisés créent une forme de contre-expertise citoyenne sur les algorithmes. Ils produisent des connaissances collectives sur les mécanismes d'invisibilisation, qui peuvent alimenter des enquêtes journalistiques, des travaux académiques et des campagnes militantes.

Mais Cotter souligne aussi les limites de cette résistance. Pour être entendu, pour que sa critique soit considérée comme crédible, il faut disposer d'un certain capital social et médiatique. Un créateur avec des millions d'abonnés qui témoigne de son shadowban aura beaucoup plus d'impact qu'un utilisateur ordinaire. La résistance algorithmique reproduit donc, elle aussi, des inégalités étant donné qu'elle est plus accessible à ceux qui ont déjà une certaine visibilité.

L'invisibilité stratégique comme choix

La résistance à l'algorithme ne prend pas toujours la forme d'une contestation frontale. Stegeman, Are et Poell (2024) montrent que pour de nombreux créateurs marginalisés, la stratégie la plus efficace est parfois de choisir délibérément l'invisibilité. C'est le fait de ne pas

chercher à être visible pour tout le monde, mais de cultiver une visibilité sélective, au sein de communautés de confiance.

Cette invisibilité stratégique est une réponse pragmatique à une réalité concrète. En effet, être trop visible sur une plateforme comme TikTok peut signifier être exposé à des torrents de haine, à du harcèlement, à des signalements abusifs qui déclenchent la modération algorithmique. Les personnes LGBTQIA+, les personnes racisées, les personnes qui parlent de sujets politiquement sensibles font régulièrement l'expérience de cette hyper-visibilité toxique.

En choisissant l'invisibilité stratégique, en utilisant des comptes privés, en publiant pour des communautés fermées et en évitant les hashtags trop populaires, ces créateurs reprennent un certain contrôle sur leur visibilité. Ce n'est pas une capitulation face à l'algorithme mais c'est plutôt une manière de refuser ses termes et de ne pas jouer le jeu d'une visibilité maximale qui expose sans protéger.

c) La domestication de l'algorithme : apprendre à vivre avec

Simpson, Hamann et Semaan (2022) offrent peut-être la vision la plus nuancée des pratiques de résistance algorithmique dans leur étude sur la domestication de TikTok par les utilisateurs LGBTQIA+. Leur concept de domestication qui est emprunté aux études des usages technologiques, désigne le processus par lequel les utilisateurs intègrent une technologie dans leur quotidien, l'appriivoisent, l'adaptent à leurs besoins.

Les auteurs montrent que cette domestication est un processus actif et continu. Les utilisateurs LGBTQIA+ ne se contentent pas d'utiliser TikTok, ils l'étudient, l'analysent et partagent leurs découvertes avec leurs pairs. Ils développent des pratiques collectives, « des tutos » pour optimiser son FYP, des alertes communautaires quand un hashtag est shadowbann et des stratégies partagées pour maintenir la visibilité de certains contenus.

Mais la domestication a aussi ses ambiguïtés. En apprenant à vivre avec l'algorithme, en adaptant leurs comportements à ses logiques, les utilisateurs contribuent aussi à reproduire le système. Chaque stratégie d'optimisation, chaque adaptation linguistique, chaque contournement est aussi une forme d'acceptation implicite des règles de la plateforme. La résistance et la conformité sont étroitement mêlées dans les pratiques de domestication algorithmique.

Malgré les nombreux travaux consacrés à l'invisibilisation algorithmique, plusieurs questions restent encore peu explorées. La plupart des recherches se concentrent sur TikTok ou sur une seule communauté minorisée à la fois. Il reste donc à mieux comprendre si les mêmes mécanismes de visibilité et d'invisibilisation sont également présents sur d'autres réseaux sociaux comme Instagram, YouTube ou Facebook, ou si ces plateformes fonctionnent différemment. De la même manière, peu d'études comparent directement les expériences vécues selon les différentes plateformes. Enfin, les recherches portant sur les personnes appartenant à plusieurs groupes minorisés, par exemple les personnes à la fois racisées et LGBTQIA+, demeurent encore limitées. Ces différentes pistes montrent que la compréhension des mécanismes d'invisibilisation algorithmique reste incomplète et qu'il est encore nécessaire de poursuivre les recherches sur ce sujet.

6. Méthode de collecte de données

Il nous semble important d'expliquer d'où vient cette problématique, parce qu'elle n'est pas née d'une lecture ou d'un cours, mais plutôt d'une expérience vécue.

Pendant le premier confinement, la chercheuse a commencé à publier du contenu sur Instagram, principalement des réactions à l'actualité télévisée et au monde de la télé réalité. Elle le faisait de manière anonyme, ce qui l'a en quelque sorte libérée car elle n'avait pas assez confiance en elle pour le faire à visage découvert. Cette posture d'observatrice discrète lui a permis d'échanger avec des créateurs et créatrices de contenus venant d'horizons très différents. Se sentant un peu comme une infiltrée, elle a été témoin de ce qu'elle ne pouvait alors pas encore nommer clairement : des inégalités de traitement à l'égard des personnes racisées et des membres de la communauté LGBTQIA+. Et si elle a été particulièrement sensible à ces dynamiques, c'est aussi parce qu'en tant que femme noire, elle ne les observait pas de l'extérieur mais elle s'y reconnaissait clairement.

Lorsqu'elle a installé TikTok, elle a découvert une autre dimension du phénomène. Des témoignages de personnes issus de publics minorisés y circulaient, racontant une invisibilité ressentie face à l'algorithme, ainsi qu'un profond sentiment d'impuissance. Ce sont ces voix qui ont fait naître en elle l'envie de creuser davantage le sujet, jusqu'à ce qu'il devienne le fil conducteur de ce mémoire.

Une fois la problématique posée, il ne nous restait plus qu'à trouver les personnes à interviewer et ce n'était pas la partie la plus simple. Dans un premier temps, nous avons publié ce visuel sur nos réseaux sociaux, Instagram et Facebook, pour lancer un appel à témoignages. Sans grande surprise, cet appel n'a pas vraiment atteint le public que nous ciblions. Nous pensons que nos cercles de l'époque n'étaient tout simplement pas les bons relais.



Nous donc changé totalement de tactique. Puisque la problématique portait spécifiquement sur TikTok, il nous semblait logique même presque évident, en y repensant d'aller chercher les créateurs de contenu directement sur la plateforme. Nous avons commencé à explorer l'application différemment, à la recherche de profils correspondant aux communautés que je souhaitais interroger.

Pour être honnête, avant ce mémoire, Nous ne suivions pas beaucoup de créateurs appartenant à la communauté LGBTQIA+. Nous sommes donc passée par les hashtags les plus accessibles comme #LGBT et #gay pour trouver des profils pertinents. C'est certes une approche un peu naïve, mais efficace pour commencer. Pour les créateurs et créatrices noires, la démarche a été plus naturelle, car nous en suivions déjà plusieurs. Nous avons également essayé d'élargir la recherche en incluant des personnes d'origines asiatiques pour diversifier les témoignages.

Une fois les profils identifiés, il fallait désormais les contacter. TikTok n'est pas LinkedIn, c'est une plateforme plus spontanée, moins formelle donc il fallait trouver le bon ton. Voici le message que nous avons envoyé à chacun :

« Coucou, j'espère que tu vas bien ! Je suis étudiante en Communication à l'Université Catholique de Louvain-la-Neuve et j'aimerais t'interviewer pour mon mémoire. Pour t'en dire plus, je travaille sur une problématique qui me tient vraiment à cœur : comment les personnes issues de publics minorisés (personnes racisées ou personnes appartenant à la communauté LGBTQIA+) vivent et interprètent-ils les mécanismes d'invisibilité algorithmique sur un réseau social comme Tiktok. J'essaie de comprendre comment certains contenus ou certaines

identités sont moins mis en avant, et ce que ça fait de se sentir parfois "caché" ou moins visible à cause des plateformes. Étant donné que tu postes beaucoup de contenu, j'aimerais vraiment discuter avec toi de ton expérience à travers un petit entretien anonyme ! »

C'est ainsi que nous avons pu recueillir les différents témoignages qui constituent le cœur de ce travail.

7. Méthode d'analyse des données

Afin d'analyser les expériences recueillies lors des entretiens, cette recherche s'appuie sur une analyse thématique qualitative. Cette méthode consiste à identifier, organiser et interpréter les principaux thèmes qui émergent des discours des participants, sans chercher à mesurer statistiquement la fréquence d'un phénomène mais plutôt à comprendre la manière dont celui-ci est vécu et expliqué.

Dans un premier temps, l'ensemble des entretiens a été retranscrit puis relu attentivement afin d'identifier les éléments récurrents dans les témoignages. Cette première phase d'analyse a permis de repérer plusieurs motifs qui revenaient régulièrement dans les discours : le sentiment d'une visibilité réduite, l'association entre identité et circulation des contenus, l'incertitude face au fonctionnement algorithmique, ainsi que les stratégies développées par les créateurs et créatrices pour s'adapter à la plateforme.

Concrètement, une analyse thématique a été réalisée afin d'identifier les principaux thèmes présents dans le discours des participants. Les retranscriptions ont été relues à plusieurs reprises afin de repérer les éléments récurrents, les expériences partagées ainsi que les points de divergence entre les participants. Ce travail a permis de faire émerger les 3 grands axes d'analyse qui structurent la présentation des résultats : l'expérience vécue de l'invisibilisation algorithmique, les représentations que les participants construisent autour du fonctionnement des algorithmes, et les pratiques mises en place pour contourner, négocier ou limiter les effets perçus de ces mécanismes.

Cette démarche présente l'intérêt de laisser une place importante aux interprétations des participants tout en permettant une analyse structurée des données. Les catégories n'ont donc pas été définies uniquement à partir des hypothèses initiales, mais se sont également construites à partir des éléments récurrents apparus dans les entretiens.

Une attention particulière a également été portée aux contradictions et aux nuances présentes dans les discours. En effet, l'objectif de cette recherche n'est pas de démontrer systématiquement l'existence d'une discrimination algorithmique, mais de comprendre comment les créateurs et créatrices issus de publics minorisés interprètent leur rapport à la visibilité numérique et comment ces perceptions influencent leurs pratiques sur TikTok.

Enfin, les résultats issus des entretiens ont été mis en dialogue avec l'analyse des traces numériques observées sur les profils des participants. Cette confrontation entre discours et pratiques visibles permet de dépasser les déclarations individuelles afin d'examiner comment ces expériences se manifestent concrètement dans les usages de la plateforme.

8. Guide d'entretien

Présentation & identité	Peux-tu te présenter, te reconnais-tu comme faisant partie d'un ou plusieurs publics minorisés ?
	Quels réseaux sociaux utilises-tu le plus ? Pourquoi ceux-là ?
	Quel genre de contenu publies-tu en général ?
	Qu'est-ce que les réseaux sociaux représentent pour toi ?
Expériences d'invisibilisation	Est-ce que tu as déjà eu l'impression d'être moins visible que d'autres personnes sur les réseaux sociaux ?
	Peux-tu me raconter un moment où tu as senti que tes posts étaient moins montrés ou moins vus ?
	Comment as-tu interprété cette baisse de visibilité ?

Identité & algorithme	Est-ce que tu as déjà eu l'impression que ton identité (trans, queer, racisée, etc.) jouait un rôle dans la manière dont ton contenu circule ?
	As-tu déjà ressenti que certains sujets que tu abordes étaient "pénalisés" ou moins mis en avant ? (Santé mentale, transition, racisme, corps, sexualité non explicite, etc.)
	Est-ce que cela t'a déjà poussé à changer ta manière de publier ? (Autocensure, modification de style, choix des hashtags...)
Impact émotionnel & psychologique	Comment toutes ces expériences t'ont-elles fait te sentir ? (Frustration, injustice, fatigue, peur, tristesse, colère, normalité...)
	Est-ce que ça a eu un impact sur ta confiance ou ton sentiment de sécurité en ligne ?
	Est-ce que ça a changé ta manière de t'exprimer, de t'affirmer ou de montrer qui tu es ?
Rapport à l'algorithme	Comment imagines-tu que les algorithmes décident de montrer ou non ton contenu ?
	Est-ce que tu penses que les algorithmes sont justes avec tout le monde ? Pourquoi ?
Stratégies & résistances	As-tu essayé des techniques pour retrouver de la visibilité ?
Conséquences sur la vie quotidienne	Est-ce que cela a eu un impact sur : ton bien-être ? Ta vie sociale ? tes communautés ? Ton travail / tes projets ?
Parole libre & recommandations	Si tu pouvais t'adresser directement aux plateformes, qu'est-ce que tu leur dirais sur ton expérience ?
	Si tu pouvais changer quelque chose aux plateformes, qu'est-ce que ce serait ?
	Y a-t-il quelque chose que tu veux ajouter, partager, préciser ? (Tes mots sont les bienvenus.)

9. Etude qualitative

Afin de répondre aux objectifs de cette recherche, une approche qualitative reposant principalement sur des entretiens semi-directifs a été privilégiée. Il s'agit d'un choix stratégique car pour comprendre comment des personnes minorisées vivent et interprètent l'invisibilisation algorithmique, il fallait leur donner la parole. Pas à travers des cases à cocher ou des statistiques mais plutôt à travers leurs propres mots, leurs propres expériences et leurs propres émotions.

14 entretiens ont été réalisés avec des créateurs/créatrices de contenu actifs sur Tiktok étant membre de publics minorisés, qu'ils s'identifient comme personnes racisées, comme membres de la communauté LGBTQIA+ ou comme appartenant aux deux à la fois. Les profils réunis sont volontairement variés. En effet, on y retrouve des femmes trans, des personnes non binaires, un homme asiatique, des hommes noirs et gays, des femmes lesbiennes, des personnes racisées et queers à la fois. Cette diversité est au cœur de la problématique car les expériences d'invisibilisation ne sont pas identiques selon que l'on cumule, une, deux ou plusieurs appartenances minorisées.

Les personnes interrogées ont entre 21 et 34 ans et sont localisées principalement en Belgique et en France. Certaines ont une communauté de milliers d'abonnés, d'autres comptent des dizaines de milliers et même des centaines de milliers d'abonnés. Ce n'est pas la taille de leur audience qui compte mais plutôt leur vécu par rapport à la plateforme et ses mécanismes.

Les entretiens ont été réalisés à distance, principalement via des appels Instagram et, dans certains cas, via WhatsApp. Deux entretiens ont également été menés sous la forme d'échanges vocaux asynchrones. Leur durée variait entre 25 minutes et une heure. Avec l'accord des participants, les échanges ont été enregistrés puis retranscrits à l'aide de l'outil de transcription assistée par intelligence artificielle « Turboscribe » afin de faciliter l'analyse des données. L'ensemble des prénoms utilisés dans ce mémoire a été modifié afin de préserver l'anonymat des personnes interrogées.

Les entretiens ont été menés de manière semi-directive, c'est-à-dire qu'une grille de questions thématiques avait été préparée en amont, tout en laissant suffisamment de liberté aux

participants afin qu'ils puissent développer leurs idées. Les grands thèmes abordés lors de chaque entretien portaient sur leur rapport aux réseaux sociaux en général, leur sentiment de visibilité ou d'invisibilité sur la plateforme, le rôle qu'ils attribuent à leur identité dans la circulation de leur contenu, leurs stratégies d'adaptation face à l'algorithme, leur expérience sur harcèlement en ligne et leur regard critique sur le fonctionnement des plateformes elles-mêmes.

Ce format semi-directif présente plusieurs forces importantes dans le cadre de cette recherche. En effet, il permet d'aller chercher des nuances que ni un questionnaire, ni une simple observation ne pourraient saisir. C'est un espace de confiance dans lequel les personnes peuvent se livrer sur des sujets qui touchent parfois à leur sécurité, leur santé mentale ou encore des expériences douloureuses. Cela permet de laisser place à l'imprévu, ces moments ou une réponse inattendue ouvre une piste de réflexion à laquelle nous n'aurions jamais pensé.

Cette démarche s'inscrit pleinement dans ce que Millette et al. (2020, pp. 15-21) décrivent comme une orientation qualitative adaptée aux contextes numériques. C'est une approche qui ne cherche pas à mesurer des comportements en grand nombre, mais à comprendre comment les individus donnent du sens à leurs expériences en ligne.

Dans ce cadre, le chercheur ou la chercheuse n'est pas un observateur neutre et extérieur. Il ou elle est impliqué dans la relation avec les participants, et c'est précisément cette proximité qui permet d'accéder à des récits plus riches et plus honnêtes. Il faut néanmoins être honnête sur les limites de cette approche. L'échantillon reste restreint et ne prétend pas être représentatif de l'ensemble des créateurs et créatrices de contenus minorisés. L'objectif n'est pas que les résultats soient généralisés à grande échelle. Cette étude cherche à comprendre en profondeur, pas à mesurer en largeur. Par ailleurs, le fait que la chercheuse soi elle-même proche de certaines des problématiques abordées peut, même inconsciemment, influencer la manière de poser les questions ou d'interpréter les réponses. Cette posture réflexive, loin d'être un défaut, fait partie intégrante de la démarche qualitative telle qu'elle est pensée dans les recherches en contexte numérique.

10. Participants

Prénom	Âge	Nombre d'abonnés	Identité	Type de contenu
Christina	31 ans	3005	Femme trans	Questions de genre, transidentité, sexualité, format podcast éducatif
Sophie	25 ans	12,2K	Femme noire	Trends, avis personnels, bons plans, partage du quotidien
Léo	27 ans	14,8K	Homme noir et gay	Musique, réflexions sur la vie, contenus LGBTQIA+
Julien	21 ans	5290	Homme noir, trans et Queer	Parler de transidentité, partager des témoignages et de l'humour
Paola	34 ans	1262	Non-binaire	Réaction à ce qui se passe dans le monde et contenu informatif
Emile	24 ans	6887	Femme trans et non-binaire	Contenu LGBTQIA+, visibilité queer, prise de parole communautaire
Clara	22 ans	2522	Femme Lesbienne	Lifestyle, shootings photo, santé mentale, sport, LGBT

Pauline	26 ans	76,2K	Femme Lesbienne	Prise de parole publique, témoignages, expression personnelle en vidéo
Charlotte	23 ans	128,7K	Queer, non-binaire et lesbienne	Actings / mises en scène, danses (avant ses douleurs chroniques), maquillage, prises de parole sur divers sujets (agressions sexuelles, sujets LGBT, conflits géopolitiques)
Margot	24 ans	3002	Lesbienne	Culture lesbienne, cinéma, livres, événements, pop culture queer
Lisa	29 ans	14,7K	Femme noire	Soins afro, santé, cheveux crépus, contenus éducatifs
Mathieu	25 ans	28,4K	Homme asiatique	Mise en avant de commerces et découvertes locales
Louise	19 ans	6076	Femme Lesbienne	Humour queer, parodies, caricatures, sondages liés à la communauté LGBTQIA+, parfois musique
Laura	23 ans	1090	Femme noire	Lifestyle, vlogs, coiffure et conseils make-

				up
--	--	--	--	----

Les quatorze personnes que nous avons interviewées dans le cadre de cette étude ont toutes en commun le fait d'être créatrices ou créateurs de contenu sur au moins une plateforme et de se reconnaître comme appartenant à un ou plusieurs groupes minorisés.

Christina, 31 ans, est une femme trans qui travaille dans la communication et crée du contenu éducatif sur la transidentité et la sexualité. Sophie, la vingtaine, est une femme noire active sur TikTok où elle partage des tendances, des bons plans resto et des avis personnels. Léo est chanteur, il publie sur Instagram et TikTok des réflexions sur la vie et sur la communauté LGBT en tant qu'homme noir et gay. Julien est une personne trans noire et queer, qui a utilisé les réseaux comme espace de protection et d'expression depuis l'adolescence, notamment pour faire face à une situation familiale difficile. Paola, 34 ans, est non-binaire et partage sur TikTok des informations sur les questions de genre et de sexualité, tout en faisant face à un harcèlement régulier. Emile est une femme trans et non-binaire, qui se définit comme lesbienne et crée du contenu centré sur la communauté LGBTQIA+ pour montrer que ces personnes existent en dehors du seul mois des fiertés. Clara, 22 ans, est lesbienne et publie sur Instagram et TikTok un mélange de contenu lifestyle, de photos de mode. Elle est également modèle et fait des vidéos liées à la santé mentale et à la communauté LGBT.

Pauline vient d'une famille réunionnaise avec un héritage culturel en melting pot, et se définit comme lesbienne dans une famille chrétienne. Elle est uniquement sur TikTok, où elle partage du contenu LGBT, des vidéos sur le minimalisme et la mode, des story times et des réflexions sur ses études. Elle est également invitée régulière dans des podcasts et médias extérieurs. Charlotte, 23 ans, est queer, non-binaire et lesbienne, et vit avec un handicap. Elle publie sur TikTok des actings, du maquillage et, plus occasionnellement, prend la parole sur des sujets qui lui tiennent à cœur comme les violences sexuelles. Margot, 24 ans, est lesbienne et crée depuis un peu plus d'un an du contenu centré sur la culture lesbienne et queer. Elle parle également de films, livres et événements sur TikTok, Instagram, Twitch et YouTube. Elle organise aussi des événements pour créer des espaces safe pour les lesbiennes.

Lisa est la fondatrice d'un concept qu'elle a baptisé « xxx », une initiative pensée pour valoriser et mettre en relation la communauté afrodescendante avec des prestataires de soins

médicaux, paramédicaux et esthétiques formés pour répondre à leurs besoins spécifiques. Elle gère seule sa page Instagram, sur laquelle elle partage principalement des conseils de soins naturels adaptés aux peaux et aux cheveux afros. Elle se reconnaît pleinement dans les publics minorisés dont il est question dans cette étude, en tant que jeune femme afrodescendante créatrice de contenu.

Mathieu, 25 ans, est d'origine chinoise et crée du contenu sur les réseaux sociaux principalement pour promouvoir des commerces locaux. Il ne se définit pas spontanément comme faisant partie d'un groupe minorisé, mais reconnaît néanmoins que son identité asiatique joue un rôle dans la manière dont son contenu est reçu plutôt positivement selon lui, dans un paysage belge où les créateurs asiatiques restent peu nombreux. Il est actif notamment sur TikTok et Facebook.

Laura se définit comme faisant partie d'un groupe discriminé en tant que femme noire. Elle publie sur TikTok et Instagram des vidéos lifestyle, des vlogs du quotidien et des conseils en maquillage, en parallèle de son activité de coiffeuse et de ses études en marketing. Elle voit les réseaux sociaux à la fois comme un espace d'expression personnelle et comme une porte d'entrée professionnelle pour son avenir dans le secteur de la communication.

Louise, se reconnaît dans un public minorisé en tant que lesbienne. Elle est active sur Instagram et TikTok, où elle publie du contenu humoristique, notamment des parodies et des caricatures basées sur les clichés associés aux personnes queers, ainsi que des sondages et, plus occasionnellement, de la musique. Pour elle, les réseaux sociaux sont avant tout un espace de divertissement, d'information et d'expression, qu'elle investit sans ambition professionnelle affichée, mais avec une réelle conscience des mécanismes qui les régissent.

11. La méthode de traces numériques

En complément des entretiens, cette recherche mobilise une analyse de traces numériques. Cette approche, développée dans les travaux sur les méthodes de recherche en contexte numérique, consiste à étudier les traces produites par les activités des utilisateurs sur les plateformes en ligne. Comme le souligne Boullier (2020), ces traces permettent d'accéder à des dimensions des pratiques numériques qui ne sont pas toujours explicitement formulées par les individus lors d'entretiens. Elles offrent ainsi la possibilité de confronter les discours recueillis avec les manifestations observables des usages en ligne.

Deux types de traces ont été mobilisés dans cette étude. D'une part, les commentaires publiés sous leurs vidéos ont été observés, avec un angle spécifique. Nous avons analysé au total, 13 commentaires. L'objectif était de repérer la présence de commentaires négatifs, hostiles ou haineux ciblant les participants en raison de leur identité. Cette observation permet de documenter une réalité que plusieurs participants ont évoquée en entretien, à savoir que la visibilité sur TikTok n'est pas sans risque pour les personnes minorisées. Être vu peut aussi signifier être exposé à des attaques, et cette menace influence directement la manière dont ces créateurs et créatrices gèrent leur présence sur la plateforme. Ces traces viennent ainsi compléter les récits recueillis en entretien en rendant visible, de manière concrète, la dimension parfois violente de l'expérience en ligne.

D'autre part, les données visibles publiquement en plus des commentaires comme le nombre de likes et de partages ont aussi été relevées. L'idée ici n'est pas seulement de mesurer la popularité d'une vidéo, mais d'observer des déséquilibres entre ces chiffres. Une vidéo qui cumule beaucoup de vues et de partages mais peu de likes peut en effet signaler une tout autre réalité qui est celle d'un contenu qui circule non pas parce qu'il est apprécié, mais parce qu'il est pris pour cible. Les partages peuvent servir à se moquer, les commentaires à attaquer, et la vidéo devient virale pour de mauvaises raisons. Cette forme de visibilité subie, non choisie et souvent violente, est une dimension importante de l'expérience des créateurs et créatrices minorisés sur TikTok.

L'ensemble de ces traces a été collecté directement sur les profils publics des participants, en parallèle ou à la suite des entretiens. Comme le rappelle Boullier (2020), les traces numériques ne parlent jamais d'elles-mêmes. En effet, elles doivent être interprétées dans leur contexte, en

tenant compte de qui les a produites et dans quelle situation. C'est pourquoi cette analyse a toujours été mise en dialogue avec les récits recueillis lors des entretiens, plutôt que traitée de manière isolée.

L'analyse des traces numériques s'est concentrée sur un nombre limité de publications qui est de 13 vidéos sélectionnées parce qu'elles présentaient des formes d'engagement particulièrement visibles. L'objectif n'était pas de produire une analyse quantitative exhaustive mais de compléter les récits recueillis par des exemples concrets observables sur la plateforme.

Cette double approche permet ainsi d'éclairer les trois axes qui structurent les résultats de ce mémoire : l'expérience vécue de l'invisibilisation, la compréhension et l'interprétation de l'algorithme par les personnes concernées, et les stratégies d'adaptation qu'elles développent face à ses contraintes.

12. Résultats

Avant d'entrer dans le vif du sujet, il nous semble important de rappeler que les différents axes présentés dans cette partie sont issus de l'analyse thématique réalisée à partir des quatorze entretiens menés avec des créateurs et créatrices de contenu appartenant à des publics minorisés. L'objectif n'était pas de rechercher uniquement des témoignages confirmant l'existence d'une invisibilisation algorithmique, mais d'identifier les différentes manières dont les participants décrivent, interprètent et négocient leur rapport à la visibilité sur TikTok.

L'analyse des entretiens a fait émerger trois dimensions principales qui structurent cette partie. La première concerne l'expérience vécue de l'invisibilisation algorithmique, c'est-à-dire la manière dont les participants décrivent leurs variations de visibilité, leurs difficultés à atteindre leur audience ou leur sentiment que certains contenus circulent moins facilement que d'autres. La deuxième porte sur la manière dont ils construisent leurs propres représentations du fonctionnement algorithmique. Face à un système largement opaque, les participants développent des interprétations, des hypothèses et des formes de connaissance pratique pour expliquer les différences de visibilité qu'ils observent. Enfin, la troisième dimension concerne les stratégies développées en réponse à ces expériences, qu'il s'agisse de pratiques d'adaptation, de contournement, de résistance ou encore de protection face aux risques associés à l'exposition publique.

Ces trois dimensions ne doivent toutefois pas être comprises comme des catégories totalement séparées. Elles s'articulent entre elles car les expériences vécues influencent la manière dont les participants comprennent l'algorithme, et ces interprétations orientent ensuite leurs pratiques sur la plateforme. L'analyse qui suit cherche donc à rendre compte de ce mouvement entre expérience, interprétation et action.

Il est également important de préciser que les résultats présentés ici ne permettent pas d'affirmer directement qu'un mécanisme algorithmique discriminatoire existe de manière intentionnelle au sein de TikTok. Ils permettent plutôt de comprendre comment des créateurs et créatrices issus de groupes minorisés perçoivent les effets de la plateforme, comment ils

leur donnent du sens et comment ces perceptions influencent leurs manières de créer, de publier et de se rendre visibles en ligne.

1. L'expérience vécue de l'invisibilisation

a) La perception d'une visibilité réduite liée à l'identité

« J'ai l'impression que pour passer dans les pour toi de TikTok et avoir un peu de visibilité quoi, un peu plus, tu dois entre guillemets faire du contenu plus pour les blancs. Tu dois un peu te conformer à eux en fait. »

Ce que dit Sophie résume à elle seule quelque chose de beaucoup plus large que sa propre expérience. Elle n'exprime pas la frustration d'une vidéo qui n'aurait pas fonctionné un soir. Elle décrit une observation construite dans le temps au travers de comparaisons répétées entre ses propres statistiques et celles d'autres créatrices, qui l'a amenée à une conclusion aussi simple que difficile à avaler. Pour exister sur la plateforme, il faut d'une certaine manière rentrer dans des cases qui ne sont pas les siennes. Ce sentiment d'adaptation forcée fait directement écho à ce que Duffy et Meisner (2023) décrivent comme la marginalité algorithmique. C'est le constat que la visibilité sur les plateformes ne dépend pas uniquement de la qualité du contenu ou de l'investissement personnel, mais de décisions algorithmiques qui reproduisent des inégalités sociales déjà existantes. Sophie ne dit pas que son contenu est moins bon. Elle dit qu'elle doit le changer pour qu'il plaise à une audience blanche. C'est exactement ce mécanisme d'adaptation contrainte que ces chercheurs documentent lorsqu'ils parlent de la conscience algorithmique que développent les créateurs marginalisés, cette vigilance permanente et épuisante aux signaux de la plateforme.

Cette expérience ne se limite pas seulement aux personnes racisées. Léo, homme noir et gay, va encore plus loin dans son analyse en pointant une inégalité de départ qui structure tout le reste : *« un 20% d'une personne blanche doit être les 100% d'une personne noire. Une personne blanche peut poster de manière totalement désinvolte et être vue, là où une personne noire doit se donner à fond pour atteindre le même niveau d'exposition. »* Ce que Léo articule ici rejoint directement ce que Williams, Chen, DeVito et To (2025) ont théorisé sous le concept de monolithes algorithmiques, soit la tendance des algorithmes à enfermer les créateurs noirs dans des cases très précises et à les pénaliser dès qu'ils s'en éloignent. Léo ne parle pas de cases à proprement parler, il parle d'un standard d'excellence imposé uniquement

aux personnes noires. Mais les deux phénomènes décrivent la même réalité structurelle qui est celle d'un système qui ne part pas du même point pour tout le monde.

Ce que ces témoignages ont en commun, c'est que l'invisibilisation n'est jamais vécue comme quelque chose d'abstrait. Elle se manifeste dans des choses très concrètes, que ce soit des statistiques qui chutent inexplicablement, des vidéos qui n'atteignent jamais les bons publics ou encore un sentiment persistant que certains sujets sont punis par la plateforme. Margot, lesbienne qui crée du contenu culturel, l'illustre avec une finesse qui mérite qu'on s'y arrête. Elle observe que si elle compare son contenu à celui de créateurs hommes blancs hétérosexuels, ses statistiques sont nettement moins bonnes, mais que si elle se compare à d'autres lesbiennes, à des hommes gays, à des personnes trans ou racisées, elle se situe dans le haut du panier. Ce constat révèle quelque chose d'important. L'inégalité ne se lit pas dans l'absolu, elle se lit dans la comparaison. Et même au sein des communautés marginalisées, il existe des hiérarchies de visibilité que l'algorithme contribue à reproduire, une observation qui vient enrichir la réflexion de Taylor et Abidin (2024) sur la double réalité des femmes noires sur TikTok en montrant que ce phénomène touche plus largement l'ensemble des publics minorisés, avec des gradations selon les appartenances.

Ce qui frappe aussi dans ces récits, c'est l'impact que cette invisibilisation a sur l'image de soi. Comme Lisa le dit : « *Il est difficile, voire impossible, de savoir si c'est son contenu qui n'est pas bon ou si c'est l'algorithme qui ne veut pas le mettre en avant.* » Laura dit la même chose autrement, se demandant si elle n'est tout simplement pas assez belle, si ses vidéos ne donnent pas envie aux gens de les regarder. Ce retournement vers soi est précisément ce que Cotter (2021) identifie comme l'un des effets les plus insidieux du black box gaslighting. En effet, en niant l'existence du shadowban, les plateformes privent les utilisateurs de la capacité à nommer ce qui leur arrive, les laissant dans une contradiction permanente entre leur vécu et le discours officiel.

Même si la majorité des personnes interrogées associent certaines difficultés de visibilité à leur appartenance à un groupe minorisé, ce n'est pas le cas de tout le monde. Mathieu, créateur de contenu d'origine chinoise, propose une lecture différente de son expérience. Contrairement à plusieurs autres participants, il n'a pas le sentiment que son identité constitue un frein à la visibilité de son contenu. Il explique même qu'en Belgique, où les créateurs asiatiques restent relativement peu nombreux, cette particularité peut parfois attirer l'attention et susciter davantage d'intérêt pour ses vidéos. Son témoignage rappelle que les expériences

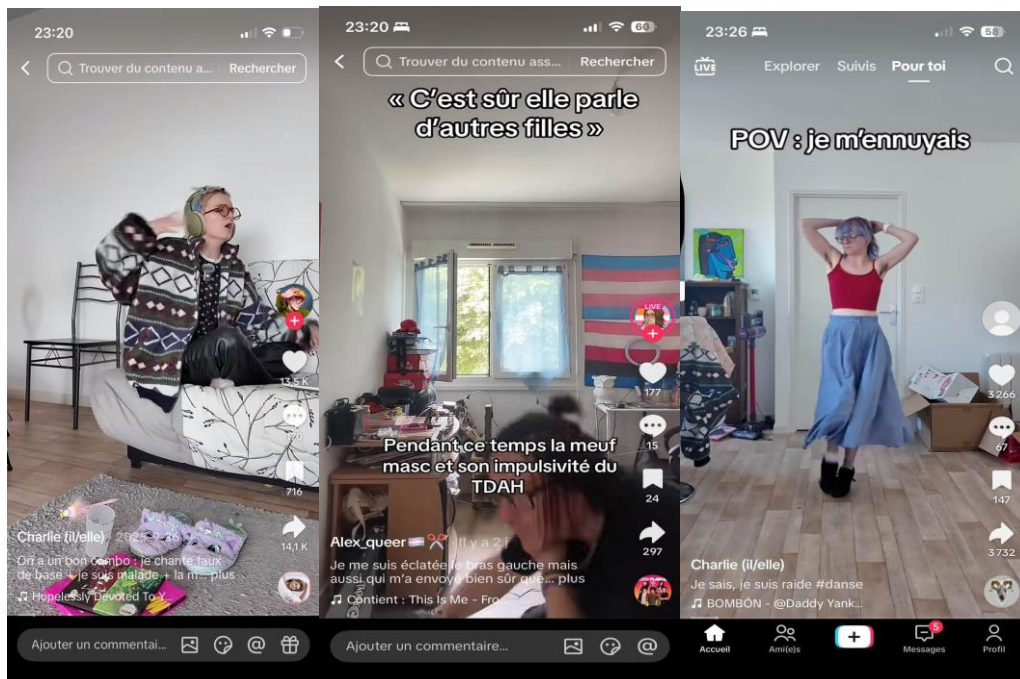
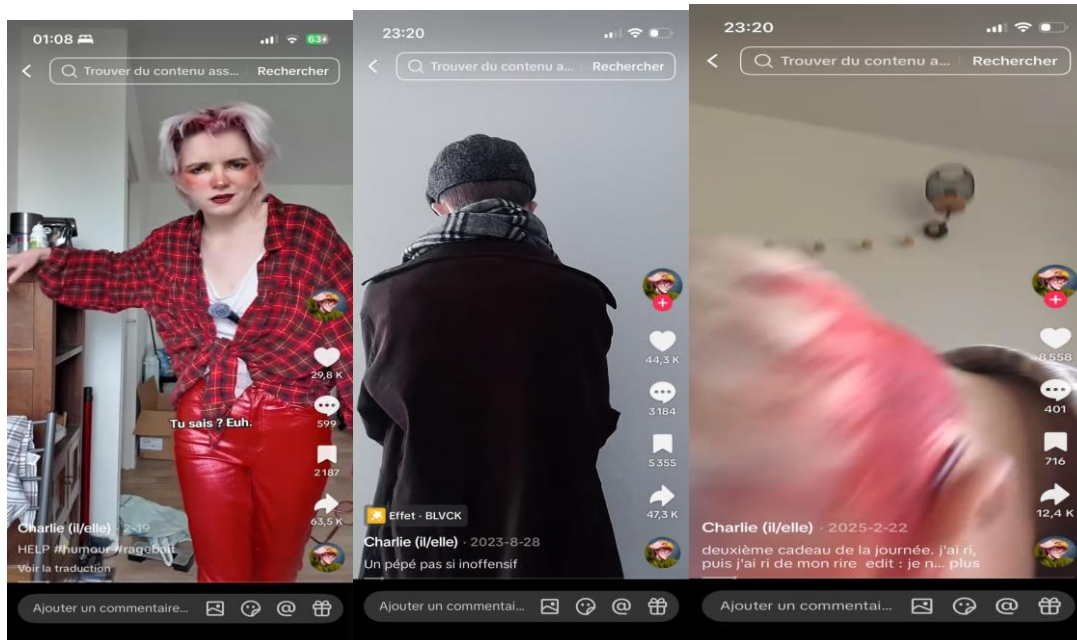
de visibilité sur les réseaux sociaux ne sont pas identiques pour tous les publics minorisés et qu'elles peuvent varier selon les parcours individuels, les types de contenus publiés ou encore le contexte dans lequel ils circulent.

b) Le harcèlement comme levier paradoxal de visibilité

« Dès que je vais avoir des commentaires de haine, là, je vais passer dans les algos qui ne sont pas du bon côté. Et il y a eu une vidéo où j'avais bloqué les commentaires justement, et ça m'a complètement bloqué les vues de la vidéo. »

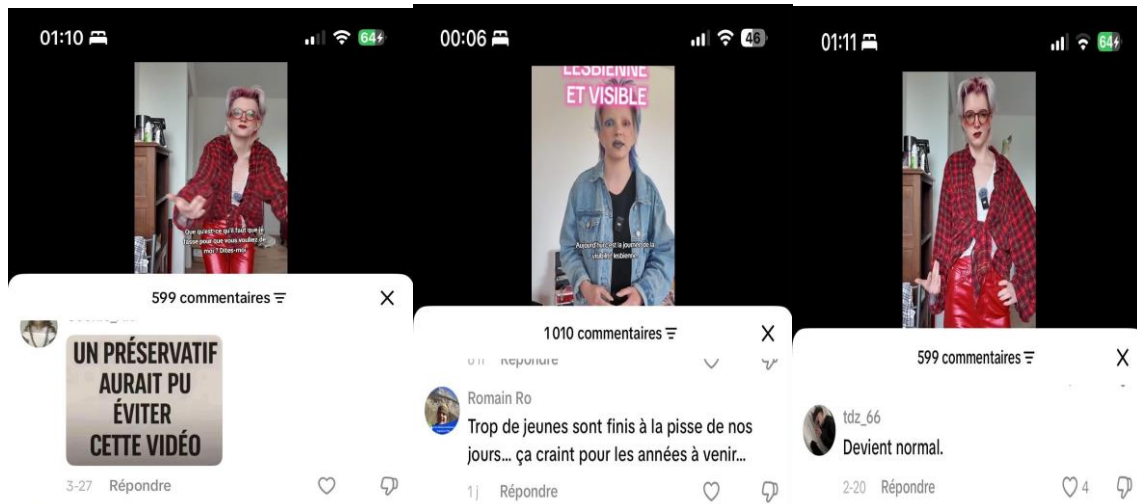
Si l'invisibilisation est l'expérience dominante que les participants décrivent, elle coexiste avec un phénomène en apparence opposé mais tout aussi problématique. C'est celui d'une visibilité subie, non choisie, et souvent violente. Ce que Paola met en lumière est profondément paradoxal. Se protéger de la haine en bloquant les commentaires, c'est aussi se rendre invisible. C'est un choix impossible, une impasse que la plateforme crée sans jamais la nommer.

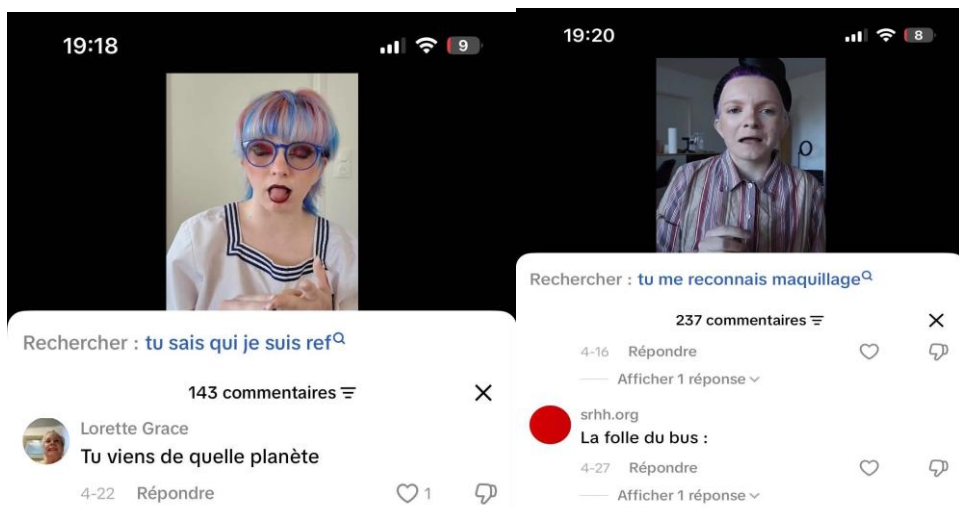
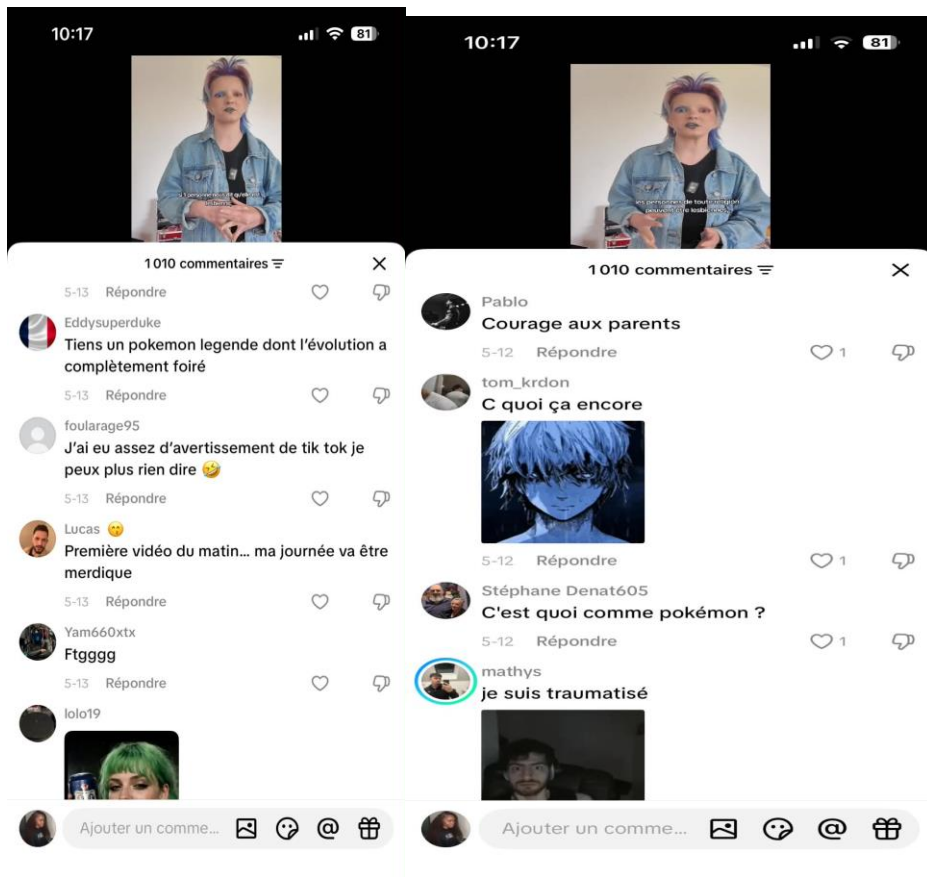
Pour illustrer ce mécanisme de manière tangible, j'ai observé dans le cadre de l'analyse de traces numériques, les comptes de 2 participants faisant partie de la communauté LGBTQIA+ car ce sont les seuls créateurs interrogés qui ne supprimaient pas systématiquement leurs commentaires négatifs. Cette analyse de traces numériques doit toutefois être considérée comme exploratoire. Réalisée à partir d'un nombre limité de comptes, elle ne permet pas de généraliser les observations à l'ensemble des créateurs appartenant à des groupes minorisés. Son intérêt réside principalement dans sa capacité à illustrer et contextualiser les expériences relatées lors des entretiens. Ce que j'y ai observé fait écho aux expériences décrites lors des entretiens et permet d'en proposer une illustration concrète à partir de traces laissées sur la plateforme.

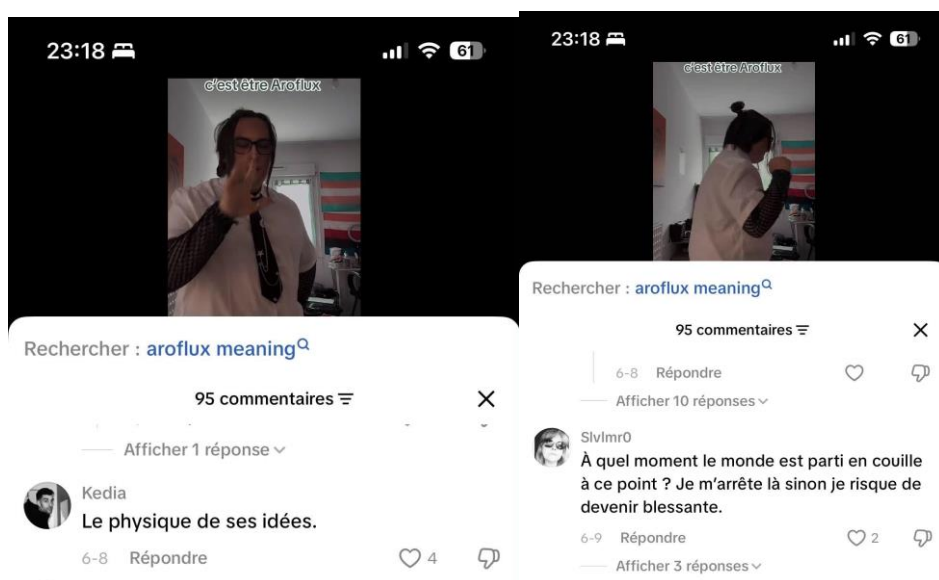
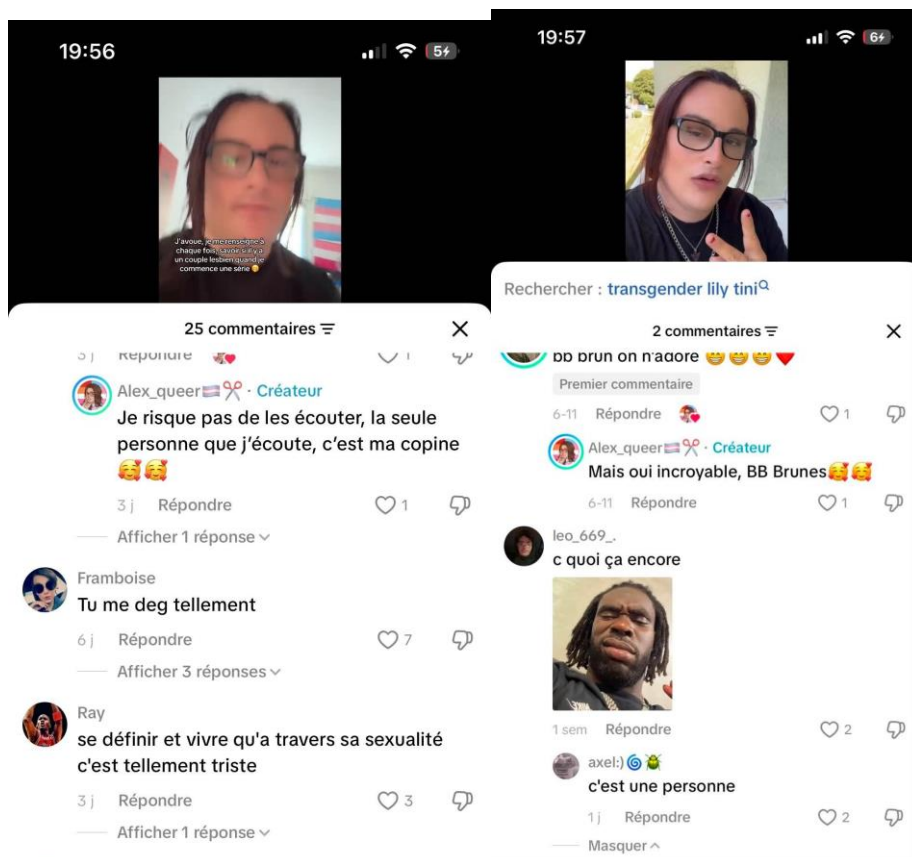


Ces captures illustrent concrètement ce que Paola décrit. On y voit un déséquilibre frappant entre le nombre de likes, relativement bas, et le nombre de commentaires et de partages, bien plus élevé. Ce décalage entre les différentes formes d'engagement est intéressant à observer. À lui seul, il ne permet pas de savoir avec certitude pourquoi la vidéo a autant circulé. Cependant, lorsqu'on le met en relation avec les entretiens réalisés et les commentaires visibles sous la publication, il peut être vu comme un indice montrant que cette diffusion a été alimentée, au moins en partie, par des réactions négatives ou hostiles. Ce type de visibilité que l'on pourrait appeler visibilité hostile est comptabilisé par l'algorithme exactement de la

même manière qu'une visibilité bienveillante. C'est ce que Christina confirme en expliquant que même si c'est 500 réactions négatives, le contenu va quand même être poussé. L'algorithme est aveugle à la valence de l'engagement. Ce qui compte, c'est le volume.







Les commentaires visibles dans ces captures donnent à voir la réalité de ce que plusieurs participants ont décrit en entretien sans toujours pouvoir le montrer. Les attaques ne portent pas sur le contenu des vidéos, mais directement sur l'identité des créateurs et créatrices, leur genre, leur sexualité. Ce que ces captures révèlent, c'est que la haine n'est pas un phénomène marginal ou exceptionnel. Elle fait partie du quotidien de nombreux créateurs et créatrices

appartenant à des publics minorisés, et elle a des effets directs sur leur visibilité algorithmique, qu'ils le veuillent ou non.

Plusieurs participants ont décrit des situations où leurs vidéos devenaient virales pour de mauvaises raisons. Julien raconte qu'une vidéo dans laquelle il parlait de son appartenance à la communauté noire a déclenché un bad buzz de proportion inattendue, entraînant des messages haineux, des menaces, et une exposition dans le monde réel qu'il n'avait pas du tout anticipée. Charlotte, queer et non-binaire, décrit avoir reçu des menaces de mort et d'agression quasi quotidiennement pendant plusieurs mois, ses vidéos circulant notamment via des comptes d'extrême droite qui les repartageaient en les accompagnant de commentaires hostiles. Pauline, dont le compte dépasse les 76 000 abonnés, a vu un grand compte haineux republier l'une de ses vidéos avec un commentaire hostile, lui envoyant toute une communauté de harceleurs d'un seul coup. Dans tous ces cas, la visibilité n'a pas été choisie. Elle a été imposée par la dynamique algorithmique et par les stratégies de harcèlement organisé.

Ce mécanisme rejoint ce que Cotter (2021) décrit comme une variante du gaslighting algorithmique. Les vidéos ne sont pas supprimées. Elles circulent. Mais elles ne circulent que parce qu'elles attirent la haine. La plateforme ne dit jamais explicitement ce qui se passe, ce qui laisse les créateurs dans une contradiction permanente entre leur expérience et le discours officiel qui prétend simplement mettre en avant les contenus les plus engageants. Ce que les participants de cette étude vivent, c'est l'envers de ce discours. Leur engagement est souvent le fruit d'une violence organisée, mais l'algorithme, aveugle à la nature de cet engagement, les pousse quand même. Cette réalité fait directement écho au concept de *strategic invisibility* développé par Stegeman, Are et Poell (2024). En effet, être trop visible peut devenir dangereux, mais les outils mêmes qui permettraient de s'en protéger ont un coût algorithmique direct. La plateforme punit la protection.

C'est dans ce contexte que certains participants ont développé des stratégies pour gérer cette exposition forcée. Pauline envoie des contestations argumentées à TikTok lorsque ses lives sont supprimés, citant explicitement l'homophobie dans ses recours. Emma raconte avoir appris à anticiper les réactions hostiles avant chaque publication, passant parfois dix minutes à visionner sa vidéo en se demandant sur quels points elle va se faire attaquer. Ces comportements ne sont pas le signe d'une fragilité excessive. Ils sont le reflet rationnel et adaptatif d'une expérience répétée de violence algorithmique et sociale, une forme de

professionnalisation de la vigilance que les créateurs et créatrices marginalisés doivent exercer en permanence, en plus de la création de contenu elle-même.

2. La compréhension et l'interprétation de l'algorithme

a) L'algorithme perçu comme miroir de la société

« Les réseaux, en fait, c'est juste un miroir de la société. »

Cette phrase de Léo, courte et directe, résume une conviction qui traverse presque tous les entretiens. Quand on demande aux participants comment ils comprennent le fonctionnement de l'algorithme, la grande majorité ne répond pas avec des termes techniques. Ils répondent avec des mots qui parlent de société, de racisme structurel, d'inégalités systémiques. Pour eux, l'algorithme n'est pas un système neutre, c'est le prolongement numérique de dynamiques sociales qui existaient bien avant TikTok.

Ce positionnement rejoint ce qu'Andersen (2020) appelle les théories profanes sur les algorithmes. Ce sont des explications informelles, construites à partir de l'expérience et de l'observation, que les utilisateurs développent pour donner du sens à ce qui leur arrive. Andersen propose de prendre ces théories au sérieux comme des formes de connaissance situées, et les entretiens menés ici confirment pleinement cette approche. Léo ne sait pas comment fonctionne techniquement l'algorithme de TikTok, mais ce qu'il sait, c'est que son expérience d'homme noir sur la plateforme ressemble à son expérience d'homme noir dans la société. Cette analogie n'est pas naïve, elle est le reflet d'une intelligence sociale forgée par des années d'exposition à des inégalités réelles.

Pauline, lesbienne d'origine réunionnaise, va dans le même sens avec une formulation qui est encore plus explicite : *« Les plateformes sont comme un mini algorithme du système et elles protègent toujours les mêmes personnes et font percer et donnent du biais aux mêmes personnes. Comme dans la vie, en fait. »* Ce que Pauline articule ici, c'est exactement ce que Bishop (2021) montre dans ses travaux sur la brand safety. En effet, les systèmes de filtrage des plateformes tendent à classer comme risqués les contenus qui parlent de sujets politiquement sensibles, de sexualité non normative, de

race et de discrimination. Les plateformes ne font pas ça par malveillance consciente, mais le résultat est le même car elles protègent toujours les mêmes personnes, celles qui rentrent dans les normes de ce que les annonceurs considèrent comme un contenu sûr.

Lisa, femme afrodescendante, apporte une nuance importante à cette analyse en montrant que ce mécanisme n'est pas forcément intentionnel de la part des plateformes, mais qu'il est tout aussi réel : *« Les réseaux sociaux, ils fonctionnent exactement de la façon que la société fonctionne. On donne le crédit à qui on a envie de le donner, on donne la visibilité à qui on a envie de la donner. »* Ce que Lisa décrit fait écho aux travaux d'Obermeyer et al. (2019) sur les biais algorithmiques, qui montrent que les algorithmes reproduisent et parfois amplifient des inégalités historiques, non pas parce que leurs concepteurs sont racistes, mais parce que les données sur lesquelles ils sont entraînés reflètent des inégalités préexistantes.

b) La logique de l'engagement avant tout

« Dès que tu postes une vidéo, dans les 5 minutes, il faut que plusieurs de tes copines commentent, partagent, aiment, republient. Comme ça TikTok pense que ta vidéo elle est aimée et donc il va la proposer pour toi. »

Même si la plupart des participants perçoivent l'algorithme comme injuste, beaucoup ont développé des théories assez précises et cohérentes sur son fonctionnement. Et parmi ces théories, l'engagement immédiat qui détermine la portée d'une vidéo revient systématiquement. Sophie l'explique clairement et Paola ajoute une couche supplémentaire : *« Je pense qu'ils testent déjà sur une centaine de tes abonnés. Et en fait, il faut l'accrocher tout de suite, parce que si les gens n'accrochent pas dans les 5-10 premières secondes, les gens vont swiper et du coup, t'es pas poussée dans l'algo. »*

Ces théories correspondent exactement à ce que Karizat, Delmonaco, Eslami et Andalibi (2021) appellent les algorithmic folk theories. Ce sont des explications informelles, construites collectivement à partir de l'expérience et de l'observation, sur le fonctionnement de l'algorithme. Ce qui est intéressant, c'est que ces théories ne sont pas forcément erronées. Elles capturent quelque chose de réel sur la logique de la plateforme. Mais ce qu'elles capturent aussi, c'est une inégalité de départ car pour des créateurs qui parlent de sujets liés à des identités marginalisées, toucher ce seuil

d'engagement initial est structurellement plus difficile, parce que leur communauté est par définition plus petite et moins exposée par la plateforme.

Pauline, qui a fait son mémoire sur TikTok, explique ce mécanisme de manière particulièrement précise : « *Il fonctionne par palier et il fonctionne par cible. Il va montrer la vidéo à 30 personnes. S'il y a plus de X% qui like la vidéo ou interagissent avec la vidéo, elle passe au palier d'au-dessus.* » Ce que ce système implique concrètement pour les créateurs marginalisés, c'est que si leurs premières 30 spectateurs sont des personnes qui ne leur correspondent pas ou pire, qui viennent pour les attaquer, leurs vidéos ne passent jamais au palier suivant. La logique de l'engagement comme seul critère de visibilité favorise donc mécaniquement les contenus qui parlent à une audience déjà large et déjà visible.

c) Un algorithme perçu comme opaque et injuste

« *C'est difficile à savoir, est-ce que c'est mon contenu qui n'est pas bon ou est-ce que c'est l'algorithme qui ne veut pas mettre en avant le contenu. Je ne peux pas le savoir.* »

Cette question que se pose Lisa est très intéressante parce qu'elle ne porte pas seulement sur l'algorithme, elle porte sur soi. Est-ce que je suis assez bien ? Est-ce que ce que je crée a de la valeur ? Ou est-ce que c'est le système qui ne veut pas de moi ? Cette impossibilité de répondre clairement à cette question est exactement ce que Cotter (2021) décrit avec le concept de black box gaslighting. Les plateformes nient l'existence du shadowban, et cette négation institutionnelle prive les utilisateurs de la capacité à nommer ce qui leur arrive. Quand leur contenu ne fonctionne pas, beaucoup se retournent contre eux-mêmes avant de se retourner contre le système.

Laura, femme noire, exprime cette même confusion avec une honnêteté désarmante : « *Les algorithmes ne sont pas justes avec tout le monde. Il y en a d'autres qui posent beaucoup plus régulièrement, qui sont vraiment actifs depuis peut-être 5 ans, ils n'ont toujours pas percé plus que ça. Alors qu'il y en a d'autres, ils font juste une vidéo super banal et ça monte direct.* » Ce sentiment d'arbitraire est omniprésent dans les entretiens. Et il est d'autant plus pesant pour les personnes marginalisées qu'elles n'ont pas d'explication claire à donner à leur manque de visibilité. Est-ce leur contenu, leur

identité, leurs hashtags, la qualité de leur image ? Rien ne leur permet de le savoir avec certitude, et la plateforme ne leur dit rien.

C'est précisément ce qu'Andersen (2020) souligne dans son approche interprétative des algorithmes. En effet, face à l'opacité des systèmes qui gouvernent leur vie numérique, les utilisateurs développent des théories pour donner du sens à leur expérience. Ces théories ne sont pas toujours techniquement exactes dans leurs détails, mais elles sont le reflet d'une expérience réelle d'inégalité. Et pour les publics minorisés, cette expérience d'inégalité est d'autant plus difficile à nommer qu'elle se superpose à des expériences d'invisibilisation qui existent déjà en dehors des réseaux.

3. Les stratégies d'adaptation et leurs limites

a) L'auto-censure et le contournement

« Mon petit jeu, c'est de m'amuser à remplacer des mots comme sexuel par magie, ou sorcellerie. Ça me fait rire. Ça ne déforme pas le propos. »

Face à la modération algorithmique, Christina a développé une stratégie de contournement qui est devenue presque un jeu. Elle remplace les mots qui risquent d'être détectés par des euphémismes qui sonnent absurdes mais qui préservent le sens de ce qu'elle veut dire. Cette pratique porte le nom d'algospeak dans la littérature. Steen, Yurechko et Klug (2023) ont étudié ce phénomène en détail sur TikTok et montrent que ce n'est pas une pratique marginale, c'est une composante normale de la communication pour les communautés marginalisées sur la plateforme.

Ce qui est intéressant dans le témoignage de Christina, c'est la manière dont elle s'est réapproprié cette contrainte. Elle en a fait quelque chose de créatif, presque subversif. Mais derrière l'humour, la réalité est moins légère car Christina ne devrait pas avoir à déformer les mots qui décrivent sa propre identité et sa propre vie pour éviter d'être pénalisée par un algorithme. C'est ce que Grison (2024) met en lumière dans sa thèse sur la modération des réseaux sociaux. En effet, les algorithmes de modération ne sont pas neutres, ils définissent quelles identités, quels corps, quelles expressions sont

légitimes dans l'espace numérique. Et pour Christina, l'algorithme a clairement décidé que certains mots liés à la transidentité et à la sexualité ne l'étaient pas.

Julien, homme trans noir et queer, a développé une stratégie similaire mais avec un objectif légèrement différent. Pour lui, les hashtags sont devenus un outil de protection autant que de visibilité : *« Le meilleur moyen par lequel j'ai pu faire ça, c'est les hashtags. Les hashtags FTM, LGBTQIA+... Du coup c'est toujours bien de mettre des hashtags pour te protéger de certaines choses et être sûr que c'est toujours le même groupe de personnes. »* Ce que Julien décrit, c'est une utilisation des hashtags non pas pour maximiser sa visibilité, mais pour la contrôler, pour s'assurer que son contenu n'arrive qu'aux personnes à qui il est destiné. C'est une forme d'invisibilité choisie, ce que Stegeman, Are et Poell (2024) appellent la *strategic invisibility*. Il s'agit d'une manière de reprendre le contrôle sur sa propre exposition en refusant de jouer le jeu d'une visibilité maximale qui expose sans protéger.

Ce qui est frappant, c'est que Julien précise que cette stratégie est venue après ses expériences de harcèlement : *« Avant les harcèlements, je mettais des hashtags parce que tout le monde en mettait. Maintenant mes hashtags sont beaucoup plus précis pour de bonnes raisons aussi. »* Les stratégies d'adaptation ne tombent donc pas du ciel. Elles se construisent dans la douleur, à partir d'expériences négatives qui apprennent aux créateurs à gérer leur présence en ligne de manière plus défensive.

b) La pression à la conformité

« On doit encore s'adapter à la majorité entre guillemets. On doit toujours s'adapter nous. Limite on doit se faire discrets et ne pas exister. »

Cette phrase de Paola est peut-être la plus forte de tous les entretiens. Parce qu'elle dit quelque chose qui dépasse largement la question de l'algorithme. Elle dit quelque chose sur ce que c'est que d'être une personne marginalisée dans un espace public, numérique ou non. Se faire discrète. Ne pas exister. Ce sont des injonctions que beaucoup de personnes LGBTQIA+ et racisées connaissent bien en dehors des réseaux aussi. Et TikTok, loin de les libérer de ces injonctions, les reproduit et les renforce.

Ce constat rejoint directement ce que Simpson et Semaan (2021) montrent dans leur étude sur les utilisateurs LGBTQIA+ sur TikTok lorsqu'ils évoquent le fait que la

plateforme est vécue de manière profondément ambivalente. D'un côté, elle peut offrir des espaces de communauté et de reconnaissance pour des personnes isolées. De l'autre, elle impose des contraintes qui poussent ces mêmes personnes à s'effacer, à adapter leur contenu, à éviter certains sujets. Cette ambivalence est au cœur de l'expérience de presque tous les participants de cette étude.

Charlotte, queer, non-binaire et lesbienne, vit cette pression à la conformité de manière particulièrement aiguë. Elle observe que quand elle est visible sur TikTok, c'est soit parce qu'elle est harcelée à cause de sa singularité, soit parce qu'elle est invisibilisée à cause de cette même singularité. Sa singularité n'est jamais mise en avant pour elle-même, célébrée ou reconnue comme une valeur. Elle est soit punie, soit ignorée. Elle note également que le même contenu, la même danse, le même sketch, fait par une personne qui rentre dans les critères dominants de la société sera beaucoup plus mis en avant que le même contenu fait par quelqu'un qui n'y rentre pas. Cette observation fait directement écho au concept de shadowban cycle documenté par Carolina Are (2022), ce processus répétitif et épuisant dans lequel les créateurs tentent de comprendre les règles, adaptent leur contenu, voient leur portée remonter, puis rechuter à nouveau sans explication.

D'ailleurs, ce n'est pas seulement Charlotte elle-même qui le formule ainsi. Sur son compte TikTok, sous une vidéo dans laquelle elle était prise pour cible, une de ses abonnés a laissé un commentaire qui dit exactement ce que la recherche académique met des pages à démontrer : « ça aurait été la même danse avec une meuf qui rentre dans vos critères de beauté, il y aurait pas eu autant de haine. » Ce commentaire démontre que ce n'est pas la danse ni le contenu qui pose problème. C'est le corps qui le porte, l'identité derrière, la façon dont Charlotte sort des cases dans lesquelles TikTok et une partie de ses utilisateurs voudraient la faire tenir. Ce que cet abonné a vu et nommé spontanément, c'est exactement ce que Williams, Chen, DeVito et To (2025) documentent lorsqu'ils parlent de monolithes algorithmiques. En effet, les créateurs qui ne correspondent pas aux normes dominantes ne sont pas jugés sur leur travail. Ils sont jugés sur ce qu'ils sont. Et quand ce qu'ils sont dérange, la haine prend le relais là où l'invisibilisation ne suffit plus.



Ce qui rend ce commentaire particulièrement précieux dans le cadre de cette recherche, c'est qu'il ne vient pas de Charlotte elle-même. Il vient d'une personne extérieure, qui a regardé la même vidéo, lu les mêmes attaques, et en a tiré une conclusion limpide sans avoir jamais lu un article académique sur le sujet. Cela confirme ce qu'Andersen (2020) défend à propos des théories profanes sur les algorithmes qui mettent en avant le fait que la connaissance sur les mécanismes d'invisibilisation ne se construit pas uniquement dans les laboratoires de recherche. Elle se construit aussi dans les sections commentaires, dans les échanges entre utilisateurs, dans cette intelligence collective et située qui émerge de l'expérience partagée.

Lisa apporte une réflexion particulièrement lucide sur ce que la pression à la conformité implique concrètement dans la pratique de la création de contenu. Elle décrit les longues heures passées à faire des recherches pour créer du contenu éducatif de qualité, et la frustration de voir ce contenu noyé sous des vidéos de divertissement qui n'ont demandé qu'une fraction de cet investissement. Elle pointe aussi quelque chose de plus systémique. En effet, les algorithmes, dit-elle, répondent à des normes sociétales. TikTok a été créé en Chine comme plateforme éducative, mais du côté occidental, il est devenu purement un espace de divertissement, parfois à outrance. Cette dérive n'est pas neutre pour les créateurs qui tentent

de faire passer des messages sérieux, surtout lorsqu'ils appartiennent à des communautés déjà marginalisées.

c) Résister, persévérer, choisir sa visibilité

« Même si c'est 500 réactions négatives, le contenu va quand même être poussé. Même si les gens s'écharpent en commentaires. Donc maintenant la question c'est de voir comment on joue avec ces codes-là. »

Face à tout ce qui précède, il serait réducteur de présenter les participants uniquement comme des victimes de mécanismes qui les dépassent. La grande majorité d'entre eux a développé des formes de résistance et des positionnements actifs qui témoignent d'une capacité d'agir réelle, même dans des conditions contraignantes. Pauline l'illustre de manière particulièrement frappante. Quand ses lives étaient supprimés par TikTok, elle ne s'y résignait pas. Elle postait des vidéos en demandant directement à TikTok d'arrêter, envoyait des contestations argumentées avec des captures d'écran, et citait explicitement l'homophobie dans ses recours. Et elle a presque toujours récupéré ses accès, même si elle ne sait pas avec certitude si c'est parce que la plateforme reconnaissait son erreur ou parce qu'elle avait exercé une pression suffisante.

Emile, femme trans et non-binaire, a adopté un positionnement similaire face au harcèlement. Elle explique que plus les gens la haïssent, plus elle fait du contenu. Cette résilience ne repose pas sur l'inconscience, elle repose sur une conviction claire qui a pour objectif de faire en sorte que son contenu aide des gens. Elle reçoit des messages de personnes qui lui disent qu'elles ont fait leur coming out depuis qu'elles regardent ses vidéos. Ce retour concret et humain lui donne la force de continuer malgré les attaques. C'est ce que Simpson, Hamann et Semaan (2022) décrivent comme la domestication de l'algorithme, ce processus par lequel les utilisateurs n'utilisent pas simplement TikTok, mais l'étudient, l'analysent, partagent leurs découvertes avec leurs pairs, et développent des pratiques collectives pour maintenir leur visibilité.

Margot, de son côté, a choisi une forme de résistance plus collective. Elle soutient activement d'autres créatrices de sa communauté en likant leurs vidéos, en commentant, en les mentionnant. Elle a compris que la visibilité peut se construire de manière solidaire, que l'engagement entre pairs a un effet réel sur les algorithmes, et que cette solidarité est une réponse pratique à des mécanismes qui favorisent les contenus déjà populaires. Cette

dimension collective de la résistance algorithmique est encore peu documentée dans la littérature, mais elle est présente dans plusieurs entretiens sous différentes formes.

Il faut cependant reconnaître les limites de ces stratégies. Comme le soulignent Steen et al. (2023) à propos de l'algospeak, ces pratiques sont temporaires. En effet, les algorithmes s'adaptent et finissent par détecter les nouveaux codes. Elles sont aussi exclusives, car elles supposent une connaissance des conventions communautaires que tous les créateurs n'ont pas d'emblée. Et elles ont un coût humain réel (le temps, l'énergie, l'attention permanente aux signaux de la plateforme). Cela représente une charge de travail invisible qui s'ajoute à la création de contenu elle-même. Cotter (2021) le formule clairement en abordant le fait que la résistance algorithmique est plus accessible à ceux qui disposent déjà d'une certaine visibilité. Un créateur avec des centaines de milliers d'abonnés qui témoigne de son shadowban aura beaucoup plus d'impact qu'un utilisateur ordinaire. La résistance reproduit donc, elle aussi, des inégalités.

Ce que cette troisième dimension révèle, au fond, c'est que les participants de cette étude ne sont ni des victimes passives ni des résistants héroïques. Ce sont des individus ordinaires qui naviguent avec intelligence, créativité et épuisement dans des systèmes qui n'ont pas été conçus pour eux, et qui trouvent malgré tout des façons d'exister, de se faire entendre, et parfois même de créer du lien et de la communauté. C'est peut-être là la dimension la plus importante de ce que ces quatorze entretiens donnent à voir.

13. Discussion et conclusion

Ce mémoire avait pour objectif de comprendre comment les publics minorisés, en particulier les personnes racisées et LGBTQIA+, vivent et interprètent les mécanismes d'invisibilisation algorithmique sur TikTok. Plus précisément, il s'agissait d'examiner la manière dont ces personnes perçoivent leur visibilité, comment elles donnent du sens au fonctionnement de l'algorithme et quelles stratégies elles développent pour s'adapter, contourner ou négocier les contraintes de la plateforme.

Les quatorze entretiens réalisés permettent d'apporter plusieurs éléments de réponse à cette question. Ils ne permettent pas de démontrer techniquement l'existence d'une discrimination algorithmique systématique, mais ils montrent que l'invisibilisation algorithmique constitue une expérience concrète et significative pour les personnes interrogées. Surtout, la confrontation entre les résultats de cette recherche et la littérature permet de distinguer ce que cette étude confirme, ce qu'elle nuance et ce qu'elle apporte de nouveau.

1. Des résultats qui confirment les principaux constats de la littérature

Un premier résultat important concerne la perception d'une visibilité qui n'est pas vécue comme neutre. Une grande partie des participants ont le sentiment que leur identité peut influencer la manière dont leurs contenus circulent sur TikTok. Ils ne décrivent pas uniquement des vidéos qui obtiennent moins de vues que prévu, mais une expérience plus durable d'incertitude et d'inégalité face à la visibilité.

Ce résultat rejoint directement les travaux de Duffy et Meisner (2023) sur la marginalité algorithmique. Ceux-ci montrent que les créateurs appartenant à des groupes marginalisés développent une forme de « conscience algorithmique », caractérisée par une attention constante aux signes permettant d'interpréter leur visibilité ou leur invisibilité. Les entretiens réalisés dans cette recherche confirment cette observation. Les participants surveillent leurs statistiques, comparent leurs performances à celles d'autres créateurs et cherchent à comprendre pourquoi certains contenus fonctionnent alors que d'autres restent peu visibles.

Les résultats rejoignent également les travaux consacrés aux expériences des personnes racisées et LGBTQIA+ sur TikTok. Les témoignages des personnes racisées font notamment écho aux recherches de Taylor et Abidin (2024), qui montrent que certaines communautés doivent construire leurs propres espaces de visibilité lorsque l'espace général de la plateforme

leur paraît moins favorable. De leur côté, les participants LGBTQIA+ décrivent TikTok comme un espace profondément ambivalent : la plateforme permet de rencontrer des personnes partageant les mêmes expériences, de trouver une communauté et de s'exprimer, mais elle peut également devenir un espace de harcèlement, de censure ou d'invisibilisation. Cette ambivalence rejoint les conclusions de Simpson et Semaan (2021).

Les résultats confirment aussi l'importance des « théories populaires de l'algorithme » développées par Andersen (2020) et Karizat et al. (2021). Les participants ne connaissent pas le fonctionnement interne de l'algorithme, mais ils élaborent malgré tout leurs propres explications à partir de leurs expériences, de leurs statistiques et des échanges avec d'autres créateurs. Ces interprétations ne doivent donc pas être considérées uniquement comme des croyances éventuellement erronées. Elles constituent aussi une manière de donner du sens à une expérience difficile à expliquer et ont des conséquences concrètes sur les pratiques des utilisateurs.

Enfin, les stratégies observées dans les entretiens confirment plusieurs résultats de la littérature. Les participants utilisent notamment des modifications de vocabulaire, des hashtags spécifiques, l'évitement de certains sujets ou encore différentes formes de contournement. Ces pratiques font écho aux travaux sur l'algospeak de Steen et al. (2023) et à ceux de Simpson, Hamann et Semaan (2022) sur la domestication de l'algorithme.

Ainsi, sur plusieurs dimensions, cette recherche confirme les connaissances déjà établies. En effet, les publics minorisés font l'expérience d'une visibilité incertaine, développent des interprétations de l'algorithme et mettent en place des stratégies pour composer avec celui-ci.

2. Des résultats qui permettent toutefois de nuancer la littérature

Si les résultats confirment plusieurs constats de la littérature, ils permettent également de les nuancer. Le premier élément concerne la relation entre visibilité et invisibilité. La littérature présente souvent l'invisibilisation comme une diminution de la portée des contenus et la résistance comme une recherche de visibilité. Or, les entretiens montrent que cette opposition est trop simple.

Les participants ne cherchent pas systématiquement à obtenir davantage de visibilité. Dans certains cas, ils cherchent au contraire à contrôler leur exposition. Julien explique notamment que, depuis ses expériences de harcèlement, il utilise des hashtags beaucoup plus précis afin

que ses contenus atteignent principalement les personnes concernées. Les hashtags ne sont donc plus uniquement un outil destiné à augmenter la portée d'une publication, ils deviennent également un moyen de sélectionner son audience et de se protéger.

Ce résultat permet de nuancer la conception de la visibilité comme objectif nécessairement recherché. La visibilité peut être souhaitée lorsqu'elle permet de rencontrer une communauté ou de faire entendre une voix, mais elle peut devenir problématique lorsqu'elle entraîne une exposition à la haine, au harcèlement ou à une surveillance accrue. La visibilité n'est donc pas simplement une ressource à maximiser : elle devient une ressource à gérer.

Cette observation rejoint le concept de « strategic invisibility » proposé par Stegeman, Are et Poell (2024), mais les entretiens permettent de montrer concrètement comment cette stratégie se construit. Elle n'est pas toujours le résultat d'un choix initial et réfléchi. Elle peut apparaître après une expérience négative. Dans le cas de Julien, la modification de ses pratiques de publication intervient après des expériences de harcèlement. L'adaptation à l'algorithme est donc aussi une adaptation à l'environnement social dans lequel l'algorithme fonctionne.

Un deuxième élément de nuance concerne la relation entre visibilité et engagement. Les résultats montrent que la visibilité peut être produite par des interactions négatives. Certains contenus liés aux identités minorisées suscitent des réactions hostiles, ce qui peut paradoxalement augmenter leur circulation. L'analyse exploratoire de traces numériques réalisée dans cette recherche met notamment en évidence des situations où le nombre de commentaires et de partages est important malgré un nombre de likes relativement faible. Cette observation ne permet pas d'affirmer que l'algorithme valorise directement la haine, mais elle suggère que les formes d'engagement négatives peuvent participer à la circulation d'un contenu.

Cette situation produit un paradoxe particulièrement important : être davantage visible ne signifie pas nécessairement être mieux visible. Une personne peut gagner en visibilité précisément parce qu'elle est la cible de réactions hostiles. La visibilité devient alors une forme d'exposition subie plutôt qu'une reconnaissance. Ce résultat permet d'aller plus loin que la littérature qui traite principalement de l'opposition entre visibilité et invisibilité : dans les expériences recueillies, il existe aussi une troisième situation, celle d'une visibilité hostile.

Cette visibilité hostile permet également de comprendre autrement l'ambivalence de TikTok. La plateforme ne fait pas seulement alterner des moments de visibilité et d'invisibilité. Elle

peut simultanément rendre une personne visible auprès d'une communauté qui la soutient et visible auprès d'un public qui la harcèle. La question n'est donc pas seulement « suis-je visible ? », mais aussi « auprès de qui suis-je visible et dans quelles conditions ? ».

3. Un apport important : l'invisibilisation comme processus qui transforme les pratiques

L'un des principaux apports de cette recherche est de montrer que l'invisibilisation ne doit pas uniquement être étudiée comme un résultat algorithmique. Elle doit également être comprise comme un processus qui transforme progressivement les comportements des utilisateurs.

Les entretiens montrent une véritable chaîne entre expérience, interprétation et action. Une baisse de visibilité ou une expérience de harcèlement conduit les participants à chercher une explication. Cette explication entraîne ensuite une modification des pratiques : changer les hashtags, modifier certains mots, éviter certains sujets, archiver des contenus, limiter son exposition ou privilégier certains espaces de publication. L'algorithme n'est donc pas seulement quelque chose qui agit sur les utilisateurs ; il devient progressivement quelque chose autour duquel les utilisateurs organisent leurs pratiques.

Ce résultat prolonge les travaux sur la domestication de l'algorithme, mais il permet d'insister davantage sur son coût. Les stratégies d'adaptation demandent du temps, de l'attention et une surveillance permanente des réactions de la plateforme. Elles constituent donc une forme de travail supplémentaire qui n'est pas nécessairement visible dans les statistiques. Le créateur ne doit plus seulement produire du contenu, il doit également apprendre à anticiper les réactions d'un système opaque.

Cette charge est particulièrement importante pour les personnes qui publient sur des sujets liés à leur identité. Pour elles, modifier un mot, archiver une vidéo ou éviter un thème ne constitue pas simplement une décision technique. Cela peut signifier modifier la manière dont elles racontent leur propre expérience. Christina, par exemple, utilise des euphémismes pour évoquer certains sujets liés à la sexualité et à la transidentité. Cette pratique peut être créative, mais elle montre aussi que certains utilisateurs doivent adapter le langage utilisé pour parler d'eux-mêmes afin de rester visibles.

L'invisibilisation algorithmique peut ainsi avoir des conséquences qui dépassent la visibilité elle-même. Elle peut influencer ce que les personnes disent, la manière dont elles le disent et les parties de leur identité qu'elles choisissent de montrer.

4. La pression à la conformité : un résultat qui dépasse la seule question algorithmique

Un autre apport important des entretiens concerne la pression à la conformité. Plusieurs participants ont le sentiment que, pour obtenir de la visibilité, ils doivent se rapprocher de normes qu'ils ne représentent pas nécessairement.

La phrase de Paola selon laquelle il faut « s'adapter à la majorité » et parfois « se faire discrets et ne pas exister » illustre particulièrement bien cette perception. Les résultats montrent ainsi que les participants ne considèrent pas toujours l'algorithme comme un système isolé du reste de la société. Ils le perçoivent plutôt comme un système susceptible de reproduire des normes sociales déjà présentes.

Cette observation rejoint les travaux présentés dans la revue de littérature sur les biais, les normes de genre, la racialisation et la modération des corps et des sexualités. Cependant, les entretiens apportent une dimension supplémentaire : ils montrent comment cette pression est ressentie dans les pratiques quotidiennes.

Charlotte décrit notamment une situation paradoxale dans laquelle sa singularité peut conduire soit à l'invisibilisation, soit à une visibilité liée au harcèlement. Son contenu n'est donc pas nécessairement jugé uniquement pour ce qu'il est ; l'identité de la personne qui le porte devient elle-même un élément déterminant de la réception.

L'intérêt de ce résultat est qu'il permet de déplacer légèrement le regard. La question n'est plus seulement de savoir si l'algorithme favorise ou défavorise certains contenus, mais de comprendre quels types de personnes peuvent être visibles sans devoir modifier leur manière d'être ou de s'exprimer.

5. Une résistance qui est aussi collective

La littérature présente déjà différentes formes de résistance algorithmique : algospeak, contournement, domestication, contestation du shadowban ou invisibilité stratégique. Les résultats de cette recherche confirment l'existence de ces pratiques, mais font apparaître une dimension qui mérite d'être davantage soulignée : leur dimension collective.

Plusieurs participants ne cherchent pas uniquement à améliorer leur propre visibilité. Ils soutiennent également d'autres créateurs appartenant à leur communauté en likant leurs contenus, en commentant leurs publications ou en les mentionnant. La visibilité devient alors

une ressource qui peut être construite collectivement plutôt qu’individuellement. Cette dimension apparaît notamment dans le témoignage de Margot.

Cette observation permet de compléter l’idée de domestication de l’algorithme. Les utilisateurs n’apprennent pas seulement à comprendre l’algorithme pour leur propre compte, ils partagent leurs connaissances et développent des formes d’entraide. Les communautés minorisées apparaissent ainsi non seulement comme des groupes exposés aux contraintes de la plateforme, mais aussi comme des espaces de production de connaissances et de stratégies.

La résistance ne consiste donc pas toujours à « battre » l’algorithme. Elle peut consister à apprendre collectivement à évoluer dans ses contraintes, à transmettre des connaissances et à créer des espaces de visibilité alternatifs.

6. Un apport supplémentaire : penser ensemble les différentes appartenances minorisées

La revue de littérature soulignait déjà le manque de recherches portant sur les personnes appartenant simultanément à plusieurs groupes minorisés. Les entretiens réalisés permettent d’apporter quelques éléments à cette question, même s’ils ne permettent pas d’établir une comparaison systématique.

Les participants ne vivent pas tous les mêmes expériences. Les personnes racisées, les personnes LGBTQIA+ et les personnes cumulant plusieurs appartenances minorisées peuvent être confrontées à des formes différentes de visibilité, de harcèlement et de pression à la conformité. Les expériences rapportées montrent notamment que certaines personnes doivent négocier plusieurs dimensions identitaires simultanément.

Cela apparaît particulièrement dans les témoignages de personnes à la fois racisées et LGBTQIA+, pour lesquelles certaines identités peuvent être difficilement reconnues au sein même des communautés auxquelles elles appartiennent. Cette situation montre que la notion de « public minorisé » ne doit pas être considérée comme une catégorie homogène. Les résultats invitent au contraire à penser la visibilité algorithmique de manière intersectionnelle.

L’apport de ce mémoire n’est donc pas de démontrer qu’une identité particulière serait systématiquement plus invisibilisée qu’une autre. Il est plutôt de montrer que l’expérience de la visibilité dépend de la combinaison des identités, des contenus produits, du contexte de publication et des réactions du public.

7. Réponse à la question de recherche

À la lumière de l'ensemble de ces résultats, la question de recherche peut être reformulée en trois constats principaux.

Premièrement, les publics minorisés interrogés vivent la visibilité sur TikTok comme une expérience incertaine et inégalement distribuée. Ils associent parfois cette expérience à leur identité et développent une attention particulière aux signes de visibilité ou d'invisibilité.

Deuxièmement, ils interprètent l'algorithme à partir de leurs expériences. Face à l'opacité du système, ils construisent des connaissances pratiques et des théories populaires qui leur permettent d'expliquer ce qu'ils observent. Ces interprétations ont ensuite des effets sur leurs comportements.

Troisièmement, ils développent des stratégies multiples pour négocier leur visibilité. Ces stratégies vont de l'autocensure et du contournement à la résistance, à l'entraide communautaire et au choix d'une visibilité plus sélective. Elles témoignent d'une capacité d'agir réelle, mais également d'un coût humain important.

La principale conclusion de cette recherche est donc que l'invisibilisation algorithmique ne peut pas être comprise uniquement comme une question technique. Elle constitue aussi une expérience sociale qui transforme les manières de publier, de parler de soi, de se protéger et d'entrer en relation avec les autres.

8. Conclusion générale

Ce mémoire ne permet pas d'affirmer que TikTok discrimine systématiquement les personnes racisées ou LGBTQIA+ à travers son algorithme. Une telle affirmation nécessiterait un accès aux données internes de la plateforme et une méthodologie permettant d'observer directement les mécanismes de recommandation. En revanche, les quatorze entretiens montrent clairement que de nombreux participants vivent leur rapport à la visibilité comme une expérience inégale et difficile à expliquer.

L'intérêt de cette recherche est précisément de déplacer la question. Il ne s'agit pas seulement de demander si un algorithme invisibilise objectivement certains contenus, mais également de comprendre ce que produit l'incertitude lorsque les personnes ne savent pas pourquoi elles sont vues, moins vues ou davantage exposées.

Les résultats montrent que cette incertitude n'est pas sans conséquence. Elle conduit les créateurs à surveiller leurs statistiques, à construire leurs propres théories de l'algorithme, à modifier leur vocabulaire, à sélectionner leurs hashtags, à éviter certains sujets ou à contrôler davantage leur exposition. Autrement dit, l'algorithme agit aussi indirectement en transformant les comportements de ceux qui doivent composer avec lui.

Le travail de recherche met également en évidence un paradoxe essentiel : être visible n'est pas toujours être reconnu. Pour certains participants, la visibilité peut permettre de trouver une communauté, de transmettre un message ou d'aider d'autres personnes. Pour d'autres, elle peut aussi entraîner du harcèlement, des réactions haineuses ou une exposition qu'ils ne souhaitent pas. La question centrale n'est donc peut-être pas uniquement celle de la visibilité, mais celle du contrôle de sa propre visibilité.

C'est finalement ce que les quatorze entretiens donnent le mieux à voir. Les participants ne sont ni de simples victimes d'un système algorithmique qu'ils subiraient passivement, ni des utilisateurs capables de maîtriser parfaitement la plateforme. Ils évoluent entre adaptation, résistance, fatigue, créativité et solidarité. Ils apprennent à composer avec un système opaque tout en essayant de préserver leur capacité à parler, à créer et à exister en ligne.

Ainsi, l'apport principal de ce mémoire est de montrer que l'invisibilisation algorithmique ne se situe pas uniquement « dans » l'algorithme. Elle se situe également dans les effets qu'il produit sur les individus : dans leurs perceptions, leurs doutes, leurs choix de publication, leurs stratégies de protection et leurs relations avec les autres. Étudier ces expériences permet donc de compléter les approches techniques de l'invisibilisation par une compréhension plus humaine et située du phénomène.

Cette recherche ouvre enfin plusieurs pistes. Il serait notamment pertinent de poursuivre l'étude auprès d'un échantillon plus large et plus diversifié, de comparer plusieurs plateformes, de mener des recherches longitudinales permettant d'observer l'évolution des stratégies des créateurs, mais également de croiser les témoignages avec des données quantitatives et des traces numériques plus nombreuses. Une attention particulière devrait aussi être accordée aux personnes cumulant plusieurs appartenances minorisées afin de mieux comprendre les effets de l'intersectionnalité sur la visibilité numérique.

En définitive, si ce mémoire ne permet pas de voir directement ce qui se passe « sous le capot » de l'algorithme, il permet de montrer ce qui se passe du côté de ceux qui doivent vivre avec

lui. Et c'est précisément dans cet écart entre l'opacité du système et l'expérience très concrète des individus que se situe l'un des enjeux majeurs de l'invisibilisation algorithmique.

14. Limites des résultats

Toute recherche a ses limites, et celle-ci ne fait pas exception. Les reconnaître honnêtement, ce n'est pas minimiser ce qui a été fait. C'est au contraire une façon de situer correctement ce que ces résultats permettent de dire, et ce qu'ils ne permettent pas de dire.

La première limite, et sans doute la plus fondamentale, c'est la taille de l'échantillon. Ce mémoire repose sur 14 entretiens. C'est suffisant pour faire émerger des tendances, des récurrences, des logiques communes. Mais ce n'est pas suffisant pour généraliser. Les expériences recueillies sont riches et cohérentes entre elles, mais elles ne représentent pas l'ensemble des personnes racisées et LGBTQIA+ qui créent du contenu sur TikTok. Il y a forcément des vécus qui n'ont pas été capturés, des profils qui manquent, des expériences radicalement différentes de celles qui sont décrites ici. Il convient également de souligner que les participants ont été recrutés sur une base volontaire. Dès lors, il est possible que les personnes ayant accepté de participer à cette recherche aient été davantage sensibilisées aux questions de visibilité, de discrimination ou de modération sur les plateformes numériques. Ce mode de recrutement peut avoir favorisé la présence de personnes ayant déjà réfléchi à ces enjeux ou ayant vécu des expériences marquantes en lien avec la problématique étudiée.

Une seconde limite concerne la nature même du phénomène étudié. Cette recherche ne permet pas d'observer directement le fonctionnement interne des systèmes de recommandation de TikTok ni de vérifier empiriquement l'existence de mécanismes discriminatoires au sein de l'algorithme. Les résultats présentés reposent principalement sur les expériences, les perceptions et les interprétations formulées par les participants à partir de leur propre usage de la plateforme. Dès lors, cette étude ne cherche pas à démontrer l'existence d'une discrimination algorithmique, mais à comprendre comment certains créateurs et créatrices appartenant à des groupes minorisés donnent du sens aux variations de visibilité qu'ils observent et comment ces interprétations influencent leurs pratiques numériques.

La plupart des personnes interviewées ont été contactées via des réseaux de proximité, des recommandations, ou des communautés en ligne déjà sensibilisées à ces questions. Ce mode de recrutement, qu'on appelle en recherche qualitative l'échantillonnage par réseau ou « boule de neige », a l'avantage de créer un climat de confiance propice à des témoignages sincères. Mais il a aussi un inconvénient majeur. En effet, il surreprésente les personnes déjà conscientes et articulées sur les questions d'invisibilisation algorithmique. Les créateurs qui subissent ces

mécanismes sans les avoir jamais nommés, sans avoir les mots pour les décrire, ou sans être connectés à ces réseaux de sensibilisation, sont probablement absents de ce corpus. Ce qui signifie que les résultats reflètent peut-être davantage une avant-garde réflexive qu'une réalité moyenne.

Il y a aussi une limite liée au profil géographique et culturel des participants. Les personnes interviewées viennent de France et de Belgique, deux pays francophones d'Europe occidentale qui partagent un certain nombre de références culturelles et politiques. Ce cadre géographique relativement resserré a une conséquence directe qui est le fait que les résultats sont situés, et cette situation limite leur portée. TikTok est une plateforme mondiale, et les expériences d'invisibilisation algorithmique peuvent varier considérablement selon les contextes nationaux, les langues utilisées, les cultures locales, ou même les paramètres géographiques de l'algorithme lui-même. Ce que vivent des créateurs francophones en France ou en Belgique n'est pas forcément transposable à ce que vivent des créateurs anglophones américains, des créateurs africains, ou des créateurs évoluant dans des contextes politiques et sociaux très différents. Par ailleurs, même entre la France et la Belgique, il existe des différences de contexte social, de politiques publiques, et de rapport aux minorités qui auraient pu mériter une attention plus systématique dans l'analyse.

Une autre limite importante tient à la nature même de la méthode utilisée. Cette recherche repose exclusivement sur des entretiens qualitatifs, c'est-à-dire sur ce que les personnes disent de leur expérience. C'est une approche précieuse pour comprendre les perceptions et les interprétations subjectives, ce qui était précisément l'objectif de ce mémoire. Mais elle ne permet pas de vérifier objectivement si les mécanismes décrits existent réellement dans l'algorithme. On ne peut pas, à partir de ces entretiens, confirmer qu'une vidéo a effectivement été shadowbann, ou qu'une identité a objectivement été pénalisée par le système. Ce qu'on sait, c'est que ces personnes le perçoivent et le vivent comme tel, ce qui est déjà en soi très significatif, mais ce n'est pas la même chose qu'une démonstration technique.

Cette limite méthodologique en entraîne une autre qui est l'impossibilité d'accéder aux données de la plateforme. TikTok ne communique pas sur le fonctionnement interne de son algorithme. Les créateurs n'ont accès qu'à des statistiques de surface comme le nombre de vues, le taux de complétion et les interactions. Ils n'ont aucun accès aux décisions de distribution, aux catégories attribuées à leurs contenus, aux raisons d'une baisse de portée soudaine. Cette opacité est précisément ce que ce mémoire documente comme une violence ordinaire, mais elle

constitue aussi une limite structurelle pour la recherche elle-même. Sans accès aux données internes, il est impossible de croiser les perceptions recueillies avec des preuves algorithmiques concrètes. On travaille nécessairement à partir de ce que les gens observent et ressentent, sans pouvoir aller voir ce qui se passe vraiment sous le capot.

Il faut aussi mentionner le biais de désirabilité sociale, inhérent à tout entretien. Même dans un cadre bienveillant et anonymisé, les personnes interviewées peuvent avoir tendance à formuler leurs expériences d'une façon qui correspond à ce qu'elles pensent être attendu d'elles, ou qui valorise leur propre rôle dans la situation. Certains récits de résistance, par exemple, sont peut-être présentés de façon plus héroïque qu'ils ne le sont vécus au quotidien. Certaines souffrances, à l'inverse, sont peut-être minimisées par pudeur ou par habitude. Ce n'est pas une critique des personnes interviewées, c'est simplement la nature de l'exercice. Le récit de soi est toujours une reconstruction, jamais un accès direct à la réalité brute.

La question du genre et des intersections identitaires mériterait aussi d'être approfondie. Ce mémoire regroupe sous le même prisme des personnes racisées et des personnes LGBTQIA+, deux catégories qui se recoupent parfois mais qui ne vivent pas les mêmes réalités. Et à l'intérieur même de ces catégories, les expériences sont très hétérogènes. Une femme trans noire ne vit pas la même chose qu'un homme gay blanc. Une femme lesbienne d'origine asiatique ne vit pas la même chose qu'une personne non-binaire d'origine européenne. L'intersectionnalité est bien présente dans l'analyse, mais elle aurait mérité encore plus de développement, avec peut-être des comparaisons systématiques entre profils pour mieux identifier ce qui relève de la race, ce qui relève du genre, ce qui relève de l'orientation sexuelle, et ce qui relève de leur combinaison.

Il y a également une limite temporelle à prendre en compte. TikTok est une plateforme en constante évolution. Son algorithme change régulièrement, ses règles de modération sont mises à jour, ses politiques évoluent. Les expériences décrites dans ce mémoire sont situées dans un moment précis, celui des entretiens. Ce qui était vrai au moment de la collecte des données ne l'est peut-être plus entièrement aujourd'hui, ou ne le sera plus dans six mois. Cela ne rend pas les résultats caducs, mais ça signifie qu'ils ont une durée de vie limitée, et que ce type de recherche gagnerait à être renouvelé régulièrement pour suivre l'évolution des pratiques et des perceptions.

Enfin, il faut être honnête sur une limite qui tient à la posture du chercheur lui-même. Mener des entretiens sur des sujets aussi sensibles que le harcèlement, la discrimination, et

l'invisibilisation demande une vigilance constante. Il est difficile de ne pas être affecté par ce qu'on entend, et cette proximité émotionnelle avec le sujet peut influencer, même inconsciemment, la façon dont on pose les questions, dont on relance, dont on interprète les réponses. Ce mémoire a essayé de maintenir une rigueur analytique tout au long du processus, mais cette limite ne peut pas être complètement éliminée. Elle fait partie de la recherche qualitative, et la nommer honnêtement est la meilleure façon d'en tenir compte.

Ces limites ne remettent pas en cause la valeur de ce qui a été fait. Elles le situent. Et elles ouvrent, en creux, des pistes pour des recherches futures telles que des études à plus grande échelle, des approches mixtes combinant entretiens et analyse de données, des comparaisons internationales, ou encore des recherches longitudinales qui suivraient les mêmes créateurs dans le temps pour observer comment leurs perceptions et leurs stratégies évoluent. Il y a encore beaucoup à faire. Ce mémoire est une contribution parmi d'autres, et c'est exactement ce qu'il prétend être.

15. Pistes pour de futures recherches

Si ce mémoire a permis de poser des bases et de documenter des expériences réelles, il a aussi, en creux, révélé tout ce qu'il reste encore à explorer. Voici les pistes qui semblent les plus importantes et les plus prometteuses pour la suite.

La première piste, la plus évidente, serait d'élargir l'échantillon. Une quinzaine d'entretiens, c'est suffisant pour faire émerger des logiques, mais ce n'est pas suffisant pour les consolider. Une recherche future pourrait s'appuyer sur un corpus beaucoup plus large, avec des dizaines voire des centaines de témoignages, pour vérifier si les tendances observées ici se confirment à plus grande échelle, ou si elles sont propres à un profil particulier de créateurs. On pourrait aussi chercher à diversifier davantage les profils avec des créateurs moins politisés, moins conscients des enjeux algorithmiques, des personnes qui n'ont jamais mis de mots sur ce qu'elles vivent, pour voir si leurs expériences rejoignent celles documentées ici ou si elles s'en éloignent.

Dans la continuité de ça, il serait très intéressant de mener une recherche comparative internationale. Ce mémoire est ancré dans un contexte franco-belge. Mais TikTok est une plateforme mondiale, et les dynamiques d'invisibilisation ne sont probablement pas les mêmes partout. Est-ce que des créateurs racisés aux États-Unis vivent les mêmes choses que des

créateurs racisés en France ? Est-ce que des personnes trans en Amérique latine ont les mêmes stratégies d'adaptation que celles décrites ici ? Est-ce que le contexte politique d'un pays, ses lois sur la haine en ligne, son rapport aux minorités, change la façon dont les algorithmes affectent ces communautés ? Ces questions méritent d'être posées, et elles ne peuvent l'être qu'à travers une comparaison internationale sérieuse.

Une autre piste majeure serait de combiner l'approche qualitative avec une analyse de données quantitatives. Ce mémoire documente des perceptions. Ce qu'il ne peut pas faire, c'est les vérifier. Une recherche future pourrait croiser des entretiens avec une analyse concrète des statistiques de publication. En effet, elle pourrait comparer les taux de portée, les taux d'engagement, les dynamiques de croissance entre des créateurs minorisés et des créateurs qui correspondent davantage aux normes dominantes. Ce type d'approche mixte permettrait de passer du ressenti à la démonstration, et de dire non plus seulement « ces personnes perçoivent une invisibilisation » mais « voici les données qui confirment ou infirment cette perception. » C'est un saut méthodologique important, mais c'est aussi celui qui donnerait le plus de poids aux résultats.

Dans cette même logique, il serait précieux de développer des outils de mesure de l'invisibilisation algorithmique. Aujourd'hui, il n'existe pas de méthode standardisée pour détecter un shadowban, mesurer une pénalisation de contenu, ou comparer objectivement la portée de vidéos similaires produites par des profils différents. Des chercheurs en informatique, en science des données, et en sciences sociales pourraient travailler ensemble pour construire ces outils. Ce serait un apport considérable, non seulement pour la recherche académique, mais aussi pour les créateurs eux-mêmes, qui auraient enfin des moyens concrets de documenter ce qu'ils vivent.

Il serait aussi très pertinent d'approfondir la question de l'intersectionnalité. Ce mémoire regroupe sous un même regard des personnes racisées et des personnes LGBTQIA+, mais ces catégories se croisent de façons très diverses, et chaque combinaison produit des expériences spécifiques. Une recherche future pourrait se concentrer sur des sous-groupes précis comme les femmes trans noires, les hommes gays racisés, les personnes non-binaires, les créateurs qui cumulent plusieurs identités minorisées, pour voir comment ces intersections jouent concrètement sur les dynamiques de visibilité.

Une piste qui n'a pas été effleurée dans ce mémoire, c'est la comparaison entre plateformes. TikTok a été le terrain de cette recherche, mais Instagram, YouTube, Twitter/X, ou encore

Twitch fonctionnent avec des logiques algorithmiques différentes, des politiques de modération différentes, des cultures d'usage différentes. Est-ce que les créateurs minorisés vivent les mêmes choses sur Instagram que sur TikTok ? Est-ce que certaines plateformes sont perçues comme plus bienveillantes, plus sûres, plus équitables ? Plusieurs personnes interviewées dans ce mémoire ont évoqué des différences entre les plateformes, mais sans que ce soit l'objet central de la recherche. Ce serait une direction très riche à explorer de façon systématique.

Il serait également intéressant de mener des recherches longitudinales, c'est-à-dire de suivre les mêmes créateurs dans le temps, sur plusieurs mois ou plusieurs années. Les perceptions et les stratégies évoluent. Une personne qui débute sur TikTok ne vit pas la même chose qu'une personne qui crée depuis trois ans. Les mécanismes d'adaptation se construisent progressivement, les carapaces psychologiques aussi. Comprendre cette évolution dans le temps permettrait de saisir comment les créateurs minorisés apprennent à habiter un espace qui ne leur est pas favorable, et à quel prix cette adaptation se fait sur la durée.

La question de la santé mentale mériterait une recherche à part entière. Ce mémoire a documenté des effets psychologiques réels tels que la fatigue, l'anxiété, la remise en question de soi, l'exposition à des violences graves. Mais ce n'était pas l'objet central de la recherche, et ces effets n'ont donc pas été explorés avec toute la profondeur qu'ils méritent. Une recherche en psychologie sociale ou en santé publique pourrait s'emparer de cette question de façon plus rigoureuse, en mesurant par exemple l'impact du harcèlement en ligne sur l'estime de soi, sur la santé mentale, sur les comportements de création et de publication. Ce serait une contribution importante, à la fois pour la recherche et pour les politiques de prévention.

Une autre piste qui semble prometteuse, c'est d'aller interroger les plateformes elles-mêmes. Ce mémoire documente ce que les créateurs perçoivent, mais il ne donne pas accès au point de vue des ingénieurs, des modérateurs, des équipes de politique de contenu. Des entretiens avec des personnes travaillant chez TikTok, ou avec d'anciens employés, pourraient apporter un éclairage précieux sur la façon dont les décisions algorithmiques sont prises, sur ce qui est priorisé, sur ce qui est sacrifié. C'est une piste difficile d'accès, les plateformes étant peu enclines à la transparence, mais pas impossible, notamment via des lanceurs d'alerte ou des recherches menées en partenariat avec des organisations de défense des droits numériques.

Enfin, il serait utile d'explorer davantage les formes de résistance collective. Ce mémoire documente surtout des stratégies individuelles en questionnant comment chaque créateur, seul, s'adapte, contourne et résiste. Mais il existe aussi des formes de résistance collective, des

communautés qui s'organisent pour se protéger mutuellement, des réseaux de solidarité, des initiatives militantes qui tentent de peser sur les politiques des plateformes. Ces dynamiques collectives sont encore peu documentées dans la littérature, et elles mériteraient une attention particulière, parce qu'elles représentent peut-être la réponse la plus puissante à une invisibilisation qui, elle, est structurelle.

Ce que toutes ces pistes ont en commun, c'est qu'elles partent toutes du même constat : on ne sait pas encore assez. On sait que quelque chose se passe, on sait que ça touche des personnes réelles de façon concrète et douloureuse, et on sait que les plateformes n'ont aucun intérêt à en parler. C'est précisément pour ça que la recherche a un rôle essentiel à jouer. Pas pour donner des réponses définitives, mais pour continuer à poser les bonnes questions, à documenter les expériences invisibilisées, et à mettre des mots sur ce que beaucoup vivent sans pouvoir encore le nommer.

16. Bibliographie

Andersen, J. (2020). Understanding and interpreting algorithms: Toward a hermeneutics of algorithms. *Media, Culture & Society*, 42(7–8), 1479–1494. <https://doi.org/10.1177/0163443720919373>

Are, C. (2022). The shadowban cycle: An autoethnography of pole dancing, nudity and censorship on Instagram. *Feminist Media Studies*, 22(8), 2002–2019. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1928259>

Bishop, S. (2021). Influencer management tools: Algorithmic cultures, brand safety, and bias. *Social Media + Society*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.1177/20563051211003066>

Cotter, K. (2021). "Shadowbanning is not a thing": Black box gaslighting and the power to independently know and credibly critique algorithms. *Information, Communication & Society*, 26(6), 1226–1243. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1994624>

Dominique Boullier. (2020). Les traces numériques et le pouvoir d'agir des répliques. Dans Mélanie Millette, Florence Millerand, David Myles, & Guillaume Latzko-Toth (dir.), *Méthodes de recherche en contexte numérique : Une orientation qualitative* (pp. 39-55). Presses de l'Université de Montréal.

Duffy, B. E. (2017). *(Not) getting paid to do what you love: Gender, social media, and aspirational work*. Yale University Press.

Duffy, B. E., & Meisner, C. (2023). Platform governance at the margins: Social media creators' experiences with algorithmic (in)visibility. *Media, Culture & Society*, 45(2), 285–304. <https://doi.org/10.1177/01634437221111923>

Grisson, T. (2024). *Faire dire, faire taire. La modération (algorithmique) des réseaux sociaux numériques au prisme des sexualités* [Thèse de doctorat, Université Sorbonne Paris Nord]. <https://theses.fr/2024SORUL171>

Karizat, N., Delmonaco, D., Eslami, M., & Andalibi, N. (2021). Algorithmic Folk Theories and Identity: How TikTok Users Co-Produce Knowledge of Identity and Engage in Algorithmic Resistance. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), Article 305, 1–44. <https://doi.org/10.1145/3476046>

Lookingbill, V., & Le, K. (2024). "There's always a way to get around the guidelines": Nonsuicidal self-injury and content moderation on TikTok. *Social Media + Society*, 10(2), 1–11. <https://doi.org/10.1177/20563051241254371>

Mélanie Millette, Florence Millerand, David Myles, & Guillaume Latzko-Toth. (2020). Introduction. Dans M. Millette, F. Millerand, D. Myles et G. Latzko-Toth (dir.), *Méthodes de recherche en contexte numérique : Une orientation qualitative* (pp. 15-21). Presses de l'Université de Montréal.

Myles, D., Duguay, S., & Flores Echaiz, L. (2023). Mapping the social implications of platform algorithms for LGBTQ+ communities. *Journal of Digital Social Research*, 5(4), 1–30. <https://doi.org/10.33621/jdsr.v5i4.162>

Obermeyer, Z., Powers, B., Vogeli, C., & Mullainathan, S. (2019). Dissecting racial bias in an algorithm used to manage the health of populations. *Science*, 366(6464), 447–453. <https://doi.org/10.1126/science.aax2342>

Simpson, E., & Semaan, B. (2021). For you, or for "you"? Everyday LGBTQ+ encounters with TikTok. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(CSCW3), Article 252, 1–34. <https://doi.org/10.1145/3432951>

Simpson, E., Hamann, A., & Semaan, B. (2022). How to tame "your" algorithm: LGBTQ+ users' domestication of TikTok. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(GROUP), Article 22, 1–27. <https://doi.org/10.1145/3492841>

Steen, E., Yurechko, K., & Klug, D. (2023). You can (not) say what you want: Using algospeak to contest and evade algorithmic content moderation on TikTok. *Social Media + Society*, 9(3), 1–12. <https://doi.org/10.1177/20563051231194586>

Stegeman, H. M., Are, C., & Poell, T. (2024). Strategic invisibility: How creators manage the risks and constraints of hyper(in)visibility online. *Social Media + Society*, 10(2), 1–12. <https://doi.org/10.1177/20563051241244674>

Taylor, Z. A., & Abidin, C. (2024). Where are all the Black girls on TikTok?: Exploring in-group community and (in)visibility through #BlackGirlTikTok. *International Journal of Cultural Studies*, 28(5), 927–946. <https://doi.org/10.1177/13678779241276751>

TikTok (2020). *How TikTok recommends videos #ForYou*. TikTok Newsroom, 18 juin 2020.
[How TikTok recommends videos #ForYou - Newsroom | TikTok](#)

Williams, G., Chen, N., DeVito, M. A., & To, A. (2025). Why can't Black women just be?: Black femme content creators navigating algorithmic monoliths. In *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '25)* (Article 108, pp. 1–14).
<https://doi.org/10.1145/3706598.3713842>

Yin, Q., & Abdullah, K. B. (2024). Analysis of gender discourse bias and gender discrimination in social media: A case study of the TikTok platform. *Journal of Intercultural Communication*, 24(2), 93–102. <https://doi.org/10.36923/jicc.v24i2.802>

17. Les interviews

Interview Christina

Interviewer (C) : Bonjour, tu peux te présenter et nous dire si tu te reconnais comme faisant partie d'un ou plusieurs groupes, plusieurs publics minorisés ?

Intervenant : Du coup, je m'appelle Christina, j'ai 31 ans. Je fais du contenu sur les réseaux depuis septembre, donc depuis quelques mois. J'ai joué dans la com XXXX parce que je travaille en agence. J'ai aussi fait un master de communication. Donc, voilà, c'est un peu mon milieu depuis pas mal de temps. J'ai fait pas mal de créations de contenus sous plein de formes très diverses. Et du coup, je suis une meuf trans.

Interviewer (C) : Quels sont les réseaux sociaux que tu utilises le plus ? Et pourquoi ceux-là ?

Intervenant : Alors en ce moment, c'est principalement Instagram, TikTok aussi en relais de ce que je fais sur Instagram. C'est vraiment Instagram le réseau sur lequel je suis la plus active parce que c'est un peu mon réseau de cœur, je ne sais pas comment dire. J'ai plus de 30 ans et j'ai loupé la génération TikTok un peu, peut-être. Et il y a le fait que sur TikTok, il y a des codes qui me plaisent un peu moins dans le sens où je trouve que c'est très agressif TikTok, sur mes contenus en tout cas.

Interviewer (C) : Comment ça ?

Intervenant : Je remarque qu'entre Instagram et TikTok, le commentaire est beaucoup plus facile sur TikTok. Il y a beaucoup plus de gens qui commentent, que ce soit en positif ou en négatif. Mais du coup, on retient un peu plus facilement le négatif quand on est exposé sur les réseaux. Sur TikTok, il y a beaucoup plus de négatifs. Et entre TikTok et Instagram, les algorithmes fonctionnent très différemment, ce qui fait qu'on a des statistiques très différents parfois pour les mêmes vidéos. Et les nombres de réactions sur TikTok sont complètement délirantes. Voir des vidéos avec 600, 700, 1000 commentaires... Pour le même nombre de vues entre TikTok et Instagram, il y a beaucoup plus de réactions sur TikTok. C'est fou. Je préfère

Insta. Facebook, j'ai essayé et vraiment, je ne peux plus. C'est un enfer. Pendant pas mal de temps, j'ai fait du contenu sur YouTube et sur Twitch aussi.

Interviewer (C) : Et tu publies quoi comme type de contenu en général ?

Intervenant : Alors, en ce moment, surtout, c'est du contenu éducatif autour des questions de genre et de la transidentité, qui est aussi lié un peu à la sexualité parce que ce sont des sujets qui sont assez complexes. Et je fais un format qui s'apparente un peu à un format podcast, où en fait, il y a quelqu'un en face qui me lance des questions et qui me sert un peu de prétexte pour me lancer sur des sujets. Donc, c'est principalement des formats courts, qui durent entre 30 secondes et 2-3 minutes pour que ça reste dans les limites d'un instant. Et donc, c'est des vidéos plus ou moins face caméra, je m'amuse moins avec ma DA, des décors etc...

Interviewer (C) : Que représentent les réseaux sociaux pour toi?

Intervenant : Dans un monde idéal, quand j'ai commencé les réseaux et Internet de manière générale, c'est vraiment la liberté d'expression et réellement la liberté la plus facile d'accès. C'est-à-dire un outil de créativité et d'expression qui est incroyable. Donc, dans un monde idéal, ça représente ça pour moi. Maintenant, honnêtement, les réseaux, c'est devenu un outil médiatique extrêmement fort, qui fait qu'on retrouve à la fois de la créativité et des trucs trop bien, et à la fois des discours politiques, haineux. En fait, c'est devenu... comment dire ? C'est juste un fourre-tout d'informations. Et maintenant, c'est un peu débrouille-toi avec ce que tu prends et ce que tu ne prends pas dans les réseaux. Mais dans un petit monde idyllique, c'est trop bien qu'on puisse avoir des outils de communication et créatif comme ça.

Interviewer (C) : Est-ce que tu as déjà eu l'impression d'avoir moins de visibilité sur les réseaux sociaux ?

Intervenant : Alors, je sais pas à quel point... C'est vrai que j'ai déjà eu cette impression. Parfois, il y a des vidéos que je pense qu'elles devraient performer, parce que je pense avoir un peu d'expertise là-dedans, mais elles ne performent pas du tout. C'est toujours dur de savoir à quel point c'est le cas ou pas, parce que du coup, aucune de mes vidéos n'a été ban ou censurée Par contre, je sais très bien qu'en termes d'algorithme, il y a des mots qu'il ne

faut pas utiliser, ou des mots qui sont un peu ban, et qui réduisent les vues. Un des meilleurs exemples, c'est aussi avec TikTok, et ce qui se passe avec l'implication des Etats-Unis dans TikTok, et ce qu'ils en font pour contrôler les informations géographiquement, etc... Moi, personnellement, ça serait dur de sourcer à quel point je l'ai vécu. Ce que je sais, c'est que je remplace pas mal de choses pour ne pas être strike, c'est-à-dire que sur toutes mes descriptions, ou sur mes sous-titres, il y a plein de mots que je censure ou que je déforme, comme la transidentité, comme la sexualité, comme le genre, comme le mot racisé, comme plein de trucs que je déforme pour qu'en fait, ça ne puisse pas être utilisé contre moi, que ça ne puisse pas nuire à mon contenu.

Interviewer (C) : Quand tu dis que tu déformes les mots, tu fais quoi exactement ?

Intervenant : Alors moi, mon petit jeu, c'est de m'amuser à remplacer des mots comme sexuel par magie, ou sorcellerie, ou des mots un peu comme ça qui me font rire. Le fait que ça donne des phrases comme la magie, c'est beau, et tout le monde devrait la voir. Enfin voilà, c'est juste que ça me fait rire. Ça ne déforme pas le propos, et puis ça fait aussi, en vrai, un peu d'engagement quand les gens le voient en commentaire et ça fait sourire. Voilà, c'est mon petit truc fun. Mais sinon, j'essaye de pas biper. Je ne déforme pas ma voix, c'est-à-dire que je ne bip pas ni rien. Par contre, c'est vraiment dans le titre et dans l'inscription parce que les textes sont vraiment scrutés. Et c'est aussi le cas pour la voix dans les vidéos maintenant. Mais j'ai honnêtement la flemme.

Interviewer (C) : Est-ce que tu as déjà eu l'impression que ton identité jouait un rôle dans la manière dont ton contenu circulait sur les réseaux ?

Intervenant : Alors oui, mais j'essaye de le mettre dans un sens positif. C'est qu'en fait, des fois, il y a des manières de tourner les propos qui sont des fois pas, à mon sens, assez inclusives dans ma manière de parler, parce que mon vécu, ma vie, etc. Le fait que je ne sois pas une personne racisée, par exemple, sans faire exprès, ou le fait que je sois valide, des fois, je peux avoir des propos qui, sans faire exprès, peuvent toucher des personnes, et ça, c'est embêtant. Par contre, pour que ce soit plus inclusif, oui je peux changer mon discours parce qu'on va me dire mais je ne vais pas écouter si c'est juste un commentaire haineux, gratuit, non, parce que sinon, je pense que je perds l'intérêt de mon contenu. Par contre, oui, ça me touche, ça me fait peur, des fois, avant de publier une vidéo, je passe 10 minutes à regarder la vidéo en me disant "est-ce que là, je vais me faire défoncer en commentaire ? Est-ce que

ça va bien se passer ?” Donc, voilà. J'essaye de le faire pour que ce soit toujours plus inclusif et bienveillant, et pas réagir avec peur ou face à de la haine.

Interviewer (C) : Je suppose que tu as déjà été confronté à des haters. Est-ce que ça a déjà eu un impact sur ta confiance, ou même ton sentiment de sécurité sur les réseaux sociaux ?

Intervenant : Ouais, carrément. Confiance, oui, fortement, parce que en vrai, j'ai pensé pas mal de fois arrêter de faire des vidéos, même si j'adore ça, et qu'en vrai, il y a plein de messages très bienveillants, mais en fait, c'est fatigant de faire face à beaucoup de commentaires haineux, parce qu'en fait, au final, on se retrouve quand même une seule personne face à parfois des centaines de commentaires et de messages, donc c'est fatigant. Et c'est dur de tout filtrer. Alors du coup, confiance en soi, oui, forcément, parce que, syndrome de l'imposteur qui arrive un peu je pense. C'est dur de faire ça, et puis surtout, quand, comme moi, mon contenu est basé sur mon vécu, c'est aussi dur de garder confiance dans ce qu'on fait, sans exclure des gens, etc. Il y a un peu cette difficulté-là. Et sécurité, oui, parce que pendant très longtemps, mon compte était d'abord un compte perso, donc il y avait mes informations, mon nom, mon prénom, genre de naissance et de famille, mon DNA, il y avait tout, il y avait ma ville où j'habite et je vis, et en fait, ça m'est déjà arrivé, moi j'ai pas un compte énorme, mais on m'a déjà reconnu dans la rue, par exemple, et d'un coup, tu te dis, en fait, ça a toujours été très positif, mais il y a quand même la question qui se pose, ce qui fait que j'ai changé des infos, j'ai caché beaucoup plus de choses en privé, et je reçois des commentaires haineux, et plein de trucs, genre l'appellation au suicide, la violence, donc la question de la sécurité se pose. Je l'ai pas encore vécu, réellement, physiquement, en tout cas, enfin, pas par rapport à mon contenu, en tout cas, juste parce que je suis trans, oui, mais par rapport à mon contenu, non. Mais oui, la question se pose, forcément, donc j'essaie de faire attention le plus possible, quand même. Moi, je passe pas mal de temps à répondre aux commentaires, à parler avec des gens etc... Pour vraiment faire de la discussion, parce que c'est l'intérêt de mon type de contenu, c'est pour ça que je le fais, et vu que ça casse la distance, en fait, d'un coup, tu te retrouves face à des humains qui s'insultent gratuitement et qui font vraiment beaucoup de violence. Pourquoi les gens prennent le temps de faire ça ? C'est quoi l'intérêt ? Pourquoi la haine ? Je ne comprends pas l'énergie déployée pour donner de la haine. Je ne comprends vraiment pas. Ce n'est pas gratuit, parce que ça coûte du temps aux personnes. Je ne sais pas, moi, dans mon environnement... Mais elles ont du temps à perdre, apparemment. J'ai quand même la flemme de prendre le temps de faire ça, je ne sais pas, c'est

mieux de se concentrer sur des gens que j'aime bien, mes amis... Vraiment, c'est incompréhensible pour moi. Et en même temps, j'ai l'impression qu'il faut comprendre un petit peu aussi, pour essayer de... pas de désamorcer, mais pour éduquer, et pas juste fermer les yeux face à la haine. Si y a de la haine, c'est qu'il y a une raison, à mon sens, même si c'est obscur et bizarre. Il y aurait tellement de débats à faire sur ces choses-là, c'est fou.

Interviewer (C) : Comment imagines-tu les algorithmes décident de montrer ou non ton contenu ?

Intervenant : Ok. Alors, factuellement, c'est du coup les interactions et l'engagement, etc., qui déterminent comment l'algorithme réagit. Y a quelque chose qui entre en jeu, et qui sont, en fait, globalement décidées par les plateformes, notamment qui créent les algorithmes. C'est des humains qui font les algorithmes, il n'y a pas à se mentir. C'est-à-dire, en ce moment, par exemple, y a des types de contenus qui fonctionnent mieux, du style les carrousels sur Instagram, ça fonctionne carrément mieux qu'il n'y a pas si longtemps que ça. Les réels descendent un peu, donc y a vraiment des choses qui sont faites en fonction des types de contenus. Et tout ça, c'est fait soit par les plateformes directement qui décident un peu ce qu'ils veulent voir comme contenu, et sinon, ils analysent, en fait, les comportements des humains, qu'est-ce qui retient le plus l'attention, parce que le but des plateformes, c'est de retenir l'attention des gens et qu'ils restent le plus longtemps possible. Ça, c'est le truc de base de l'algorithme. Maintenant, y a plein de choses qui entrent en jeu, et là où je bosse, ce qu'on aime bien dire, c'est qu'en vrai, l'algorithme, c'est un peu un moyen, c'est un peu un mot tout-vient pour dire le comportement des gens. Et en fait, la règle de base, c'est si ça plaît aux gens et ça génère de l'interaction, même si ça ne plaît pas, si ça génère de l'interaction quoi qu'il arrive, le contenu sera poussé. Le truc est aussi con que ça, même si, moi je l'ai vu sur des contenus à moi, même si c'est 500 réactions négatives, le contenu va quand même être poussé. Même si les gens s'écharpent en commentaires, etc. Donc, maintenant, c'est comment on joue avec ces codes-là et on adapte, entre guillemets, si on souhaite bien sûr, pour que l'algorithme nous serve de manière positive.

Interviewer (C) : Selon toi, est-ce qu'on peut dire que les algorithmes sont justes ?

Je ne pense pas que ce soit juste dans le sens où c'est rarement... Comment dire ? Il y a plein de gens qui font un boulot de fou, qui n'ont pas assez de visibilité, et plein de gens qui ont une visibilité de dingue, qui en fait font, entre guillemets, du vent, tu vois. C'est dur de mettre

une notion de justice dans tout ce qui se passe sur les réseaux quand c'est à la fois un outil de divertissement, à la fois un outil politique, à la fois un outil médiatique et à la fois un outil personnel où les gens se postent juste des photos. C'est assez dur de parler de justice parce qu'il y a trop de facteurs là-dedans. Et quand on voit qu'en fait une vidéo de petit chat qui jouait à une balle fait 10 millions de vues et un contenu, je sais pas, ultra engagé, analysé, poussé, qui a été bossé pendant des semaines, écrit, etc., peut faire en fait 500 vues. La notion de justice là-dedans est très limite, mais c'est plus un reflet du comportement des personnes qui utilisent les réseaux plutôt qu'un vrai truc de justice, je pense. Du coup, non, ce n'est pas juste. Ce n'est pas juste, mais la vie n'est pas juste.

Interviewer (C) : Si tu pouvais t'adresser directement aux plateformes, qu'est-ce que tu leur dirais sur ton expérience ?

Intervenant : Je pense que les plateformes ne sont pas assez modérées. Ce n'est pas normal que ça soit autant possible de déverser de la haine et avoir des propos violents et que ça entraîne du harcèlement, par exemple. Vraiment, ultra, ultra fort. Ce n'est pas normal que quand, moi, je parle sur un contenu de transidentité ou de sexualité, etc., je reçois un warning et, par contre, que quelqu'un en commentaire dise « Tu mérites de crever, machin, truc, etc. » et que, moi, que je signale ce commentaire, on me dise « Non, il n'y a aucune violation de nos codes. » Dans un truc très ciblé, je pense qu'il y a des gros problèmes de modération. Il faut un peu la souder là-dessus parce que c'est très dur à mettre en place, je pense. Mais bon, quand on veut, on peut. C'est qu'ils ne veulent pas. Ce n'est pas rentable, ils ont trop d'argent. Bref, ils s'en foutent. Les réseaux, ça reste un business, ils sont là pour faire de l'argent. Ce qu'il y a, en plus, c'est les gens qui payent pour être visibles. À partir de là, on n'a pas les mêmes intérêts. Je pense qu'il y a un gros enjeu sur la modération, la sécurité des personnes, que ce soit pour les données, que ce soit pour les vies privées, que ce soit contre le harcèlement. Ensuite, je pense qu'il y a un enjeu, comme tout média, de neutralité, de liberté de contenu. Hum. Ce n'est pas normal qu'il y ait des contenus qui soient interdits sous prétexte que ça ne rentre pas dans certains codes, alors que d'autres sont poussés. C'est soit on fait un truc comme n'importe quel média ou journal, soit on fait un truc vraiment neutre comme n'importe quel support, soit c'est vraiment orienté. Mais les trucs à double standard, pour le coup, ce n'est vraiment pas une bonne chose, à mon sens.

Interviewer (C) : Pour terminer, est-ce qu'il y a quelque chose que tu voudrais rajouter, partager, préciser ?

Intervenant : Malgré tous les trucs négatifs qu'on dit un peu sur les réseaux, parce que c'est jamais tout blanc, tout noir, etc. C'est quand même un outil incroyable pour partager de l'information, des connaissances, de la créativité, plein de trucs. Et je pense que c'est ultra important de se rappeler qu'on peut donner beaucoup de positifs grâce à ça, et que ça change aussi réellement des vies de donner de la visibilité, des discours positifs, partager de l'amour, des moyens, des ressources via ces réseaux-là. C'est pour ça que pour moi, ça devrait être créé. Si on a facilité l'accès à l'information, grâce aux réseaux notamment, c'est pas pour qu'on transmette de la haine et de l'anxiété aux gens. Donc c'est un peu un message de bisounours, mais c'est bien de se servir de ça pour propager des messages bienveillants. Et un dernier truc, il ne faut pas oublier qu'un réseau, c'est juste aussi un outil, et qu'il faut savoir s'en couper. Quand à un moment ça devient trop chiant, il faut poser le téléphone.

Interview Sophie

Interviewer (C) : Tu peux commencer par te présenter et nous expliquer si tu te reconnais comme faisant partie d'un ou plusieurs publics minorisés ?

Intervenant : Du coup, moi c'est Sophie, je publie des vidéos sur TikTok et j'ai environ, je pense, un peu plus de 12 000 abonnés sur TikTok, il me semble. Oui, je me considère comme faisant partie d'un groupe de personnes racisées, en plus d'être une femme, je pense que ça joue aussi.

Interviewer (C) : Exactement. Et donc toi, c'est quoi les réseaux sociaux que tu utilises le plus et pourquoi ceux-là ?

Intervenant : Moi, c'est TikTok et Instagram. TikTok, parce que j'aime bien faire des vidéos, des trends ou juste donner mon avis, partager des bons plans ou quoi. Et Insta, c'est plus côté photos et maintenant je commence un peu aussi à mettre des vidéos sur Instagram aussi, c'est plus pour le partage.

Interviewer (C) : As-tu déjà eu l'impression d'être moins visible que d'autres personnes sur les réseaux et comment tu l'expliques ?

Intervenant : Ouais, tout le temps. Là, ça fait quelques temps que je me le dis en fait, parce que j'ai l'impression que, par exemple, ma page TikTok, tu sais quand tu rentres et que tu défiles les vidéos, c'est pas du tout la même que mes copines blanches. Elles, elles vont avoir que des personnes blanches, alors que moi j'ai plus de personnes noires mais j'ai aussi des personnes blanches, un peu les deux. Mais elles, elles ne vont jamais avoir des personnes noires. Si je leur parle d'influenceuses noires, elles vont, à part si c'est des grosses, grosses têtes, sinon elles ne vont pas du tout voir de qui je parle. Donc c'est vraiment comme si en fait chacun, on est enfermé dans notre bulle. Et je pense qu'après sur TikTok, tu vas aimer des vidéos sur lesquelles tu te reconnais et où tu te sens peut-être incluse, et donc après ta For you page, elle va plus

ressembler à ce que t'aimes, donc c'est peut-être ça aussi tu vois. Je pense que les personnes homosexuelles, elles vont avoir plus de vidéos sur des sujets qui touchent à l'homosexualité que moi par exemple.

Interviewer (C) : Et dans la manière dont tu publies, est-ce que t'as déjà eu l'impression que ton identité, donc le fait que tu sois une femme noire, ça a joué un rôle dans la manière dont ton contenu allait circuler ?

Intervenant : Ouais parce que j'ai l'impression que pour passer dans les pourtois de TikTok et avoir un peu de visibilité quoi, un peu plus, tu dois entre guillemets faire du contenu plus pour les blancs. Tu dois un peu te conformer à eux en fait. Te modeler plus à ce qu'eux aiment ou tu vois j'ai cette impression là, alors que moi j'ai juste envie de faire du contenu pour tout le monde quoi c'est vrai que je vois que les TikTok qui fonctionnent le plus, c'est plus les TikTok qui parlent plus à des personnes blanches quoi, je vais dire ça comme ça.

Interviewer (C) : Et donc toi t'as quand même pas mal d'abonnés que ce soit sur TikTok ou Insta, est-ce que t'as déjà été confrontée à des haters ?

Intervenant : Oui mais c'est quand même rare je veux dire, c'est quand je fais une vidéo vraiment particulière, là oui mais sinon en règle générale non, pas vraiment.

Interviewer (C) : Est-ce que t'as déjà ressenti le fait que si tu voulais un petit peu aborder des sujets plus sérieux ou juste qui sortent de l'ordinaire ça pouvait être pénalisé ou censuré?

Intervenant : Bah en fait j'avais déjà testé une fois je crois, de faire un peu des sujets un peu sérieux ça n'avait pas du tout fonctionné, mais est-ce que c'est parce que moi de base je fais que des vidéos en mode des trends, des bons plans resto et que là ça sortait de mon cadre, je ne sais pas. En tout cas, ça n'a pas plus touché ma communauté que ça.

Interviewer (C) : Dans ta tête comment t'imagines que les algorithmes, ils décident ou non de montrer du contenu ou même enfin ton contenu de manière générale?

Intervenant : Bonne question ! En fait j'ai remarqué, ma copine Molie tu vois, je sais pas si tu vois

Interviewer (C) : Oui une blonde, je l'ai souvent dans mes pour-toi d'ailleurs.

Intervenant : Ouais bah elle, elle a vraiment beaucoup plus d'abonnés et en fait elle m'a donné une astuce, c'est que dès que tu postes une vidéo, dans les 5 minutes, il faut que plusieurs de tes copines ou quoi commentent, partagent, aiment, republient, enfin tu vois, font ces trucs là. Comme ça TikTok pense que ta vidéo elle est aimée et donc il va la proposer dans les pour toi. Si t'as genre 2 personnes qui like, t'as pas de commentaires, bah il va moins proposer ta vidéo. Il faut que ce soit direct accrocheur en fait et que les gens réagissent rapidement. Il faut aussi faire ton intro, tu vois c'est pour ça souvent on voit des intros où je sais pas, ils crient ou ils lancent un objet ou quoi bah c'est pour attirer l'attention. Un peu putaclic comme ça. Il faut aussi que la vidéo dure moins d'une minute sinon ton cerveau décroche ou je sais pas quoi. Parce que je vois par exemple des vidéos où tu vois au début ils disent ouais ma mère a tué mon chat et tout et au final c'est pas ça du tout. C'est pour attirer l'attention.

Interviewer (C) : Tu as donné des astuces pour la visibilité, mais je ne sais pas si tu mets toi des hashtags aussi, je pense que t'en mets, est-ce que tu penses que ça joue vraiment un rôle ?

Intervenant : Je ne sais pas, franchement je ne sais pas. Mais j'ai remarqué que même au-delà des hashtags par exemple si tu mets une vidéo avec une phrase bah par exemple j'avais fait une phrase je sais pas danser, bah si quelqu'un recherche le mot danser ou danse, bah ma vidéo va peut-être apparaître alors que je l'avais pas mis en hashtag mais que je l'ai noté dans la description ou dans la vidéo, la personne tombe dessus.

Interviewer (C) : Et là si on te disait, tu peux directement on va dire t'adresser aux personnes qui s'occupent en fait de tout ça, aux plateformes, tu leur dirais quoi ?

Intervenant : Je leur dirais que ce serait bien d'évoluer, de changer un peu leur vision, leur façon de penser et qu'ils renforcent énormément d'injustice au niveau de la visibilité sur les réseaux sociaux et j'ai même un exemple, tu vois c'est qui l'influenceuse Flavie ?

Interviewer (C) : Oui oui je vois.

Intervenant : Elle cartonne, ses hashtags à chaque vidéo ce sont des trucs de malade et elle a pas une collab quoi, à part des collabs un peu genre des produits ethniques mais sinon, elle a pas de collab alors que la fille elle cartonne et je suis sûre que tu mets une blanche, bah elle regarde juste Molié, elle a 25 000 abonnés et bah elle est invitée par L'Oréal, elle est invitée par TikTok alors que tu vois, l'autre elle a je sais pas combien d'abonnés, En plus Flavie, ses

collabs à chaque fois on lui met un peu, genre on lui met à l'envers etc alors qu'elle pourrait, elle a clairement les capacités tu vois pour collaborer avec des grosses marques mais en fait je trouve que déjà que la go est au sommet, mais elle doit encore faire plus que les autres tu vois et ça c'est fou ça en fait. Mais ça c'est la réalité des personnes noires simplement. Donc peu importe, là c'est les réseaux sociaux mais peu importe que ce soit pour un appartement, que ce soit pour tout, même à la plage pour réserver un transat t'es une personne noire, il faut toujours faire plus d'efforts que d'autres en fait, peu importe et je pense que les personnes noires oui mais ça vaut même les personnes racisées en règle générale, pas que les noires et ça malheureusement c'est encore loin de changer.

Interviewer (C) : On va encore loin et là si on te dit t'as la capacité de changer une chose, tu changerais quoi ?

Intervenant : Une chose, que autant les personnes racisées ou les personnes LGBT ou que les blanches, que tout le monde soit sur le même pied d'égalité en termes de visibilité sur les réseaux sociaux, dans les pour toi du moins, que mes potes blanches, elles aient autant des noires que des transsexuels, que des blanches, qu'ils soient plus variés en fait, qu'on ait accès un petit peu tous aux mêmes infos Et plus aussi que comme ça l'ouverture d'esprit se fasse, parce qu'évidemment une personne blanche, blonde aux yeux bleus si elle a que des blondes aux yeux bleus dans son pourtois, elle va moins être ouverte et sensible aux critiques et aux sujets qui peuvent toucher d'autres personnes et inversement tu vois.

Interviewer (C) : Nickel, Du coup l'interview touche à sa fin. Est-ce qu'il y a un truc que tu veux ajouter, partager ou préciser que t'aimerais vraiment qu'on retienne de cette interview ?

Intervenant : Ce que j'aimerais qu'on retienne c'est que tout le monde a droit à sa chance et tout le monde a droit d'être vu et tout le monde a droit de briller de la même manière, sans injustice et en pleine équité quoi.

Interview Léo

Interviewer (C) : Pour commencer, est-ce que tu peux te présenter et est-ce que tu te reconnais comme faisant partie d'un ou plusieurs publics minorisés ?

Intervenant : Déjà, mon nom de réseau, c'est XXX. Mon prénom, c'est Léo. Je pense, oui, être dans les deux minorités, noir et LGBT, du coup, donc oui.

Interviewer (C) : Et donc, toi, de manière générale, c'est quoi le réseau social que tu utilises le plus ou les réseaux sociaux que tu utilises le plus et pourquoi ceux-là ?

Intervenant : Alors, du coup, vu que je fais du contenu et en même temps, je suis chanteur, c'est Instagram et TikTok.

Interviewer (C) : Et tu publies quel genre de contenu ?

Intervenant : Alors, sur Instagram, ça va être des choses un peu liées à la musique et à mon image un peu, et sur TikTok, ça va être vraiment des pensées, des réflexions sur la vie en général et surtout sur la communauté LGBT.

Interviewer (C) : Et tu dirais que, pour toi, les réseaux sociaux, ça représente quoi ?

Intervenant : Alors, pour moi, les réseaux sociaux, ça représente un espèce de moyen de pouvoir, à certains moments, échapper... Ouais, je vais dire échapper à la réalité, mais bon, ça dépend. De rester en contact avec ses proches, avec sa famille, ses amis. Surtout quand tu vois TikTok, tu peux être connecté avec des gens qui sont totalement à l'autre bout de la planète, donc ouais, je trouve que c'est un truc qui parfois peut... Qui nous reunit tous, quoi.

Interviewer (C) : Je suis entièrement d'accord. Et donc, par rapport à tout ce que tu publies, est-ce que tu as déjà eu l'impression d'être moins visible que d'autres personnes sur les réseaux sociaux ?

Intervenant : Ouais, ouais, ouais, ouais, mais après, je t'avoue, j'ai aussi une vision très... Comment dire ? Je me dis que, bon, au final, je suis content de ce que j'ai déjà. Je travaille à

avoir plus, bien sûr. D'un point de vue un peu en mode j'ai moins que d'autres, quoi que ce soit. Moi, je suis plus en mode c'est cool d'être sur les réseaux et je travaille à avoir plus.

Interviewer (C) : Oui je vois, tu essayes toujours de voir le positif. Et donc, tu m'as dit que t'avais déjà publié du contenu LGBT, mais est-ce que t'as déjà eu l'impression que ton identité jouait un rôle dans la manière dont ton contenu circule ?

Intervenant : Oh, bonne question ! Wow ! En vrai, je pense, ouais, parce que parfois, je pense que quand t'es un homme... Quand t'es un homme gay et noir et que t'as un peu des manières dans les vidéos et tout, je pense que parfois, tu peux attirer plus vite l'attention, en tout cas des filles et des gays, parce que les garçons hétéros sont pas spécialement tous attirés, même pas juste sexuellement ou quoi que ce soit, mais juste attirés visuellement par du contenu fait par un homme gay. Donc, je pense que parfois, ça peut être... Ouais, tu peux attirer vachement plus de monde, entre guillemets, sur des vidéos, quoi.

Interviewer (C) : Et toi, je suppose que j'ai vu que tu publiais beaucoup de vidéos, etc. Est-ce que t'as déjà été confronté à des haters ?

Intervenant : Oh, ouais, ouais, ouais, tout le temps. Tout le temps, tout le temps. Et après, je t'avoue, parfois, je suis un peu en mode, wow, c'est-à-dire, j'ai peur qu'on m'empêche. Après, ça dépend un peu de ce que les personnes peuvent dire. C'est très différent. Et après, je dis... Tu vois, moi, à mon niveau, ça va encore. J'ai vu des autres créateurs qui ont beaucoup plus de haine, donc je suis assez reconnaissant. Mais en même temps, ouais, parfois, ouais, j'ai déjà eu des gens qui ont fait des vidéos pour m'insulter. J'ai eu des messages haineux un peu dans les DM, des commentaires un peu, voilà, toujours à critiquer et tout, ou à être vachement méchant, tu vois. Donc ouais, il y a un peu de tout.

Interviewer (C) : Est-ce que t'as déjà eu des sujets que tu voulais aborder qui avaient été pénalisés ou un peu censurés par TikTok ou même les gens qui ont signalé ?

Intervenant ; Hum... Je pense que j'avais... Ouais, une fois, j'avais déjà été censuré. Une de mes vidéos, pardon, a été censurée par TikTok parce qu'en gros, dedans, je faisais allusion à une phrase qui était un peu sexuelle. Et en gros, la vidéo, c'était... Quand on demande toujours à un homme gay, enfin, certains hétéros demandent à un homme gay, ouais, pourquoi... Est-ce que t'as jamais vraiment touché une femme ? Tu sais pas ce que c'est, mais test et tout. Et moi,

j'avais dit... Alors, nous aussi, les gars, on devrait pouvoir dire à un homme, ben, tu devrais tester avec un homme. Et du coup, TikTok avait... Enfin, ça avait fait un peu du bruit, cette vidéo-là, où il y en avait qui étaient vraiment pas d'accord. Tellement, qu'il y avait des gens qui ont signalé la vidéo et que TikTok aussi a un peu... Comment on appelle ça ?

Interviewer (C) : Shadowban

Intervenant : Ouais, shadowban, voilà. Du coup, c'est cette vidéo-là où j'ai vraiment eu... J'ai senti qu'il y avait un truc qui avait vraiment, vraiment dérangé.

Interviewer (C) : Et ils ont shadowban juste la vidéo ou ton compte aussi ?

Intervenant : Non, juste la vidéo. Juste la vidéo, là, j'ai eu chance.

Interviewer (C) : Le fait d'avoir, par exemple, des réactions parfois négatives, est-ce que ça t'a déjà poussé à réfléchir, à changer ta manière de publier ?

Intervenant : Non, je me suis dit je m'en fous. Je t'avoue, parce qu'au final, je pense que si on pense comme ça, alors c'est qu'on va vraiment se censurer sur tout. Moi, les vidéos que je fais, j'ai jamais pour but de blesser des gens ou quoi que ce soit. Et je pense que quand tu fais une vidéo, il faut tu sois un peu inattaquable d'une manière, qu'il y ait une bonne intention derrière. Par exemple quand tu dis, ouais, tous les mecs sont comme ça, ben tu sais que d'office, les gens vont être en commentaire en disant, ben faut pas généraliser et tout machin. Donc c'est plus dans ce sens-là où je fais toujours attention quand je fais des vidéos à bien tourner mes phrases pour garder le message principal, mais essayer de pas inclure tout le monde, pas généraliser, pas insulter, ou faire en sorte que les gens puissent se sentir blessés, tu vois. Mais sinon, au-delà de ça, ouais, non, je m'en fous, je continue à dire ce que j'ai à dire et que tout le monde me voit, c'est pas mon problème.

Interviewer (C) : Les critiques, etc., est-ce que ça a déjà eu un impact sur ta confiance ou ton sentiment de sécurité sur les réseaux ?

Intervenant : En vrai, je t'avoue, j'ai un peu cet espèce de recul où t'as parfois certains commentaires qui vont te piquer un peu, mais tu te dis, ça c'est... Bon, c'est un truc que je dois travailler, moi, mais sinon, non, j'ai pas... Enfin, je sais pas, j'arrive à me dire, en vrai, je fais pas un contenu où je suis en train de, encore une fois, en train d'insulter des gens. Je comprends

très bien qu'il y ait des gens qui peuvent ne pas se sentir bien avec ce que t'as dit parce que ça reflète quelque chose chez eux. Du coup, ils veulent essayer d'avoir du contrôle et te piquer, te déstabiliser, donc non. J'arrive à prendre un peu du recul par rapport à ça. Et c'est la même chose par rapport aux personnes de l'extérieur, aussi. Genre, je me dis, les gens qui critiquent, c'est généralement ceux qui veulent faire ce que t'es en train de faire. Même si ça fait cliché de dire, ouais, des jaloux, des jaloux, mais franchement, avec les réseaux, là, j'ai vraiment compris que beaucoup de gens n'osent pas faire des trucs. Enfin, pas spécialement, pardon, les réseaux ou quoi, mais juste, tu sais, le fait de faire ce que t'as envie de faire, il y a beaucoup de gens qui ont juste peur et te voient, toi, faire ce que t'as envie de faire. Mais les gens sont en mode, mais d'où il essaie ? Enfin, bref. Donc, voilà. Mais non, ça ne me touche pas. Par contre, c'est ça aussi le truc avec Internet, c'est que tu sais qu'il y a des gens fous. Et moi, franchement, j'ai entendu tellement d'horreurs, d'histoires bizarres avec des gens d'Internet que j'ai vraiment tolérance zéro par rapport à ça. Dès que j'ai un message, tous les messages haineux que j'ai, je prends toujours une capture, j'enregistre quelque part, je garde bien les... Les preuves. Parce qu'on sait jamais, tu vois. Je me dis, on sait jamais tout ce qui peut arriver. En plus, les gens sont tellement fous, je trouve, des... Fous du bus. Il y a toujours des gens qui me disent, ouais, mais ils n'iraient jamais aussi loin. Ben si, tu ne connais pas les gens. Donc, enfin, voilà. Donc, ouais, parfois, il y a des situations où j'ai un peu... Pas peur, mais je regarde toujours en mode, enfin, attention. Surtout qu'il faut toujours rester sur ses gardes, parce que les réseaux, ça se passe tellement vite. Et puis, tu ne sais pas ce que les autres pensent. Il y a des gens, ils sont totalement, comment dire, persuadés d'avoir des relations avec toi, ou ils prennent mal ce que tu peux dire. Alors que toi, c'est juste une vidéo, c'est par distraction, mais ils peuvent vraiment aller loin. Donc, ouais, non, il vaut mieux toujours prendre ces précautions.

Interviewer (C) : Et pour parler des algorithmes, comment est-ce que tu imagines que les algorithmes, ils décident de montrer ou non du contenu ?

Intervenant : J'ai l'impression que c'est souvent les contenus un peu à caractère un peu sexy qui marchent bien, tu vois. Genre quand c'est des beaux mecs, quand c'est des beaux mecs musclés, gays, machin, éthiques et tout ça, c'est des trucs qui sont vachement poussés parce qu'après, c'est normal, les gens raffolent de ce genre d'image, tu vois. Et quand ça va être des vidéos un peu plus profondes ça marche moins.. Et puis, tout passe aussi par la manière dont, je pense, tu... T'amènes le truc. Mais j'ai l'impression que parfois aussi, les trucs un peu plus conscients ou sur les réflexions et tout, c'est un peu moins mis en avant parce que tout le monde n'a pas

envie d'écouter ça, quoi. En fait, ça va être plus peut-être le faciès aussi, tu vois. Genre si tu as, comment on dit, le beauty privilège, ça va passer plus vite. Le beauty privilège et aussi le white passing, tu vois. Je m'en rends de plus en plus compte. C'est que, par exemple, quand t'es une personne noire, LGBT ou pas LGBT, je pense que tu vas d'abord devoir hyper bien présenter. Tu dois être beau, propre sur toi pour quand même être vu un minimum, tu vois. Dans le sens où une personne blanche peut être vraiment en mode cafou-cafou et elle sera plus vite écoutée que toi si tu te mets en mode cafou-cafou. Tu vois ce que je veux dire ? Si tu te mets en mode désordre, vraiment, personne doit te regarder. Alors que si... En fait, pour moi, ce que j'essaie de dire, c'est en mode, un 20% d'une personne blanche doit être les 100% d'une personne noire. Une personne blanche peut poster de manière totalement désinvolte et être vue, là où une personne noire doit se donner à fond pour atteindre le même niveau d'exposition. Il faut d'abord qu'elle soit au max des max. Les réseaux, en fait, c'est juste un miroir de la société, en fait. Et je trouve que même sur les réseaux, les gens sont encore plus à l'aise. Enfin bref, il y a le... Les gens sont trop à l'aise sur les réseaux maintenant. Genre, il faut qu'on remette la honte d'être raciste, là.

Interviewer (C) : Si là, on te disait que tu pourrais t'adresser à la personne qui gère TikTok ou Instagram même, tu leur dirais quoi sur ton expérience, sur ton ressenti, sur ce que tu penses ?

Intervenant : Elle est hard dans la question. Mais non, en vrai, je dirais que par rapport à la question... Je pense que d'une manière, j'aurais plus envie de parler aux personnes qui sont sur les réseaux plutôt qu'à Instagram ou TikTok eux-mêmes. Tu sais ce que je veux dire ? Parce que je trouve qu'autant... Parce que c'est vraiment les personnes qui consomment les contenus, tu vois ? Je trouve que c'est eux un peu qui ont le truc de pouvoir littéralement contrôler les choses. On est dans une société qui prône les traits blancs et tout ce qui est blanc, tout simplement. Je trouve que quand tu es un créateur de contenu, par exemple, qui est noir, il va falloir que tu fasses un truc vraiment extraordinaire ou que tu te donnes à fond pour que les gens puissent te regarder. Et ça, je trouve que ce n'est pas vraiment en rapport avec Instagram ou TikTok en eux-mêmes parce qu'au final, eux, ils ne contrôlent pas ce genre de choses. Donc moi, je parlerais plus aux gens qui consomment le contenu. Du coup, en tant que personne noire, parfois tu te rends compte que... Tu te rends compte qu'il y a beaucoup de personnes qui prennent les idées de contenu que tu vas faire et qu'elles vont le faire pour ton audience, pour leur audience. Quand ils font plus de vues, du coup, ça fait comme si c'est eux qui ont eu l'idée. Mais vu que tu as moins de gens qui te regardent, voilà quoi.

Interviewer (C) : Tu as déjà eu ce sentiment là d'injustice, qu'on te vole quelque chose qui aurait dû t'appartenir?

Intervenant : Ah, mais totalement. Mais tu sais, juste, si je peux me permettre de te raconter une petite anecdote. J'ai fait un concours de chant. Donc, c'était un concours d'artistes qui était... Je ne sais pas si tu vois à la salle Le Botanique.

Interviewer (C) : Oui, ben oui. La salle de concert.

Intervenant : Oui, oui, à Bruxelles. Donc, c'était un concours où tu dois faire des chansons et tu dois soumettre tes chansons. Et tu es choisi entre, je pense, 300 artistes, 400 artistes. Et en gros, le truc là-dedans, c'est qu'à la fin, il y a la demi-finale directement et la finale. La finale, c'est au Botanique. Et tu gagnes, mais genre, dans une quarantaine de gros prix, de festivals et des trucs dans le genre, tu vois. Donc, franchement, c'est du lourd. Moi, dans tout ça, il y a 40 prix. Moi, dans tout ça, j'ai fait la demi-finale, j'ai gagné, je vais en finale. Et on est quatre artistes et tout machin. Donc, les artistes en face de moi sont vraiment des gens guitare-voix, des trucs vraiment hyper simples, genre vraiment, tu vois. Et bien évidemment, moi, je viens en mode extra de ouf. J'ai des danseurs, j'ai des guitaristes. Enfin, je fais vraiment un vrai show à l'américaine, tu vois. J'ai tout donné. Et dis-toi que sur toute la compétition, je n'ai gagné que deux prix sur 40. On était quatre. Quatre finalistes. Ils ont partagé le reste. Et quand je te dis que ce n'est même pas pour me jeter des fleurs, mais les autres n'étaient vraiment pas, ce n'était pas comparable à ce que eux faisaient. Tu vois, c'était vraiment des trucs du... Un peu comme du Taylor Swift versus Beyoncé, tu vois ce que je veux dire. Et en fait, à ce moment-là, tu te rends compte que... Et en même temps aussi, pour me faire l'avocat du diable, je comprends sans être d'accord. Dans le sens où, pour moi, je pense qu'il y a, comment dire, de manière sociétale, ceux qui se vendent plus, genre les personnes blanches ont l'impression que pour écouter ou consommer quelque chose qui a été fait par des noirs, il faut avoir des lunettes spéciales. C'est comme s'ils ont trop l'impression que les noirs parlent une autre langue qu'ils ne vont jamais comprendre. Ce qui fait que, avant de même pouvoir consommer ce qu'on fait, ils ont l'impression de devoir rentrer dans un monde totalement différent au leur et pourtant on parle la même langue, tu vois. C'est juste qu'on a juste pas parfois les mêmes codes. Mais ça, c'est comme un Belge qui va parler à un Italien. Tu vois ce que je veux dire ? Pourtant, il n'y a pas un frein. Il n'y a pas un frein énorme, tu vois. Surtout qu'au final, on vient même, pour la plupart, on a grandi ici en Belgique, donc on a encore moins de différences qu'un Belge et un

Italien, tu vois. Mais pour moi, la musique, ça n'a même pas de code. Genre, tu chantes bien, tu chantes bien, tu vois. Déjà, moi, par exemple, je fais de la pop. Aucun doute qu'il va faire de la pop. Un blanc qui fait de la pop et moi qui fais de la pop, moi, on va dire que c'est de la pop urbaine, tu vois. Moi, par exemple, quand je fais de la pop, je fais principalement de la house. House, musique, c'est de la musique électro. Ce n'est pas urbain. Urbain, quand ils disent urbain, c'est pour le hip-hop. Tu vois ce que je veux dire ? Et vu que moi, je suis noir, directement, à chaque fois, quand on me présente dans des émissions, on dit toujours pop urbaine. Pourquoi ? Parce que je suis noir donc pour eux, je fais de la pop de noir. Tu vois, c'est ce genre de truc-là où je me dis, en vrai, c'est triste, mais en même temps, comment dire ? Il faut que ça change d'abord chez les gens, comme je te disais tout à l'heure, c'est que les gens ont tellement l'impression que pour parler à un noir, on parle avec une autre langue, que tout ce qu'on va faire, ce sera toujours une grosse barrière entre eux et nous, parce qu'ils vont se dire, non, mais on va d'office pas se comprendre. Mais c'est tellement injuste, purée. Parce que tu dis, avant même que je parle, t'as déjà une idée en tête que toi et moi, on va pas se comprendre. En fait, ce concours c'était tellement une humiliation parce que tu voyais vraiment que toute la soirée, j'avais donné le maximum et le public avait vraiment kiffé. Et en fait, à ce moment-là, même le public, il comprenait pas que j'avais juste eu deux prix. Et en plus, ils listent tous les 40 prix en mode tel prix va à tel, tel prix. Et en fait, tout le long, mon nom sortait pas. Et les gens étaient en mode, mais c'est bizarre. Mais c'est bizarre, c'est bizarre, c'est bizarre. Et du coup, après, j'ai eu juste que deux prix. Et tu vois vraiment le côté injuste. Et les juges, pardon, ils m'ont même pas regardé dans les yeux. Donc tu sais. Ouais, ils ont honte. Eux-mêmes, ils savent. Parce qu'en fait, deux prix, c'est comme s'ils ont donné pour dire tu vas pas repartir sans rien parce que sinon, voilà.. Et en plus dans les prix, c'était un festival. On m'a donné un festival dans le fin fond de la Wallonie. Tu vois vraiment le truc où il y a personne. Histoire de dire que... Non. Donc c'est ce genre de truc où tu dis, bon...

Interviewer (C) : Et si là, je te disais, je te donne un super pouvoir et tu peux changer quelque chose sur les réseaux sociaux, ce que tu veux, tu changerais quoi ?

Intervenant : Je changerais quand même l'algorithme. Parce que... Il change trop. Tu sais jamais vraiment ce qu'il faut faire pour que potentiellement ta vidéo puisse être vue. Je trouve que c'est trop aléatoire, l'algorithme. À un moment donné, il peut être de ton côté, mais à un moment donné, en fait, il ne l'est pas. Sur Instagram, oui, il faut faire des reels. Les reels, c'est mieux. Puis après, on dit non. En fait, les carousels, c'est mieux. Puis après, on dit non, mais

maintenant, c'est deux photos. Non, mais maintenant, c'est une photo. Enfin, tu vois, il y a trop... Et sur TikTok, c'est encore pareil. On va dire qu'en fait, il faut poster, poster, poster, poster. Puis après, tu as des vidéos qui font genre 300 vues. Tu en as qui font genre... Moi, il y en a une qui a 900 000 vues. Et tu ne sais pas... Après, ce qui est bien avec TikTok, c'est que vraiment, il n'y a pas un côté comme Instagram où on va te demander d'être toujours sur ton meilleur jour, tu vois. C'est un truc un peu plus authentique, on va dire, même si c'est vraiment un plus d'être beau. Ouais, c'est ça. Donc, je dirais changer l'algorithme et peut-être mettre vraiment une censure un peu plus forte, je dirais, par rapport à la haine. Attends, il y a un autre truc que j'aurais aussi envie. J'aurais envie que les créateurs deviennent genre payés. Mais après ça, tu vois, ce n'est pas lié au réseau, en tout cas, j'espère. Mais que les créateurs noirs soient payés à la même hauteur que les blancs. Bah oui, que notre travail soit reconnu à la même valeur, quoi. Ouais, parce que du coup, tu vois vraiment blindé de créateurs qui ne reçoivent pas les mêmes propositions. Colas, partenariats, tout ça, là. Moi, j'ai vu des vidéos avec des créateurs qui disent que pour le même événement ou la même pub, comme ça, un blanc va être payé genre, je ne sais pas moi, 3 000 balles quand on va lui proposer 500 euros. Et après, quand tu vas dire ça, on va dire mais soit reconnaissant, sauf qu'en fait... C'est toujours la phrase soit reconnaissant. Non. Ouais, donc tu ne veux pas être reconnaissant quand tu sais que tu te fais arnaquer, genre. Donc voilà, je dirais ça aussi et enfin, je pense pour l'instant, c'est un peu ça. C'est vraiment les deux trucs que si on pouvait changer. Vraiment. Vraiment, vraiment.

Interviewer (C) : L'interview touche à sa fin. Est-ce qu'il y a un truc que tu veux préciser, que tu veux ajouter, que tu veux partager, mettre en avant pour ne pas qu'on oublie ?

Intervenant : J'ai envie de dire que la manière dont certains hommes noirs, gays, peuvent être traités sur les réseaux peut avoir un impact sur le mental et parfois, ça, je trouve que c'est un truc dans lequel on ne parle pas spécialement parce que, bah du coup, parfois, pour certains, c'est juste pas intéressant, tu vois, mais sur les réseaux, je pense que l'esthétique de certains hommes doit être à revoir. Enfin, des hommes noirs, en tout cas, doivent être à revoir parce que c'est en mode, si tu n'es pas un mec musclé, surtout quand tu es renoi, si tu n'es pas un renoi gay, musclé, tu ne rentres pas dans le stéréotype de ce qu'on attend d'un homme noir, bah, tu n'auras pas de visibilité parce que, je ne sais pas si tu vois un peu, mais quand tu es un homme noir, bah, tu es vachement sexualisé parce que, de base, l'homme noir chez les gays, surtout, si tu dates que les noirs, ok, mais en dehors des noirs, il n'y a personne qui aura envie de te dater parce qu'il y a un vrai racisme dans la communauté, tu vois, ce qui fait que certains non noirs,

s'ils veulent te dater, il faut que tu rentres dans les stéréotypes, c'est que tu dois être beau, tu dois être musclé, tu dois avoir un gros sexe. Et en fait, si tu n'es pas dans ces catégories-là, en fait, on ne te voit pas comme désirable, tu vois. Je trouve que ça aussi, c'est un truc où, bah, quand tu le construis en tant que personne, ça peut être compliqué parce que, du coup, tu te retrouves à vouloir rentrer dans ces cases-là pour avoir l'espoir d'être compris à un moment donné, tu vois. D'être regardé... Du coup, tu en viens un peu à vouloir juste t'échanger, ouais, à vouloir te changer pour être... Accepté. Mais il y aurait tellement... Il y aurait tellement... En fait, ce serait vraiment un travail même de mentalité à faire, en fait. Parce que je trouve que ça t'atteint tellement dans le mental. Et puis, je trouve que c'est des choses, tu sais, qui sont très subtiles dans la société dans laquelle on vit.

Interview de Julien

Interviewer (C) : Est-ce que tu te reconnais faisant partie d'un ou plusieurs groupes minorisés

Intervenant Ben, franchement, évidemment que oui. Et, en vrai, je pense que tu te rends beaucoup plus compte du groupe minoritaire dont tu fais partie quand t'as vraiment genre une personne en face de toi qui, en fait, genre, a pas les mêmes... je sais pas comment on dit en français, les mêmes struggles, les mêmes difficultés. Hum, hum. Moi, personnellement, les minorités dont je fais partie, c'est que, ben, je fais partie de la communauté noire et de la communauté queer. Et, en fait, même niveau identité, etc., c'était super dur de trouver une balance entre les deux parce que, ben, les personnes queer avec qui je traîne, ben, c'est vrai qu'il y a énormément de personnes blanches qui, ben, comprennent pas des fois, genre, pourquoi je suis réticent envers certaines choses, etc., pour ma protection personnelle. Et, dans la communauté noire, ben, il y a des personnes queer. C'est juste que, c'est vrai que j'ai pas grandi dans un milieu queer. Donc, ça aussi, c'était plus, genre, genre, je sais pas comment t'expliquer, ça peut un peu te créer une espèce de homophobie intériorisée qui est pas volontaire parce que, en fait, c'est les gens qui créent la honte que tu dois avoir sur toi. Mais, genre, toi, de base, tu l'as pas, tu vois. C'est plus de ce côté-là. Mais, honnêtement, fin, oui, niveau minorité, etc., j'ai toujours su, fin, quelles étaient mes difficultés sociales, etc., genre, les deux côtés, on me prévenait, de toute façon, fin, ma mère me le disait parce que, ben, c'est mon éducation. Et, dans la communauté queer, j'ai été très aware de ce qui se passait quand j'ai découvert ma sexualité. Donc, ça aussi, en vrai.

Interviewer (C) : Tu utilises quoi comme réseaux sociaux ? Pourquoi est-ce que tu utilises ceux-là ? Et quel genre de contenu tu publies, en général ?

Intervenant : Je trouve que les réseaux que j'utilise le plus, c'est TikTok, même si c'est vrai que je suis très avare d'Instagram, mais genre, ce que je fais le plus, en tout cas, c'est sur TikTok. Et, en fait, c'est parce que c'est un endroit qui a été plus facile pour moi pour être out. Parce que, ben, sur Instagram, en fait, c'était beaucoup, des gens qui étaient, ben, de mon entourage, de mon école. Des fois, c'était ma famille que j'avais sur les réseaux. Et, en fait, il fallait un truc extérieur où, genre, je fais mes trucs de mon côté, etc. Et, en fait, c'est parce que, dans ma ville, il y a tellement peu de personnes que je pouvais ouverté. Je pensais vraiment que j'étais tout seul. Et, en fait, genre, j'avais besoin d'en parler parce que j'avais personne à qui en parler. Et ma mère avait encore un gros problème avec tout ce qui était les psys, etc. Les problèmes

de dysfonctionnement, pour elle, c'était que des trucs qui étaient concernés que pour les personnes blanches. Pour elle, on est pas concernés, tu vois. A la base Tiktok c'était surtout que c'était plus, ben, de base, parler de transidentité, puis après, c'est vrai que j'avais fait des appels au secours, à l'époque, en mode, ben, ma mère était violente physiquement. Et, du coup, ben, j'ai fait des appels pour ça aussi.

Interviewer (C) : Et, dans les appels, tu témoignais, c'est ça?

Intervenant : En fait, je témoignais de ce que je vivais avec ma mère. Il y a des trucs que j'ai faits avec humour aussi parce que, ben, voilà. Je suis congolais, tu connais. Et, ben, sur le côté, j'avais fait des appels à l'aide parce que, ben, elle me frappait souvent à ces périodes-là. Et, du coup, en fait, sur les réseaux sociaux... Je sais pas si t'as connu la technique du langage morse.

Interviewer (C) : Non, explique.

Intervenant : En gros, c'était une technique de protection pour faire un appel. Donc, soit tu faisais un signe avec ta main, soit, en fait, tu écrivais ta description ou ta bio de réseau social en morse pour que la personne qui le traduise, en fait, puisse appeler l'appel numéro d'enfants en danger à ta place. Oui, parce qu'en fait, le souci, c'est que moi, j'habitais dans un très petit appart, les murs avaient des oreilles, je ne pouvais pas me protéger aussi facilement que je le voulais. Donc, j'avais fait ce recours-là à la base. Et puis, des gens ont voulu m'aider, mais c'est passé à la trappe parce que c'est ma mère, quoi. Donc, c'était vraiment un moyen de protection, les réseaux sociaux, parce que t'es beaucoup plus à l'aise à avoir des gens qui te comprennent. Et même si t'as des haters sur le côté, en vrai, je trouve que, genre, c'est plus facile de les esquiver, de les supprimer, de les masquer. J'ai eu beaucoup de harcèlement sur les réseaux, mais les commentaires, ça passait vite, quoi.

Interviewer (C) : Dans les contenus que tu postes, est-ce que t'as déjà eu l'impression d'être moins visible ou peut-être plus visible que d'autres personnes sur les réseaux sociaux qui feraient des trucs, soit similaires à toi ou peut-être totalement différents ? Enfin, explique comment, toi, tu le ressens.

Intervenant : Au début, non, parce que j'avais même pas commencé la testostérone, j'avais commencé aucune structure administrative pour mon nom ou même mon genre. Donc, du coup, en fait, j'étais vraiment genre... Juste sur les réseaux pour dire et manifester que j'étais un

homme, mais comme ça se voyait très peu, c'était juste ma manière de manifester. Et en fait, à partir du moment où j'ai commencé les hormones, il y a des gens qui étaient venus me parler, même dans ma ville, des personnes trans qui avaient besoin d'aide, de messages, de conseils administratifs, etc. Et en fait, c'est pas que je me suis sentie beaucoup plus vue, c'est que je ressentais qu'en fait, c'est une communauté, la communauté trans qui est très petite, et en fait, s'il y a une personne qui se manifeste et qui est, on va dire, out of dysphorie (qui sort de ce sentiment de malaise lié à son identité) sur certains trucs, donc la curiosité, la voix, tout ça, en fait, ça va être l'idée d'aller chercher de l'aide, en fait. Et c'est ce que beaucoup d'influenceurs trans font. Je sais pas si t'as déjà vu XXXX ?

Interviewer (C) : Oui, oui, je vois qui c'est.

Intervenant : Lui aussi, je sais que du coup, il a aidé pas mal de gens, parce qu'il était à la Maison Arc en-Ciel de Bruxelles. On a parlé quelques fois, mais pas plus que ça. Et en fait, l'objectif, vraiment, quand tu te présentes en tant que personne trans sur les réseaux, lui, il est influenceur même. Ah ouais. C'est aussi l'idée, tu vois, que t'essaies de te porter garant pour des personnes trans qui en ont besoin, si tu en as la capacité. Et donc, en fait, ça va juste être l'image qu'une minorité de personnes va avoir sur toi, plutôt que, genre, toi, comment tu nous perçois. Moi, je fais ma vie sur les réseaux comme tout le monde, je ne me casse pas forcément la tête. Quand je veux prévenir sur des choses ou expliquer des choses, c'est surtout pour construire et juste, voilà, je rigole, etc. sur certaines choses de ma dysphorie aussi. Et puis, pour ce qui est de l'homophobie, j'en parle principalement aussi. Enfin, c'était surtout par rapport à ma mère, mais c'est vrai que ce qui s'est passé récemment aussi, c'était quand même hard. J'ai fait une vidéo qui parlait d'une agression que j'ai subi lorsque je sortais de soirée, c'était un peu fait à chaud, j'avoue, mais en fait, sur le moment, c'était vraiment, tu sais, quelques heures après ce qui s'est passé, quoi. Et en fait, je m'étais dit, mais c'est pas possible, parce que moi, j'en ai vu des personnes queer à Namur, et dans mon école, il y en a aussi. Je m'étais vraiment dit, genre, c'est pas possible, parce que si c'est arrivé à moi, ça peut arriver à n'importe qui, tu vois. En fait, on n'est plus en sécurité en Namur, c'est plus du tout une ville safe. Depuis un moment, et pourtant, je n'y avais jamais fait affaire à ce stade-là, et là, franchement, je suis encore choqué. Franchement, je suis trop choqué.

Interviewer (C) : Dans les vidéos que tu postes sur TikTok, est-ce que... Je ne sais pas si tu as déjà fait attention ou pas, mais est-ce que tu as un type de contenu qui fonctionne plus que d'autres?

Intervenant : Je pense que les vidéos qui ont fonctionné le plus pour moi, en vrai, c'était vraiment les moments où je parlais, genre, sans filtre de transidentité. En fait, genre, juste vraiment, je rigolais dessus, etc., et les gens rigolaient avec moi, ou alors quand je montrais des changements par rapport à ma voix, ma curiosité aussi, ça a fait un truc. Après, j'avoue que le TikTok qui a le plus percé sur mon compte, c'est quand j'ai affiché à ma mère. C'est pas drôle, hein, mais... C'était vraiment une grosse dinguerie, parce que du coup, en fait, les gens, ils étaient allés la voir dans les magasins, en mode, ouais, c'est vous, vous êtes transphobe, non ?

Interviewer (C) : Arrête ! Ça a été jusque-là ?

Intervenant : Oui, et ma mère, elle m'a dit, mais je vais t'attraper, je vais te modifier, genre, je vais... Ah, je vais te taper. Je vivais encore avec elle, donc c'est vrai que voilà, mais... Au départ, j'avais fait ça sur le coup de l'humour, et je m'étais rendu compte qu'en fait, il y a des gens qui prenaient pas ça à la légère, alors que moi, j'avais appris à prendre ça à la légère, parce que je pensais que j'avais pas d'autre choix. Donc en fait, c'est plus, je pense, ce qui a retenti le choc qui a le plus percé, et ce qui perce le moins, c'est juste quand je fais du TikTok, qui compte pas forcément pour la visibilité trans, etc., c'est juste moi quand je montre juste mes outfits. J'aime bien faire l'entre deux, parce qu'en vrai, parfois, j'ai pas toujours l'occasion de parler de transidentité, etc., et juste, ben, j'aime bien TikTok et les réseaux, donc juste, je m'amuse en faisant des playbacks et tout.

Interviewer (C) : Ah, ouais, donc en vrai, pour toi, ce qui fonctionne, c'est vraiment quand tu parles de toi, de ton identité.

Intervenant : Oui, parce que ça ramène des gens, en fait, en groupe, genre, ça ramène toujours les gens concernés, et ça donne plus d'en parler qu'un playback, à part complimenter une personne, enfin, tu vas pas forcément dire grand-chose, genre, deux commentaires ou quoi, tu vois. Et puis les réseaux et l'algorithme, je trouve ça très aléatoire, donc des fois, ça dépend. Des fois, il y a de l'aide, des fois, il n'y en a pas, mais c'est plus les commentaires que je regarde et les vues, parce que du coup, c'est le retour qui m'intéresse. Parce que pour autant, t'as pas beaucoup de likes, pour autant, t'as quand même beaucoup de retours, même en messages

privés. Ça, c'est sympa, ça. Mais ouais, franchement, j'ai reçu des messages inquiétants de la part de certaines personnes, et même des fois, des trucs pas très gentils, mais dans l'ensemble, il y a vraiment du bon genre. Les gens sont... En soit, tu construis un peu ta communauté, les gens qui vont te suivre, qui vont s'identifier à toi, etc. Mais en fait, c'est super dur à visualiser, tu vois, parce que vraiment, je suis vu que par les gens de la province de Namur, majoritairement, en vrai de vrai, et le peu de gens qui m'ont vu sur les réseaux en dehors de Namur, enfin voilà, c'est pas tant que ça, quoi. C'est dans les pourtois, mais ouais, en vrai, c'est surtout beaucoup dans Namur qu'on me reconnaît et qu'on me parle, etc. Ça m'est arrivé une fois à Liège qu'il y ait une personne qui me remercie de mes trucs et tout. J'étais là en mode, c'est trop mignon. Et en fait, la personne m'a dit, est-ce que je peux te faire un câlin et tout ? T'as l'air d'une personne adorable. J'étais en mode, oh boy, that's so nice. Mais en fait, il y a des gens qui étaient vraiment super mignons et j'ai jamais eu de mauvaise rencontre entre la vraie vie et... Et les réseaux. Vraiment, c'est toujours des personnes trans qui me disent, ah waouh, mais oui, t'en fais pas, on te connaît, etc. J'ai même eu droit à des gens qui m'ont demandé des photos. C'était vraiment super drôle. En mode, t'es un peu une star, quoi. Mais hé, en vrai, je peux flex un peu. Mais flex. Je te jure. Et en plus, anxiété sociale sur nous, parce que vraiment, déjà moi, je suis trop anxieux de base. Mais en fait, il y a des gens à Namur, parfois, que j'ai rencontrés, même principalement dans mon école, trop sympas, quoi. Genre, en fait, dans le milieu queer, c'est tellement plus chill, souvent. Et puis, même des personnes queers qui savent pas que je suis trans, ils m'ont vu sur les réseaux. Je ne sais pas comment ils n'ont pas compris que j'étais trans. Mais genre, super sympa quand même. Il y a toujours des retours cools. En vrai, franchement, c'est vraiment un groupe de gens qui revient pour les mêmes raisons et qui remercient pour les mêmes raisons. C'est trop cool. Non, en vrai, ça fait vraiment du bien. Mais c'est adorable, en fait. Non, mais il faut plus de personnes comme ça. Vraiment.

Interviewer (C) : Et est-ce que t'as déjà ressenti que dans le contenu que tu postais, qu'il y a certains sujets que tu abordais qui pouvaient être pénalisés ou qui faisaient en sorte que t'allais être moins mise en avant.

Intervenant : J'ai un TikTok qui a fait un bad buzz de fou. Et en fait, les seules fois où je fais un bad buzz, étrangement, c'est quand je parle de mon appartenance dans la communauté noire. C'est toujours le truc qui bad buzz à chaque fois. D'ailleurs, à cause de ça, à mon école, j'étais connu pour être le raciste envers les Blancs. Donc en gros, j'avais fait un TikTok parce qu'il y avait des personnes queers qui jugeaient les lacost tn, les lacost tn en disant que c'était tous des

homophobes, etc. Et en fait, j'en ai tellement marre de ce terme péjoratif qui reprend du mépris de classe et comme par hasard, quand on te demande de montrer qu'est-ce que tu as de vrai comme personne portant des lacost tv, on va toujours viser une personne noire, une personne maghrébine. Alors que dans notre communauté, en Afrique, il y a des gens qui sont tout aussi queer que nous et qui juste peuvent pas parler parce que ça a été dans la culture et c'est resté comme ça à cause de la colonisation, plein de choses en fait. Et le fait que des personnes blanches nous minimisent alors qu'on est tous dans le même tas, j'ai trouvé ça hyper honteux. J'avais été au delà de la personne qui avait fait ça. Alors après, j'ai eu beaucoup de personnes dans ma ville qui m'ont envoyé des messages racistes. On m'a envoyé des airdrops en m'appelant Tahiti Bob, enfin vraiment des trucs vache. Et j'ai fait un TikTok à chaud où vraiment, j'avais dit, j'en ai marre en fait d'être pris de haut par des blancs, genre vraiment. Et j'ai utilisé des termes vraiment genre hyper durs sur la communauté blanche raciste et homophobe. Et en fait, c'est parti en me disant, bah oui, de toute façon, si tu allais en Afrique, etc., tu te ferais forcément taper vu que t'es métisse, etc. What do you know about that ? Mais les gens... What the fuck do you know about that ? C'est une folie de fou. En fait, j'ai l'impression que les gens ne prenaient pas conscience que déjà, en tant que personne métisse, light skin, je suis totalement conscient de mon privilège à moitié blanc. Ce que je manifeste, c'est que je ne suis pas seulement une personne blanche, je suis métisse. Et en fait, les gens, ils ont vraiment du mal avec ça parce qu'en fait, quand t'es une personne queer et que tu manifestes aussi ce que c'est le struggle d'être une personne noire dans la communauté queer, on n'en parle pas. Et même en matière de réseaux sociaux dans la communauté trans, je ne connais vraiment que, c'est premier degré et c'est vrai, que deux personnes trans influenceurs noires, j'en connais que deux. Ah, mais y en a pas beaucoup. Y en a super peu, on n'en parle pas. On dirait que c'est plus tabou, en fait. Ou alors, juste les gens ne vont pas l'affirmer, etc. Ça va être plus caché, comme ça. Et en fait, tous les TikToks où j'ai parlé de la communauté noire et de mon appartenance là-dedans, tout est archivé. Absolument, tout est archivé parce qu'en fait, il y avait des gens qui étaient certifiés, etc., qui l'avaient vu et j'avais du soutien. Le souci, c'est le harcèlement derrière, c'est qu'il y avait des menaces par message derrière. C'était trop. C'était trop. J'avais... Je venais à peine d'avoir 18 ans. Enfin, c'était... Ben oui, la pression même. Enfin, je ne sais pas. Les réseaux, c'est dur. Oui. Surtout qu'en fait, moi, ce que j'avais raconté, c'est que j'étais totalement ouvert en disant que j'étais chrétien. Et en fait, ça aussi, ça a déclenché des tornades et des tornades par message. Ça aussi, j'ai dû archiver parce qu'en fait, on ne parle pas assez des personnes du coup LGBT qui sont chrétiennes, qui sont musulmanes. Et en fait, moi, j'en fais partie. C'est vrai que j'ai une approche avec la religion qui a été très traumatisante à

cause de ma mère. Mais moi, j'étais allé vers Dieu, tu vois, de moi à moi. Et en fait, je me sentais vraiment aimé dans ma religion et tout. J'ai toujours eu la foi. Et en fait, c'est des gens qui ne comprenaient pas. Et en fait, je me prenais une haine de feu en disant que ce n'était pas possible. Une personne trans ne peut pas être chrétienne. Ah ouais. Mais c'est fou, c'est fou. Parce que j'ai grandi là-dedans. autant il y a des choses traumatisantes que je ne tiens plus en compte parce que ma mère m'a appris la religion, je ne veux plus en tenir compte. Mais de moi à moi, j'ai toujours eu une bonne relation avec Dieu, etc. Il n'y a que Dieu qui peut nous juger déjà. Et en plus, genre, c'est fou parce que c'est les deux côtés qui ne comprennent pas. Les personnes queer ne comprennent pas pourquoi je suis chrétien et ils pensent que en fait, je me fais endoctriner. Et les personnes noires ne comprennent pas pourquoi, genre, je fais les deux parce que c'est concrètement dit comme un péché. Après, c'est vrai que là, je parle plus de ma famille parce que honnêtement, j'ai connu tellement de personnes noires dans mon cas au fur et à mesure du temps. Et en fait, c'était déjà rassurant. On en parlait entre nous. Et puis, je ne sais pas si tu connais un peu, il y a une église pour jeunes pratiquants je pense c'est une église protestante à Jemeppes. Il y avait beaucoup de personnes donc, enfin, de personnes métisses, de personnes, genre, noires, etc. qui en fait, étaient là. Et en fait, c'est des gens que je connaissais très bien de mon enfance et en fait, ça m'a toujours fait une peur de fou. J'avais une boule au ventre parce qu'en fait, je voyais très bien qu'ils ne me voyaient que comme j'étais toujours avant. C'est vrai que s'il y avait ce truc d'assumer complètement que j'étais un homme, il y a quelque chose qui allait vriller dans mon esprit et je m'étais dit que ce n'est pas possible. Parce que comme ce n'est pas un choix, le déni c'est le premier truc que tu vas prendre en compte. Et je sais qu'il y avait aussi un peu la barrière où genre, je ne sais pas comment expliquer, j'ai eu que l'éducation de ma maman. Donc, mon père, c'est lui qui est blanc, qui est belge. Et en fait, je n'ai eu aucune éducation de sa part. Et pourtant, il y avait toujours ce truc où genre, ah, mais même si on a vécu les mêmes choses, notre limite, c'est ça.

Interviewer (C) : Et du coup, donc, tu parlais de ton post qui a fait un bad buzz. Est-ce que ça a poussé ta manière de... Enfin, ça t'a poussé à changer ta manière de publier tes vidéos ?

Intervenant : Pour ma protection personnelle, oui, parce que j'étais une personne harcelée. Pour le reste, j'étais surtout très révoltée. Donc, en fait, au lieu de passer par TikTok, en fait, genre, je suis passée directement par Instagram. J'étais tout le temps, en fait, dans ce truc de révolte. En fait, du coup, tout ce qui se passait actuellement en Afrique, comme du coup pour la Palestine, etc., par exemple, genre tout ce qui était génocide, etc., je faisais passer tout ce qui

allait de mal là-bas. Et pour ce qui était du coup de la communauté queer, en fait, j'en parlais en story, mais surtout, c'est le seul endroit où j'étais sûre de ne pas avoir de critiques sur le fait de, par exemple, poster des psaumes, parler de religion. Genre, j'étais vraiment à fond là-dessus. Et j'avoue qu'on m'a un peu enlevé ma spirit par rapport à ça parce que du coup, maintenant, ça aussi, j'en parle moins. C'est parce que c'est très rare dans la communauté queer que je trouve des personnes chrétiennes avec qui parler de Dieu. Comme c'est très rare que je trouve du coup des personnes noires avec qui discuter justement du struggle d'aimer Dieu et genre de faire partie de la communauté lgbt. Enfin, c'est vraiment tout un mélange entre les deux. Et genre, en fait, il n'y avait jamais de juste milieu. Maintenant, après, pour revenir un peu plus sur ta question, ça a changé ma manière de poster, mais c'est uniquement par pure protection. C'est vraiment juste pour me protéger parce que moi j'ai jamais eu de taboux. Genre, s'il fallait que je lâche mon truc, je le lâchais. Mais en fait, le problème, c'est que quand je dis des termes, parfois, c'est trop cru sur le fait que vraiment, j'en peux plus. C'est ce que je subis. Et il y a eu beaucoup de remises en question sur qui j'étais. Moi, mon identité, à l'heure actuelle, on n'y touche plus. Je ne peux pas laisser quelqu'un en parler à ma place parce que le vécu n'est pas le même. Et étonnamment, c'était souvent des personnes blanches qui aimaient reprendre mon vécu. Ce n'étaient même pas des personnes concernées. J'ai eu affaire à l'extrême droite de Wallonie aussi. Tu connais le parti Chez nous ? Oui, oui. Voilà. J'ai eu droit à des commentaires hyper déplacés comme quoi j'étais la preuve de la marginalisation et que je voulais absolument être une minorité sur tout. Comme si je l'avais choisi. Comme si c'était un kiff personnel, apparemment. Je ne sais pas. C'était vraiment fort parce qu'en plus, elle venait de la seule meuf du parti. Il n'y a vraiment qu'une femme. Étonnant. Elle a tendance à ne s'habiller qu'en cosplay de Death Note. Elle parlait de moi en disant que je me marginalisais. On pourrait dire la même chose d'elle par rapport au fait qu'elle se déguise constamment pour s'habiller. Culottée, madame. Mais là, maybe. Elle avait fait un énorme TikTok qui a fait 100 000 likes. Elle expliquait qu'il n'y avait que deux genres. En mode homme et femme. C'était une heure après avoir commenté mon TikTok. C'était horrible. Ce TikTok est même passé aux Etats-Unis. J'étais choqué. Je savais très bien qu'elle me visait parce qu'elle commentait beaucoup mes publications. Mais elle a harcelé beaucoup de personnes queers. Il n'y avait pas que moi dans le lot. On était plusieurs.

Interviewer (C) : Mais du coup, cette histoire-là, est-ce que ça a eu un impact sur ta conscience ou même ton sentiment de sécurité en ligne ? Le cyberharcèlement que tu as vécu, etc. Tout ce que ça a engendré par la suite.

Intervenant : C'était énorme. Par exemple, pré-transition, j'ai toujours adoré le maquillage. Je m'habillais de ma lumière alternative. C'est ce qui mettait le plus de doute sur les gens. Pourquoi tu dis que tu es un garçon si tu te maquilles ? Je faisais juste ma vie. J'ai tellement pris ça à cœur que je me suis toujours habillé pendant presque un an et demi de la manière la plus masculine possible. Je me mettais confortable en société. C'est juste que ce n'était pas moi. Maintenant, depuis ma transition, je colore mes cheveux avec la hair wax parce qu'on ne détruit pas les boucles ici. Même au niveau outfit, etc. Même tout ce qui est piercing. Je me sentais beaucoup plus confortable à me rapprocher des choses qui sont soi-disant dites féminines parce que je m'assumais totalement comme un homme. C'est vrai que ça m'a valu beaucoup de propos. Mais après, c'était drôle. Les gens me disaient directement qu'ils ont toujours cru que j'étais gay. C'était vraiment super drôle parce qu'il y a eu ce truc où d'un côté, j'ai ressenti la délivrance du truc en mode maintenant, ça va mieux, je peux m'assumer comme je veux. Mais avant, après tout ce qui s'était passé, ce n'était plus le cas. Je ressentais tout le temps besoin d'avoir un côté hyper masculin. Pour ce qui est du racisme, ça m'a aussi touché parce qu'à l'école, j'étais surtout connu pour me faire des braids. J'avais tout le temps besoin de me protéger les cheveux surtout en hiver, comme ça casse, il fallait les tresser. Merci aux tantines qui connaissent ma maman qui m'ont tressé. Franchement, c'était une de mes meilleures erreurs. Même par rapport à ça, je pense que c'est le truc qui m'a le plus touché, c'est qu'après tout ça, j'ai arrêté de me tresser les cheveux. Alors que ce n'était même pas qu'une question d'esthétique, j'en avais besoin. C'était parce que c'était trop féminin, je n'avais pas le droit. J'avais même reçu des commentaires d'une fille qui a été mon harceleuse pendant super longtemps. C'était des commentaires racistes, des commentaires transphobes en même temps. Elle me parlait en mode avec ta vieille coupe de merde genre demi-boy. Elle disait des trucs horribles. Évidemment, à cette période-là, je ne sais pas si elle a évolué après, mais aucune prise de remords. On m'avait même dit de ne pas me plaindre auprès du directeur parce que cette fille allait forcément être virée et que j'allais juste gâcher sa vie. Comme si elle ne gâchait pas la tienne. J'avais 5 feuilles recto verso de tout ce qu'elle m'avait fait en moins d'un an. C'est-à-dire qu'au bout de 5 mois, on n'était même pas passé à janvier. On n'avait pas eu le temps de voir la nouvelle année se lever. Et le directeur, il ne m'a pas pris en compte. Les éducateurs ne m'ont pas pris en compte parce que c'était leur chouchoute. Je ne sais pas si tu connais Monsieur Durty.

Interviewer (C) : Oui, oui je vois.

Intervenant : Je ne peux pas me le voir. C'est le genre d'éducateur qui aime bien avoir la validation féminine de personnes mineures. Bizarre, mais bref. C'est un peu le chouchou éducateur. Pas des mecs. Que des filles. C'est un BDG. Et en plus de ça, à son grand âge. Au lieu d'aller chercher une femme. Ça m'a juste complexé pendant longtemps.

Interviewer (C) : Mais comment as-tu justement réussi à passer ce cap où tu étais complexé.

Intervenant : C'est le jour où ma mère m'a mis à la porte. Elle m'a dégagé de chez elle. Elle vivait avec mon beau-père. Il y avait déjà des différends pour le contexte. Il est extrêmement raciste. C'était le genre de mec qui disait aux familles, la colonisation a bien servi les noirs.

Interviewer (C) : Mais ta maman est noire non ?

Intervenant : Oui, elle est noire. Elle vient de Bukavu. C'est dinguerie. Devant toutes mes tantines. Devant tous mes tontons. C'était vraiment une grosse dinguerie. J'avais beaucoup de haine à ce moment-là. J'étais quelqu'un qui était très dans l'injustice. Je l'avais engueulé. Comme un sale babtou, il a commencé à me parler mal. J'étais vraiment son ennemi numéro un. J'ai décidé que j'étais son ops. Il y a eu ce truc-là. Entre-temps, j'ai changé mon prénom officiellement en tant que Julien. Sans lui en parler. Je l'ai fait directement. Je savais pas que ça allait pas le faire de son côté. Dès que j'ai eu la majorité, j'ai foncé. Ma mère m'a mis dehors en me disant, tu veux changer de prénom, tu changes d'adresse. C'est elle qui avait choisi le prénom. Je m'appelle Julien parce que c'est ma mère qui l'a choisi. J'avais un prénom composé administrativement parlant. Du coup, j'ai dû faire mes affaires. J'étais en plein CESS. La transition où ma mère me met dehors, ça a été tellement violent qu'en fait, après ça, il y a eu des vacances. J'ai eu mon diplôme et j'ai décidé que je vivais ma vie comme bon me semblait. En plus, vers août, j'ai transitionné. Donc, c'était encore mieux. Autant assumer qui je suis et vivre ma vie. C'est parce que ma mère a toujours été mon pilier dans ma vie, à peu près tout. Et en fait, perdre la personne qui t'a mis au monde, ça fait juste mal. On a eu beaucoup de différents à cette période-là, c'est vrai. Un parent reste un parent. C'était la seule qui, même s'il y avait des côtés traumatisants, qui me permettait de me sentir à l'aise à dire que j'étais chrétien. Donc, il y a eu ça aussi comme rupture qui était hyper dure.

Interviewer (C) : Et là, maintenant, ça va mieux avec elle ?

Intervenant : Ça va dans le sens où elle a essayé de se rattraper plusieurs fois. Mais elle est toujours autant transphobe. Elle ne respecte toujours pas. En fait, elle veut récupérer son enfant. Ce que, en tant que parent, je comprends parce que je lui ai dit que je comprenais. Le souci, c'est que, du coup, dès qu'il y a l'occasion de me dire que je suis trans et que je devrais changer, c'est vraiment ça. Je me suis fait frapper dans le mur. Elle a vu la vidéo, elle l'a vu passer et elle m'a dit que c'est quand tu vas comprendre. Selon elle, c'est ma faute. J'aurais dû... Je ne sais pas. C'est toujours des trucs comme ça qui reviennent souvent. Elle m'appelle souvent au téléphone mais c'est souvent des pics pour me dire que je devrais arrêter la testo, etc. Ou alors, elle m'a déjà coursé en voiture. Ma mère est de base très violente. Ce n'est pas un avis... C'est un avis pas très objectif que je donne parce que dans mon cas, j'ai eu une mère très violente psychologiquement, physiquement comme mentalement sur beaucoup de trucs. C'est vrai que c'est dur à prendre en compte mais le fait que ça a toujours été une personne très violente... Et même après ma transition, elle essayait de m'enfermer chez elle, etc. Je devais trouver un moyen de m'enfuir. C'était horrible. Ça a toujours été comme ça. Et là, ici, C'est juste que... On est en contact. Ce n'est pas non plus la guerre. On est vraiment sur le truc le plus stable que je puisse avoir de sa part actuellement donc je m'en contente de ouf. C'est déjà bien qu'on prend ce qu'on peut prendre. On prend ce qu'on peut prendre. Vraiment, c'est ce que j'essaie de faire.

Interviewer (C) : Et du coup, par rapport aux algorithmes, toi, comment t'imagines que les algorithmes ils décident de montrer ou non ton contenu ?

Intervenant : Je sais que mon contenu est beaucoup plus vu quand je mets vraiment en compte le fait que je veux centrer un groupe de personnes. J'ai déjà parlé de transidentité sans forcément vouloir être vu que par la communauté trans. Parfois c'est aussi pour éveiller vraiment les gens, etc. Mais quand je veux cibler que la communauté trans, ça se regroupe beaucoup plus vite. Il n'y a majoritairement que des likes de personnes queers, que des commentaires de personnes queers. Ça m'évite même d'avoir des mauvais commentaires d'ailleurs. Et le meilleur moyen par lequel j'ai pu faire ça et ce qui m'a sauvé pendant mon harcèlement, on dirait pas comme ça, mais c'est les hashtags.

Interviewer (C) : Ah bon, comment tu expliques ça ?

Intervenant : Donc les hashtags que je mets quand je parle vraiment de transidentité pour être sûr de cibler toujours le même groupe de personnes et même les personnes qui me follow. Du coup, c'est les hashtags FTM, donc Females to Males, LGBTQIA+, il y a aussi le hashtag For

Your Page, mais ça, je les mets en ce moment parce que c'est vraiment quand je veux pas forcément cibler qu'un groupe de personnes et voir jusqu'où ça peut aller. Mais sinon dans l'ensemble, c'est toujours bien de mettre des hashtags pour te protéger de certaines choses et être sûr que c'est toujours le même groupe de personnes. Même le hashtag juste trans, transgender, c'est toujours des hashtags qui regroupent toujours la même personne. Et du coup, peu importe ce que je poste, je sais que même s'il y a pas beaucoup de vues sur les vidéos ou pas, au moins ce sera toujours des personnes safe. C'est vraiment pour ma protection parce que du coup, je suis quelqu'un de très anxieux. La visibilité sur les réseaux, je me sens très vite vu et ça me fait un peu peur. Et puis des fois, je suis pas habitué donc juste il y a des trucs que j'ai archivés, même si ça fonctionnait bien. Je suis quelqu'un de base assez stressé et tout. Mais aussi le petit côté incongru où genre voilà, je suis autiste, I'm autistic. Et socialement, des fois, je me mets beaucoup de barrières juste parce que j'ai pas l'habitude et voilà quoi. Même quand on a commencé à me parler en me disant... Comment je peux donner un exemple de ça ? Premier jour de rentrée à la haute école, il y a un mec qui me parlait en me disant que oui, il y avait un groupe de personnes qui voulaient me parler et en fait, c'était que les gens qui me suivaient sur TikTok. Et en fait, ils m'ont dit Ah ouais, on te connaît de TikTok, etc. Et vraiment des compliments trop mignons et tout. Et en fait, ça m'a vraiment stressé parce que j'étais arrivé dans une école sans dire à qui que ce soit que j'étais trans. Je l'avais dit à personne et en fait, un groupe de personnes m'a vu et ils étaient là en mode Ah ouais, ok, t'es trans, etc. Et il y en a même qui me suivaient sur TikTok qui ne comprenaient pas du tout que j'étais trans. Du coup, c'était très très drôle parce que je me disais, mais qu'est-ce qu'ils ont vu. Comme je me sens en sécurité avec d'autres personnes queers, je balance juste comme ça mon parcours de transition et la phrase qu'on adore me dire, c'est, ah pardon, je savais pas que t'étais une femme trans et j'étais en mode ah ah ah Turn around encore, turn around encore Vas-y, essaye encore Elle m'a dit, mais tu mens, mais tu mens Mais genre, ils sont choqués Ils sont choqués Ah oui, il y en a beaucoup qui sont choqués même si sur les réseaux, en fait, ils comprennent juste pas parce qu'en fait, genre, ils pensent que c'est l'autre sens ce que je peux comprendre quand du coup tu connais pas trop des choses sur la communauté trans au début ou que tu connais que ce que t'as besoin de savoir pour respecter fatalement les gens comme des êtres humains mais genre, enfin, ouais l'algorithme, parfois, même si je centre des gens à certains moments pour ma protection, il y a des moments où c'est aléatoire, mais depuis mes harcèlements passés, c'est jamais allé plus loin, en vrai. Jamais j'aurais pensé que ça impactait vraiment des choses, genre, au départ, moi je mettais des hashtags parce que tout le monde en mettait et que je pensais que c'était ce qu'il fallait pour passer dans les pourtois à aucun moment, je pensais que l'algorithme faisait

des fois les choses tout seul parce que j'ai déjà posté des trucs sur les hashtags et au final ça faisait quand même ce que ça faisait donc, au final, je l'ai fait petit à petit et tout, et au final mes hashtags étaient beaucoup plus précis pour de bonnes raisons aussi.

Interviewer (C) : Est-ce que l'algorithme est juste avec tout le monde ?

Intervenant : On pourrait croire que ça dépend de ce que tu postes le contenu qui intéresse, est-ce que t'es drôle, est-ce que t'es pas drôle, est-ce que tu dis des choses intéressantes ou pas intéressantes dans l'ensemble, les réseaux sociaux, il y a tellement de choses, genre, tellement d'hommes que j'ai vu passer et qui pourtant sont quand même likés, même likés par moi au final, je pense qu'il y a vraiment ce truc où juste quand quelqu'un voit un truc qui lui plaît en tant que personne il le like et puis voilà et ce qui passe pour toi. Parfois elles peuvent être shadowbann pour des trucs vraiment nuls et dans le cas de la communauté trans beaucoup d'entre nous ont déjà été shadowbann mais c'est parce qu'on est signalés aussi par les personnes transphobes, homophobes, etc et aussi à cause des spams de likes, les spams de commentaires majoritairement, ça aussi c'est shadowbann alors que basiquement on n'a rien fait et puis il y a des contenus de personnes trans qui ont été très individualisés et j'ai été très étonné il y a pas longtemps, j'ai sponsorisé un event à Paris pour de la MMA queer donc c'était vraiment Gaston qui organisait tout et en fait étrangement, le contenu n'est pas bien passé il y avait des gens à cet événement mais sur les réseaux sociaux il n'est pas bien passé du tout sur le compte Instagram de Félix et le compte Instagram du centre ça serait pas passé et pourtant ma vidéo à l'heure actuelle elle est archivée parce que j'étais hyper anxieux et j'ai pas l'habitude de faire des sponsors j'étais pas bien c'est vraiment pas le truc que je fais, j'ai fait pour Félix mais après vraiment je peux pas et du coup en fait étrangement c'est un truc qui est pas très bien passé, je pense que sur ce TikTok j'ai eu 100 likes mais après c'est encore une fois, j'ai vraiment fait en sorte de mettre les hashtags qu'il fallait parce que je voulais cibler que des gens en particulier et après il y a eu le compte de MMA qui avait reposté ma vidéo etc très peu de likes aussi, très peu de vues des fois ça dépassait même pas les 100 vues d'ailleurs chez certains alors que pour être au moins dans les pour-toi tu dois vraiment dépasser les 100 vues ça m'a choqué de fou parce que c'était quand même un événement sympa etc et ça étrangement ça a été shadowbann même les choses qui peuvent servir genre aider, même des events que j'ai déjà vu passer sur les réseaux, complètement shadowbann ça arrive très fréquemment en vrai donc je pense pas que l'algorithme est souvent très juste mais je pense que c'est surtout comme on est en minorité,

des événements qui peuvent intéresser dans une certaine province c'est très rare de trouver des gens aussi à cibler, il y a beaucoup de choses qui tournent en compte sur ça.

Interviewer (C) : L'interview arrive à sa fin, est-ce qu'il y a quelque chose que tu voudrais rajouter?

Intervenant : Non je pense qu'on a bien fait le tour. Je dirais juste que c'est important d'être fidèle à soi-même, de ne pas se modeler on va dire pour plaire aux autres. Je l'ai fait pendant tellement d'années et vraiment je le regrette.

Interview Emile

Interviewer (C) : Pour commencer, tu peux commencer par te présenter et nous expliquer si tu te reconnais comme faisant partie d'un ou plusieurs publics minorisés.

Intervenant : D'accord, du coup déjà je m'appelle Emile, avant j'avais un autre prénom mais je ne le dirai pas parce que c'est une source de dysphorie, de grande dysphorie pour moi. Je suis une femme trans mais je suis également non-binaire et étant donné que je suis une personne non-homme qui aime les personnes non-hommes, je me sens comme lesbienne.

Interviewer (C) : De manière générale, c'est quoi le réseau social ou les réseaux sociaux que tu utilises le plus et pourquoi cela ?

Intervenant : Du coup Insta et TikTok.

Interviewer (C) : Okay, et pourquoi ?

Intervenant : Insta, généralement, c'est surtout pour tout ce qui va être m'informer sur les dernières nouvelles par rapport à la transidentité, par rapport à tout ce qui se passe dans le monde, par rapport aux personnes LGBTQIA+, et racisées bien sûr. Et TikTok, généralement pour faire des vidéos, pour parler avec mes abonnés, pour tout ça.

Interviewer (C) : Tu publies quoi comme genre de contenu en général ?

Intervenant : Généralement, très précisément, ça reste toujours du contenu sur les LGBTQIA+. Pour l'instant, j'essaie de me concentrer sur ce que je suis moi, mais après, j'aimerais plus tard peut-être faire des vidéos plus généralisées sur tout ça.

Interviewer (C) : Ah oui je vois, et pour toi, ça représente quoi les réseaux sociaux ?

Intervenant : En fait, pour moi déjà, de base, si j'ai commencé par faire des vidéos sur TikTok, à l'origine, je ne savais pas du tout quoi faire sur TikTok, je n'avais pas de but particulier. Mais depuis que je m'assume, mon but, c'est de montrer que même si on est invisibilisés, que même l'algorithme veut nous invisibiliser, on est là et on existe même en dehors du mois des fiertés qui est le mois de juin. Le mois des fiertés, en fait, le mois de juin, pour nous, c'est notre mois, c'est le mois des fiertés. Et il faut montrer, et en fait, je pense moi qu'il faut montrer qu'on est

là même en dehors de ce mois des fiertés parce que beaucoup de personnes encore aujourd'hui, même si c'est déjà arrivé à des mois de le dire, qu'en dehors de ce mois-ci, personne ne parle. Sauf que moi, j'ai pris la liberté de parler, de dire les choses, de faire entendre ma voix, de faire des vidéos, de faire entendre ma voix. Alors des fois, ça fonctionne, des fois, ça ne fonctionne pas, mais en même temps, l'algorithme est assez changeant.

Interviewer (C) : Est-ce que tu as déjà eu l'impression d'être moins visible que d'autres personnes sur les réseaux sociaux ? Et comment tu expliques ça ?

Intervenant : Oui, il y a eu des périodes où je pensais ça, mais surtout quand je ne m'assumais pas et que je faisais des vidéos aléatoires. Mais aujourd'hui, je sais que généralement, même si pour beaucoup de gens sur TikTok, ils s'imaginent que ça ne fait pas beaucoup, si j'arrive à déjà faire 2 000 ou 3 000 vues, moi ça me va très bien. J'ai déjà 2 000 ou 3 000 personnes qui regardent mes vidéos. J'ai déjà eu des personnes qui sont venues me voir pour me dire qu'ils avaient fait leur coming out, qui s'assumaient maintenant depuis qu'ils regardaient mes vidéos. Autant je ne suis pas payé, mais autant je suis payé en gratitude là-dessus, et c'est très bien.

Interviewer (C) : Est-ce que tu as déjà eu l'impression que ton identité jouait un rôle dans la manière dont ton contenu circulait ?

Intervenant : Je ne sais pas, mais oui, peut-être un petit peu, mais je pense surtout qu'au-delà de notre identité, il faut surtout faire du contenu qui nous corresponde, et je pense que pour l'instant, je fais du contenu qui me correspond. Mais oui, effectivement, il y a toujours ce côté-là, où mon contenu est par rapport à mon identité. Oui, parce qu'en soi, tes réseaux, c'est un peu toi, donc c'est normal que tu mettes en avant ton identité. Sachant qu'avant, je m'étais créé un personnage sous mon ancien pseudo qui était Vodjin, donc du coup, tout le monde me connaissait là-dessus, et quand j'ai changé, forcément, j'ai eu pas mal de gens qui sont partis, mais j'ai eu beaucoup de gens qui sont arrivés d'un coup. Parce qu'en soi, ces gens-là, ils ont aimé la vraie moi, en fait.

Interviewer (C) : Est-ce que tu as déjà ressenti que certains sujets que tu abordais étaient pénalisés ou moins mis en avant par la plateforme ?

Intervenant : Je ne sais pas, je ne pense pas. Après, c'est sûr que quand je fais des vidéos un petit peu sans trop parler et tout ça, comme mes vidéos acting et tout ça, enfin mes vidéos

acting, mes vidéos playback, il y a toujours un petit peu moins de vues, mais généralement, non, je pense pas. Ça reste un peu stable à ce niveau-là.

Interviewer (C) : J'ai vu que tu publiais assez régulièrement, est-ce que t'as déjà été confronté à des haters ?

Intervenant : Oui, bien sûr. Bien sûr, bien sûr, j'en ai un paquet. Très souvent, très souvent, des personnes qui veulent m'invisibiliser, justement, qui veulent faire en sorte que j'arrête mon contenu, sauf qu'ils comprennent pas que plus ils vont m'haïr, plus je vais faire du contenu. Ils m'insultent, ils me méchorent gratuitement alors que ça fait 15 fois qu'ils viennent sur mes vidéos. C'est très souvent ça. Je reçois très souvent soit arrête ton contenu, on en a marre de le voir, soit c'est juste ils se foutent de moi parce que je dis que je suis lesbienne alors que j'ai encore mon corps d'homme parce que j'ai commencé qu'en fin d'année ma transition. Ou alors c'est juste du méchorage gratuit. Les gens sont déjà sur une ou deux vidéos. Le pire, c'est que s'ils me croisent dans la rue, ils vont même pas venir me voir. C'est juste parce que les réseaux sociaux, ça donne un peu des ailes aux gens, en fait.

Interviewer (C) : Est-ce que du coup, tous ces gens qui peuvent parfois être méchants, etc., ça a déjà eu un impact sur ta confiance ou ton sentiment de sécurité sur les réseaux ?

Intervenant : Ça a eu un impact. Au début, c'était le cas. Déjà, quand j'ai fait mon premier coming out, quand je pensais que j'étais un homme bisexuel, ça n'a pas eu tellement d'impact parce que je me suis dit je suis bisexuel, donc je m'en fous. Techniquement, beaucoup de monde sont bisexuels. Par contre, oui, au début, ça a eu un impact parce que j'ai été un petit peu dans l'extrême dans certaines vidéos. Du coup, j'ai eu un max de haine et tout ça. J'ai eu beaucoup aussi de soutien, mais vraiment, c'était quelque chose. Mais aujourd'hui, je n'en ai rien à faire. Vraiment, même si les gens viennent me caler leur haine, le seul truc que je fais, c'est ignorer. Les gens sont fous sur les réseaux... Surtout qu'en France, il y a quand même une grosse communauté dans le sens LGBTQIA+. Je ne comprends pas que tout le monde s'injure alors que finalement, on existe depuis tellement longtemps. Les personnes racisées existaient avant même que la colonisation existe. Les personnes LGBTQIA+, existent depuis des années et des années. C'est juste qu'avant, on fermait notre bouche, mais aujourd'hui, on a décidé d'arrêter et de l'ouvrir.

Interviewer (C) : Comment dans ta tête, tu imagines que les algorithmes, ils décident de montrer ou non ton contenu ou du contenu de manière générale ?

Intervenant : Je pense que c'est très aléatoire. Je pense que ça reste lié au son que tu mets derrière, ça reste lié aussi aux hashtags que tu mets. En fait, il y a pas mal de trucs qui ont un impact, mais je pense que les plus importants, c'est vraiment le son, la manière dont la vidéo est faite et les hashtags.

Interviewer (C) : Donc si je comprends bien, tu cibles tes hashtags ?

Intervenant : Ils sont généralement ciblés, oui, effectivement. Ciblés LGBT et comme je fais très souvent des trucs de playback, je fais du playback musique, musique acting, donc forcément, je mets aussi... Je mets aussi ces hashtags-là.

Interviewer (C) : Okay et selon ton opinion, est-ce que c'est juste ? Les algorithmes sont-ils justes pour tout le monde ? Et pourquoi ça ?

Intervenant : Non, l'algorithme n'est pas juste pour tout le monde. Je le vois très clairement. L'algorithme, en fait, il va mettre en avant des gens. Par exemple, je vais donner un exemple tout bête. Il y a quelque temps de ça, j'ai trois types qui font vraiment que des... On va le dire clairement, du contenu vraiment merdique et qui insulte toutes les personnes, que ce soit racisées, toutes les minorités, finalement. Toutes les minorités, gratuitement, en republication, mais quand j'ai voulu signaler leur compte, ils n'ont pas été délogés. Quand j'ai signalé leur compte, ça n'a pas sauté, parce qu'en fait, le truc, c'est que j'ai l'impression que TikTok, que la société de TikTok, ils n'utilisent que des robots, en fait. Donc du coup, forcément, le robot, il va voir le contenu, mais il ne va pas essayer d'aller voir tout ce qui est republication et tout ça. Il ne va pas vraiment fouiller, essayer de comprendre, etc. Il ne va pas vraiment fouiller, donc du coup, forcément, toutes ces personnes qui sont là pour juste faire du contenu aléatoire et des republications où ça insulte gratuitement et tout ça, ils ne vont pas être délogés. Donc personnellement, au bout d'un moment, j'ai eu une période où je me suis dit vas-y, j'arrête les vidéos, parce que vraiment, c'est chiant. TikTok, ça devient n'importe quoi. Mais j'ai continué parce que j'ai vu que mes vidéos pouvaient aider. C'est vraiment le plus important pour moi.

Interviewer (C) : Et là, si on te dit, tu as l'opportunité de t'adresser directement aux plateformes, tu leur dirais quoi ?

Intervenant : Alors, je leur dirais directement de mieux gérer le contenu et les admissions dans l'application, parce que malheureusement, aujourd'hui encore, même s'il y a eu des restrictions par rapport à l'âge et tout ça, il y a toujours des des gosses très jeunes qui peuvent y aller quand même en trichant. Mais le truc, c'est que ça triche un petit peu en utilisant la carte d'identité de son frère, de son grand-frère, sa grande soeur. Il faut vraiment arrêter. Il faut vraiment qu'il y ait un système, par exemple, de selfies, comme dans certains sites, des selfies pour montrer sur la carte d'identité, c'est bien toi. Il faut qu'ils gèrent un peu mieux tout ça et qu'ils gèrent aussi un peu mieux le contenu des gens, parce qu'il y a des personnes qui se disent bienveillantes et qui, finalement, du jour au lendemain, balancent des contenus super haineux, super problématiques. Et donc, du coup, il faudrait qu'ils gèrent beaucoup mieux leurs plateformes à plein de sujets différents, mais ces deux-là sont les principaux.

Interviewer (C) : Et si on te dit là, on te donne n'importe quel pouvoir et tu peux changer quelque chose, tu changerais quoi ?

Intervenant : Je pense que j'essaierais de changer peut-être pas toute la mentalité, mais la mentalité haineuse des gens qui... des gens qui essaient d'invisibiliser tout le monde, en fait, parce qu'au bout d'un moment, il faut vivre avec les autres. Il faut savoir être tolérant envers les gens. Après, c'est sûr, il y a la tolérance et la tolérance, bien sûr, mais il y a quand même énormément de mauvais trucs, surtout en France actuellement, avec tout ce qui se passe entre les municipales récentes et la montée dans certains endroits de la droite, malheureusement. Mais voilà. On a encore beaucoup de chemin à faire. Oui, en France, on a énormément de chemin à faire. Après, il y a pas mal d'autres pays qui sont... C'est encore pire. Mais on essaie un peu de voir le positif. C'est pas pour autant qu'il faut s'arrêter sur ça, et en fait, il faut qu'on s'améliore. Exactement.

Interviewer (C) : L'interview, elle touche à sa fin. Est-ce qu'il y a quelque chose que tu veux rajouter, partager, préciser, mettre en avant, que t'aimerais vraiment qu'on retienne de cette interview ?

Intervenant : Je ne pense pas qu'il y ait beaucoup de choses à redire encore, mais juste le seul truc qu'il faudrait dire, vraiment, c'est soyez ouverts d'esprit, bienveillants, et surtout ne faites pas la même erreur que nos aînés ont fait à propos des minorités. Il faut pas faire la même erreur, il faut les accepter, il faut accepter tout le monde, il faut accepter toutes les ethnies, il

faut accepter toutes les personnes racisées de n'importe quel pays que ce soit, et il faut accepter que la communauté LGBTQIA+ existe et ne doit pas être invisibilisée.

Interview Clara

Interviewer (C) : Tu peux commencer par te présenter, dire est-ce que tu te reconnais comme faisant partie d'un ou plusieurs publics minorisés ?

Intervenant : Ok, du coup, moi c'est Clara, j'ai 22 ans et oui, je dirais déjà que je fais partie de la communauté LGBT car je suis lesbienne.

Interviewer (C) : Okay, quels sont les réseaux que tu utilises le plus et pourquoi ceux-là ?

Intervenant : J'utilise plus Instagram et TikTok parce que je trouve que... Enfin, je préfère le contenu là bas en fait, ce que les gens proposent sur ces plateformes-là et je préfère la manière de partager par exemple plutôt qu'à Snapchat. Je trouve que c'est pas les mêmes communautés, enfin pas les mêmes gens qui sont sur ces réseaux-là. Et je sais pas, je trouve que c'est beaucoup plus facile et voilà.

Interviewer (C) : Et toi en général sur Insta ou TikTok du coup, tu postes quoi comme type de contenu ?

Intervenant : Je poste sur Instagram, ça va être beaucoup plus lifestyle. Donc vraiment, ce que je fais dans ma vie, ça va être beaucoup les shootings photos aussi, je suis modèle photo. Alors que sur TikTok, ça va plus être santé mentale, aussi par rapport à la communauté LGBT. Ça, ça va être un peu plus aléatoire. Je vais faire un peu aussi du sport et tout. Donc voilà.

Interviewer (C) : Pour toi, les réseaux, ça représente quoi ?

Intervenant : Pour moi, les réseaux, c'est un peu une manière de s'exprimer. C'est aussi un moyen d'être créatif, de faire juste ce qu'on a envie. Un moment un peu pour soi. Et je trouve que ça me permet un peu de montrer une partie de moi que j'ai envie, je ne sais pas, de se créer. Pas un personnage parce qu'il est vrai. En tout cas, moi personnellement, je ne montre pas du faux, mais juste on montre ce qu'on a envie à cet instant-là. Et donc ça, j'aime bien. Pouvoir montrer ce que je veux et tout en restant vrai. Tu as un peu ce truc où tu es libre de choisir ce que tu veux montrer ou pas.

Interviewer (C) : Tu m'as dit que tu postais parfois du contenu qui concernait un peu la communauté LGBT. Mais est-ce que tu as déjà eu l'impression d'être moins visible que d'autres personnes sur Tiktok ?

Intervenant : Moins visible, je ne sais pas. Parce que je sais qu'il y a certains TikTok qui ont percé, je pense, juste parce qu'ils font justement partis de la communauté LGBTQIA+. Mais par contre, j'ai déjà remarqué qu'il y a des abonnés qui se désabonnaient justement après ce genre de vidéo. Ou même sur Insta, il y a des gens qui, dès qu'ils avaient vu ou compris, je perdais des abonnés. Ça, je l'ai vu. Mais vis-à-vis des vues ou des likes, ça, je ne sais pas si c'est réellement à cause du contenu ou si c'est l'algorithme TikTok qui fait ça.

Interviewer (C) : Et du coup, toi, est-ce que tu adaptes tes hashtags ou quoi en fonction de comment ça va être perçu par les gens ? Tu vois, par exemple, si tu veux juste cibler la communauté LGBT, tu vas mettre hashtag LGBT ou tu t'en fous ?

Intervenant : Oui, clairement, les hashtags ne sont pas mis au hasard en tout cas. Donc ça, ça dépend quel public j'ai envie de viser et de toucher. Donc ça, oui, j'adapte.

Interviewer (C) : Donc t'as déjà eu l'impression que ton identité allait jouer un rôle dans la manière dont ton contenu allait circuler sur les réseaux ?

Intervenant : Oui, ça oui.

Interviewer (C) : Et est-ce que ça t'a poussé à changer ta manière de poster ou tu te dis je continue à être moi-même ?

Intervenant : Non, je continue à être moi-même, mais forcément sur TikTok, en fonction de quel contenu marche ou pas, on va être tenté de plus poster certains contenus alors qu'on pourrait se dire non, on continue comme on l'aurait fait avant. Mais je sais qu'il y a certains contenus, comme je sais que ça a marché, je me dis OK, je le referai alors.

Interviewer (C) : Et c'est quoi qui fonctionne le plus sur ton compte comme contenu ?

Intervenant : Moi, par rapport au fait d'aimer les filles, il y avait un TikTok avec ma copine.

Interviewer (C) : Oui, je l'ai vu d'ailleurs.

Intervenant : Et sinon, c'est un TikTok un peu plus humoristique, mais de nouveau sur le fait d'aimer les femmes. Quand tu abordes ce sujet-là, c'est ce qui fonctionne, c'est ce qui fait plus de visibilité. Mais après, c'est cool parce que dans le sens où je me dis OK, on est vu, etc. D'un autre côté, je trouve ça quand même un peu dommage de se dire que c'est le seul, jusqu'à maintenant, le type de contenu qui marche. Parce que je pense qu'en ce moment, il y a un peu un engouement autour de ça parce qu'on en parle de plus en plus. Et du coup, je trouve que ça peut réduire aussi les gens juste à leur sexualité. C'est-à-dire que leur identité, elle se fait autour de ça. Je trouve que du coup, c'est quand même très réducteur. Alors oui, vis-à-vis des réseaux sociaux, c'est chouette. On se dit OK, on a des vues, on n'est pas cachés, etc. Mais du coup, on ne nous voit qu'à travers ça.

Interviewer (C) : Est-ce que sur les réseaux, t'as déjà eu un sentiment un peu de... Par exemple, est-ce que t'as déjà des haters ? Est-ce que t'en as déjà eu ?

Intervenant : Des haters ? Ben oui, j'avais eu... Enfin, haters, c'est un grand mot, mais... Oui, des gens qui mettent des commentaires et tout. Ça, j'en avais eu, justement. Mais ça, c'était il y a plusieurs années où par rapport à ma sexualité, les gens me posaient énormément de questions alors que c'est un moment où moi, j'en parlais pas. Je l'affichais pas du tout. Mais les gens se permettaient de la juger, etc. Et de me poser énormément de questions sur ça. Par contre, maintenant que je le poste ouvertement, là, j'ai moins. J'ai moins de retours négatifs. Juste, comme je t'ai dit, des gens qui se désabonnent. Et donc, voilà.

Interviewer (C) : Donc t'as jamais eu un sentiment un peu d'insécurité sur les réseaux parce que t'as jamais été menacée ou vraiment critiquée ?

Intervenant : Il y a des années, oui. J'ai été quand même harcelée pendant des années via les réseaux. Et menacée, etc. Donc, à ce moment-là, oui. Mais ça, ça a duré quand même pendant plusieurs années.

Interviewer (C) : Ah ouais ?

Intervenant : Ouais, ouais. Mais maintenant, plus. Maintenant, je bloque.

Interviewer (C) : Ah ouais, ça, c'est pratique, ça.

Intervenant : C'est pratique, oui.

Interviewer (C) : Mais les gens, ils t'harcelaient alors que tu le disais pas clairement?

Intervenant : Ouais.

Interviewer (C) : C'était quoi, en fait ? Pour eux, tu l'étais, donc ils t'harcelaient ?

Intervenant : Oui, pour eux... Enfin, je sais pas. Tu sais, il y a des filles, entre elles, elles s'embrassent même si elles sont juste potes et tout. Et donc, en fait, avec une amie, on s'était juste embrassées une fois, mais juste pour rigoler. Et donc, ça avait fait beaucoup d'histoires. Alors qu'à ce moment-là, même moi, j'étais pas forcément au courant. Enfin, en tout cas, je le cachais complètement. Et donc, il y a eu quand même pas mal d'harcèlement autour de ça. Et comme je répondais pas clairement à la question, les gens, forcément, ils interprétaient comme ils le voulaient. Et ça, ils en parlaient encore plus, quoi.

Interviewer (C) : Et du coup, à cette époque-là, le fait qu'il y ait eu un peu cet engouement-là, est-ce que ça a changé ta manière de t'exprimer, de t'affirmer ou de montrer qui tu étais ? Parce que, du coup, toi, tu dis qu'à cette époque-là, tu savais même pas toi-même ce que tu ressentais. Mais donc, est-ce que tu te disais... Même si je le suis, je vais le cacher, je vais pas en parler, je vais... Tu te sentais comment, en fait, toi ?

Intervenant : Oui, oui, totalement. Enfin, pour moi, d'un côté, j'ai toujours su que je pouvais aimer les femmes. Mais pour moi, j'étais bi. Et quand il y a eu, après, cet harcèlement autour de ça, en fait, je n'ai fait que avoir des relations avec des hommes, alors qu'au fond de moi, je savais très bien que je voulais être avec une femme. Et donc, je pense que ça a complètement... Enfin, le harcèlement, etc., le regard extérieur a complètement fait que j'ai oublié cette partie de moi et je me suis pas écoutée et je me suis dit que c'est tellement plus simple d'être juste avec un homme, qu'on me pose pas de questions, que je me fasse pas juger. Et donc, oui, déjà, juste pour ça, ça a pas mal changé ma façon de penser ou d'être juste moi même. Et puis, même sur les réseaux, j'étais pas pareil. Enfin, je montrais... Avant, je me posais pas trop la question, je mettais juste ce qui, moi, me plaisait. Puis, j'ai eu une période où je montrais ce que je pensais qu'il pouvait plaire, au lieu de juste moi faire comme je voulais. Mais ça, de nouveau, maintenant, je l'ai compris que ça servait à rien. Moi, j'ai juste envie d'être moi. Et puis, voilà, si ça plaît, tant mieux. Si ça plaît plus pas, tant pis.

Interviewer (C) : Ça, c'est une bonne mentalité.

Intervenant : Mais c'est compliqué, hein, de penser comme ça.

Interviewer (C) : C'est compliqué de l'appliquer. Oui, c'est vrai.

Intervenant : Oui, oui, vraiment.

Interviewer (C) : Et pour toi, si on parle vraiment des algorithmes, tu penses... Enfin, comment t'imagines qu'eux, ils choisissent ou pas de mettre en avant certains contenus ? Tu penses que, genre, TikTok aura plus facile à mettre en avant certains contenus en particulier plutôt que d'autres ? Et selon ton opinion, pourquoi, en fait ?

Intervenant : Hum... Oh là là, c'est compliqué. Euh... Bah, je sais que, oui, il y a des vidéos qui percent plus que d'autres. Enfin, je sais que, par exemple, tout ce qui est médecine, etc., ça perce beaucoup. Tout ce qui est lié aux études, même le sport. Enfin, la course, en ce moment, ça, je pense que ça explose aussi. Hum... Après... Pourquoi est-ce que ça explose ? Bah, je pense que, oui, de nouveau, c'est un peu un effet de mode, mais c'est des sujets qui sont pas mal abordés en ce moment. Il y a un peu un engouement autour de ça. Donc, je pense que, forcément, c'est mis plus en avant. Après, je sais que TikTok, eux, leur algorithme, ils fonctionnent... Enfin, ils proposent la vidéo à certaines personnes si ça fonctionne dans les 30 premières minutes, je pense, ou quelque chose comme ça. Alors, c'est proposé à plus de personnes, etc. Donc, ça, je pense que c'est pas trop une... Enfin, pour moi, je suis pas trop OK avec cette façon de faire parce que la vidéo, elle peut tomber dans les pourtois de n'importe quel public qui sont peut-être pas forcément visés à ce moment-là. Du coup, forcément, ça va pas plaire. Et donc, forcément, la vidéo, elle va pas marcher alors qu'elle pourrait marcher si ça tombait dans les pourtois d'autres personnes. Donc, je pense que ça, c'est pas très bien fait, mais bon. Mais j'avoue que je sais pas expliquer pourquoi il y a d'autres vidéos qui marchent et pas d'autres. J'arrive pas trop à comprendre. En fait, il y a ce truc où, dès le début, tu dois un peu... Ta vidéo, elle doit direct, tu vois, accrocher dès les premières secondes. Et je pense que en fonction du nombre de... Enfin, si ça réussit, on va dire. Oui. Ce sera proposé à plusieurs personnes, mais c'est comme si TikTok, en fait, ils aimaient que ça crée, tu vois, pas le buzz, mais que ça crée des réactions directes, tu vois, chez les gens. Par exemple, des vidéos drama, ça, tu peux être sûre que ça marche. Parce que direct... Ça fait parler. C'est ça que les gens, maintenant, sur leurs vidéos, ils vont... Le début, ça va être un peu putaclic, tu vois. Par exemple, ma mère a tué mon chat. Et après, il va expliquer la story time et au final, sa mère a pas du tout tué son chat. Mais la vidéo va percer, tu vois. C'est fou. Non, mais c'est mal foutu.

Interviewer (C) : Pour toi, c'est juste ou pas juste ? Parce que, enfin, qu'est-ce que tu changerais, en fait ?

Intervenant : Ben, justement, le fait de pas proposer... Pour moi, les hashtags, ils sont là justement dans le but de viser un certain public, etc. Je trouve que TikTok devrait, justement, orienter plus vers... Respecter un peu le choix des hashtags et pas juste proposer le contenu, comme ça, à des personnes lambda au hasard. Parce que, comme j'ai dit, ça pourrait très bien marcher, mais comme c'est proposé au mauvais public, ben forcément que ça marche pas. Et en plus, je trouve que c'est hyper aléatoire. Il y a une vidéo qui peut marcher, tu peux peser pendant un moment et tout. Avant, j'avais plus de vues quand même. Et puis, d'un coup, ben tu perces plus et tu comprends pas pourquoi. Ouais, t'as pas d'explication, en fait. Parce qu'il y a pas vraiment... Il y a pas d'étude, en fait. Ouais, c'est vraiment au hasard, un peu.

Interviewer (C) : T'as déjà été shadowban, toi ?

Intervenant : Ah non.

Interviewer (C) : Non ? Jamais ?

Intervenant : Non.

Interviewer (C) : Nickel. Du coup, pour finir, est-ce qu'il y a quelque chose que tu voudrais ajouter, partager, ou même une expérience que t'as vécue que tu trouverais intéressante à raconter ?

Intervenant : Euh... Pas forcément. Moi, juste... Ben... Euh... Ben non, en fait, je sais pas quoi dire. Non, en vrai, je pense que j'ai tout dit, hein. Je sais pas si toi t'avais d'autres questions en plus.

Interviewer (C) : Ouais, bon, toi, globalement, en vrai, tu gardes quand même une bonne... On va dire, t'as quand même une bonne image des réseaux, du TikTok. Ça te permet de bien t'exprimer, d'être toi-même, tout en ayant quand même un contrôle sur ton image et la manière dont tes contenus sont perçus. Et puis, en vrai, ce qui est bien, c'est que t'affirmes qui t'es et puis, fuck, quoi.

Intervenant : Oui. Vraiment. Si, ouais, c'est peut-être ça que j'aurais dit, genre, ben, poster sur les réseaux et tout, c'est cool, mais il faut rester soi et juste pas... Enfin, oui, si le but est de percer, il faut faire en fonction que ça perce, mais il faut aussi juste rester soi-même et pas changer pour absolument percer, quoi. C'est pas ça qui... Pour plaire, en fait. Non, vraiment pas. Ça marchera pas plus, au final. Là, je vois que les gens, ils essaient de plus en plus de montrer un peu un côté naturel, tu vois. Et en vrai, ça, c'est bien parce qu'au final, tu te dis que t'es une personne comme nous, genre, tu vois, y a pas de... Enfin, ça fait pas de toi une personne différente ou quoi, tu vois.

Interviewer (C) : Oui, totalement. Non, c'est nickel. Ben, merci beaucoup.

Interview Pauline

Interviewer (C) : Du coup, tu peux commencer par te présenter et nous dire si tu te reconnais comme faisant partie d'un ou de plusieurs publics minorisés.

Intervenant : Je m'appelle Pauline, comme tu le sais. J'ai une histoire un peu compliquée dans le sens où je viens d'une famille réunionnaise. J'ai une enfant métisse avec une mère qui n'avait plus d'encre. En gros, c'est ça l'histoire. Du coup, j'ai vraiment une famille qui est culturellement en melting pot au niveau de ça. Moi, j'ai grandi vraiment dans une culture avec un berceau africain, pas du tout culture occidentale. Voilà, donc ça apporte un peu de complexité à la chose. Et après, moi, je suis lesbienne dans une famille chrétienne. Comme ça, on a toutes les causes pour se faire. On a tous les bails qui sont vraiment nickels. Ah oui, là, c'est le combo parfait. Voilà, donc un peu ma présentation. Après, je ne sais pas si tu veux que je développe d'autres aspects.

Interviewer (C) : Mais de toute façon, tu vas développer par la suite. T'inquiète. Du coup, toi, tu es sur les réseaux. Mais quels réseaux sociaux tu utilises le plus ?

Intervenant : Moi, je ne suis que sur TikTok. Pour projet, on m'a demandé d'ouvrir également une chaîne YouTube. Donc potentiellement, je serai sur YouTube. Et sinon, je suis sur les autres plateformes et d'autres créateurs. Par exemple, cette semaine ou la semaine prochaine, je vais passer comme invité dans un podcast. Donc, c'est sur Spotify, YouTube, etc. Mais ce ne sont pas mes chaînes. Demain, pareil, je passe sur... Comment ça s'appelle ? Santé Magazine. Donc, le média. En invité. Donc, ce n'est pas mes médias, mais je suis aussi sur d'autres plateformes.

Interviewer (C) : Du coup, tu disais que tu es sur TikTok. Mais pourquoi tu as fait ce choix de TikTok comme réseau social ?

Intervenant : En fait, TikTok, pour moi, c'était un peu comme un journal numérique facile. Dans le sens où, quand j'étais plus jeune, quand j'étais au collège, j'avais un gros Insta quand même pour l'époque. Ce n'était pas beaucoup, mais pour une petite collègue jeune, j'avais 5 000 ou 6 000 abonnés. Du coup, moi, j'étais contente avec mes 5 000 ou 6 000 abonnés. En fait, je me suis rendue compte que c'était pas assez varié et que je préférais le format vidéo. Je

préfèrais me m'exprimer about. Donc, j'ai commencé à aller vers ça. Et après, j'ai percé tout de suite. Je crois que j'ai fait deux mois de TikTok et j'ai fait plusieurs millions de vues d'un coup.

Interviewer (C) : Ah oui, OK. Ça a dû être impressionnant.

Intervenant : C'est ça. Et comme j'ai percé tout de suite, j'ai continué sur ce réseau-là. Après, j'ai un peu arrêté et j'ai repris cette année.

Interviewer (C) : Tu postes quoi comme genre de contenu sur TikTok?

Intervenant : J'ai plusieurs catégories. La première, c'est tout ce qui va être contenu LGBT. La seconde, c'est tout ce qui va être minimalisme et mode. La troisième, c'est tout ce qui est fit et story time. Là, c'est beaucoup plus de personnel. Parfois, je vais être avec des collabs avec d'autres TikTokers ou ma soeur, etc. C'est quand il y a d'autres personnes dans ma vidéo. Ensuite, il me semble que j'ai toute une playlist aussi sur mes études, que ce soit sur mes écoles d'ultra-riches ou que ce soit sur mes diplômes après. En fait, j'ai compartimenté ma chaîne pour avoir tous les sujets sur la même chaîne. Il y a beaucoup de TikTokers qui font, par exemple, leur TikTok, c'est un format. C'est un concept. Mais moi, ce ne suis pas un concept. Tu vois, ce n'est pas un concept. Du coup, je ne voulais pas qu'on suive une idée, mais qu'on suive le personnage.

Interviewer (C) : Tu essaies de diversifier.

Intervenant : Oui, c'est ça. En fait, c'est comme si je ne voulais pas montrer qu'une facette de moi pour percer. Je voulais que si les gens me suivent, les gens me suivent pour la globalité de ce que je suis et de ce que je pense.

Interviewer (C) : Et pour toi, ça représente quoi, les réseaux sociaux ?

Intervenant : Pour moi, c'est un endroit public où je peux parler de ce qu'on dit avec nos potes de manière complètement gratuite, mais là, en étant rémunérée déjà. Et en plus, au niveau opportunité, ça m'a fait passer à la télé, ça m'a fait passer dans des podcasts, ça m'a fait passer sur Spotify. Je suis payée pour faire mes vidéos. J'ai des collabs. Donc, en fait, il y a plein de choses. En Belgique, je sais que vous n'êtes pas payée, mais il y a plein de choses qui font que les réseaux sociaux aujourd'hui, c'est plein d'avantages. Plein de choses que j'ai gratuitement, que je n'avais pas gratuitement. Et même au niveau de mon placement à moi, je sais que j'aime

le fait d'influencer positivement et de débunker certains sujets et d'avoir un espace de parole où personne ne va me dire non, je ne suis pas d'accord avec toi parce que si tu n'es pas d'accord avec moi, je te bloque.

Interviewer (C) : Du coup, tu m'as dit que tu faisais partie. Tu es lesbienne. Mais est-ce qu'à cause de ton orientation sexuelle, tu as déjà eu l'impression d'être moins visible que d'autres personnes sur les réseaux sociaux ? Si tu abordes tel sujet, tu as l'impression d'être un petit peu censurée, on va dire.

Intervenant : Alors oui. Déjà, il faut savoir qu'il y a deux ans, le fait d'écrire lesbienne en commentaire, c'était interdit. Il y avait des mots qui sautaient. Le fait de dire aussi viol. En fait, tous les mots, je ne dirais pas que c'est vraiment la commune LGBT. Au-delà, c'est juste les femmes. Tout ce qui va être agression, tout ce qui va être dénoncé, tout ça, c'est méga censuré. Par exemple, quand je suis en live et que je commence à parler, parce que je fais des lives quand je commence à parler de viol, de trucs comme ça, là, ils vont me dégager mon live en 5 secondes. Mais tous les autres sujets vont passer. Tu fais twerker une gamine de 12 ans dans un live, il n'y a pas de souci. Par contre, tu dénonces des choses, là, il y en a. Donc voilà. Et après, au niveau de mes stats, je dirais que l'algorithme, il réagit un peu étrangement dans le sens où parfois, il va juste envoyer, et je l'ai remarqué beaucoup, il va envoyer la vidéo dans un public où il sait que ce n'est pas le bon public, exprès. Pour créer des réactions en fait. Et du coup, ça crée... C'est ce qu'on dit d'ailleurs, il y a beaucoup de LGBT qui disent « Ah, t'es tombée dans le mauvais side. » Dans le mauvais side de TikTok. Parce que l'algorithme, parfois, une de tes vidéos, elle passe chez les haters et l'algorithme te met... Par exemple, moi, je vais faire une vidéo qui est vraiment pour les femmes, pro femmes et tout, je vais tomber chez les masculins.

Interviewer (C) : Ah oui, ok.

Intervenant : Voilà. Du coup, c'est plus ça.

Interviewer (C) : Et t'as déjà été shadowbanned toi ?

Intervenant : C'était pas un bannissement dit explicitement. Mais oui, l'algorithme m'a déjà squeeze mes vidéos. Et c'est en train d'arriver à la fille à qui j'ai... En fait, la fille chez qui j'ai enregistré mon podcast, justement. Là, elle est en train de faire une série de vidéos sur les

LGBT, la drague, les maladies mentales et tout. Elle a posté le premier épisode il y a deux semaines. L'épisode a fait des milliers, milliers, milliers de vues. Genre centaines de milliers. Et là, elle a posté un épisode sur les trans la semaine dernière qui s'est fait supprimer de TikTok et qui ne dépasse pas les 10 000 vues à chaque fois qu'elle les reposte.

Interviewer (C) : Ah oui, non, c'est... Ouais, elle a été vraiment shadowbanned, ouais.

Intervenant : C'est une féministe... C'est une féministe qui... Qui est vraiment pratiquement misandre. Et elle fait beaucoup de vidéos. Et là, j'ai les chiffres sous les yeux. Du coup, sur Insta, la vidéo a fonctionné. Elle a 61 000 vues. Mais sur TikTok, ça fait 4 fois qu'elle la reposte et 4 fois qu'elle passe pas.

Interviewer (C) : Ah oui, non, c'est... Ils ont clairement... Ils veulent pas qu'elle passe. Ils veulent pas qu'elle soit vue.

Intervenant : Mais est-ce que c'est TikTok ou les gens... C'est ça que je me demande. Est-ce que c'est pas les gens qui ont... C'est impossible que ce soit les gens parce qu'elle a une communauté. En fait, le truc, c'est que il y a quand même un ratio.

Interviewer (C) : On dit que sur TikTok, tu dois être à minimum 10 % de likes par rapport aux vues. Et tu dois être à 5 % de vues par rapport à tes abonnés.

Intervenant : Ah, OK.

Interviewer (C) : Et comme elle a énormément d'abonnés, elle est pas censée faire 300 vues. C'est impossible. Elle ne passe pas le premier palier.

Intervenant : Ouais, non, impossible. C'est ça. Parce qu'il y a des paliers.

Interviewer (C) : Ouais, donc c'est vraiment la plateforme, en fait, qui la censure, quoi.

Intervenant : Clairement. Oui. Mais c'est pas étonnant. Enfin, ça ne m'étonne pas. C'est un peu comme la méta qui censure certains contenus.

Interviewer (C) : C'est un peu pareil. Mais est-ce que toi, le fait que tu aies déjà eu peut-être du contenu qui était censuré, ça t'a déjà poussé à changer ta manière de publier ?

Intervenant : Non. En fait, j'ai jamais arrêté. Et au contraire, moi, j'ai été hyper dans la provoque. Par exemple, quand mes lives étaient supprimés, je faisais des TikTok en demandant à TikTok d'arrêter de supprimer mes lives. Quand ils me supprimaient mes lives, j'envoyais des contestations. Et dans la contestation, j'envoyais des screens, des mots des lives en disant que c'était homophobe, etc. Ou que c'était macho, que j'allais les dénoncer. Des gros pavés énormes. Et ils me rétablissaient mon compte. Donc, hasard ou pas. J'ai toujours récupéré mes accès. Mais sous la menace. Je ne sais pas si c'est un hasard. S'ils se rendaient compte qu'ils s'étaient trompés, en tout cas, j'ai toujours réussi à récupérer mes accès.

Interviewer (C) : Trop drôle. Je suppose que tu as déjà eu des haters sur les réseaux, vu ton nombre d'abonnés. Est-ce que ça a déjà eu un impact sur ta confiance et ton sentiment de sécurité sur les réseaux ?

Intervenant : C'est marrant, parce que c'est la vidéo que j'ai postée là, il y a une heure. Mais du coup, oui. En fait, on a déjà trouvé mon adresse personnelle.

Interviewer (C) : Arrête.

Intervenant : Mon numéro de téléphone, mon vrai nom de famille, mon vrai prénom. Je m'appelle *vrai prénom de Pauline* , mais sur mes réseaux, c'est Pauline. Avant que je ne change. Mon nom de famille, ce n'est pas *nom de famille de Pauline sur les réseaux sociaux*, on l'a trouvé, le vrai. On a trouvé la ville où j'avais grandi, le nom de mes frères et sœurs, le prénom de mes frères et sœurs. On est venu voir ma copine dans la rue alors qu'elle n'habite pas du tout dans la même ville que moi. Je ne l'ai pas montré sur les réseaux sociaux. Après, je me suis dit, allez, je la montre. Mais voilà. On m'a déjà menacé de mort, menacé de viol.

Interviewer (C) : Oh, waouh. Comment tu as réagi ? Tu as porté plainte ?

Intervenant : En fait, je ne sais pas trop comment fonctionne la justice en Belgique, mais en France, aller porter plainte pour des accus... Ça ne mène à rien.

Interviewer (C) : Oui. Ça ne sert à rien. Chez nous aussi.

Intervenant : Je vais voir la police et que je leur dis, je suis sur les réseaux sociaux et il y a un con qui m'a dit qu'il allait me... Ils vont me regarder, ils vont me dire, arrêtez de faire des vidéos. La prochaine fois, j'irai me faire foutre directement.

Interviewer (C) : Mais c'est horrible, parce que du coup, tu n'as rien pu faire contre ça.

Intervenant : Non, mais après... En fait, le sentiment d'insécurité, quand on est sur les réseaux sociaux, il est permanent, il existera toujours. Surtout que je suis anti-religion, je le dis. Je suis anti homme. Enfin, anti-homme, on s'entend. Je le dis. J'ai des discours qui sont quand même anti-colonial, anti-facho, anti-tout, anti-France d'extrême droite, anti-plein de choses. Anti-masculin. Oui. Et très souvent, oui, on reprend mes vidéos, on reprend mon visage, on fait des collages. Mais en fait, c'est ce à quoi je m'expose. Les réseaux sociaux, à partir du moment quand la police nous dit, arrêtez de faire des vidéos, c'est injuste, mais c'est vrai.

Interviewer (C) : Dans le sens où, quand tu t'exposes à faire des vidéos, tu sais que tu vas tomber sur des malades.

Intervenant : Oui, mais c'est dommage cette mentalité de se dire que c'est nous qui devons changer.

Interviewer (C) : Oui, c'est pour ça que c'est eux qui sont problématiques.

Intervenant : Oui, c'est pour ça que je ne change pas mon contenu, que je ne change pas mes mots et que je n'adoucis pas du tout ma manière de parler. Parce qu'en fait, je sais que si je fais ça, je vais devenir juste quelqu'un de nuancé. Et je n'ai pas envie d'être nuancé. Parce que je ne suis pas nuancé.

Interviewer (C) : Oui, et puis, ce n'est pas toi au final. C'est un peu l'ordre des raisons de te conformer à ce que eux, ils pensent.

Intervenant : C'est ça. La dernière sauce entre guillemets que je me suis prise, c'est deux vidéos que j'ai faites à la suite en dénonçant les pays qui étaient avec des lois criminalisantes envers les LGBT. Les deux vidéos ont percé. En gros, dans ces vidéos-là, je citais énormément de pays d'Afrique et beaucoup de pays musulmans. Du coup, je me suis tapé une

sauce menace de viol, menace de mort encore une fois, menace d'être envoyé au bled, bref. Et en fait, filles et garçons, pas que hommes. Et en fait, c'est juste des ultra-religieux. Et en général, les seules personnes qui m'attaquent sont soit des hommes blancs, cisgenres, chrétiens, soit les musulmans et les musulmanes. C'est tout. Les autres, jamais. C'est juste des religieux.

Interviewer (C) : Là, j'ai deux questions. Est-ce que déjà, toi, les vidéos, vu que tu t'es mangé une sauce, tu les as supprimées ? Tu les as laissées ?

Intervenant : Oui.

Interviewer (C) : Et toi, c'est quoi ton rapport avec la religion ? On peut pas être lesbienne et être croyante ?

Intervenant : Pour moi, on peut déjà pas être immigrée et être croyante. On peut pas être femme et croyante et on peut pas être lesbienne et croyante. Mais après, ça ne reste que mon positionnement à moi. Et dans mes vidéos, je l'impose pas. Je pars juste du postulat et du principe que si tu connais l'histoire de la religion et si tu connais l'histoire de tes racines, tu peux pas être... Pour les deux, c'est pas possible. Mais après, ça ne reste que mon avis à moi. C'est ça. Et dans cette vidéo, d'ailleurs, je ne parlais pas du tout de religion. Ça prouve juste le déséquilibre mental de certains parce que je parlais juste de pays qui sont des pays qui, oui, criminalisent le fait d'être LGBT. Et en fait, je disais qu'avec ma copine, on ne pouvait pas aller dans certains pays et on ne donnerait pas d'argent au système touristique de certains pays qui prennent l'argent des gays.

Interviewer (C) : C'est juste ton avis, Les réseaux sociaux, c'est libre, donc tu donnais juste ton opinion en soi.

Intervenant : C'est ça. Puis en plus, c'est une opinion qui n'est pas questionnable dans le sens où quand tu te renseignes sur chaque pays que j'ai cité, tu vois très, très bien que chaque pays a une loi. C'est pas un avis qui peut être biaisé. C'est pas un avis qui est personnel. C'est un fait.

Interviewer (C) : Oui, c'est des faits.

Intervenant : C'est ça. C'est juste des faits. Mais les gens ont des soucis avec des faits qui pointent leur déséquilibre en fait.

Interviewer (C) : Ce serait tellement un long débat à faire ça. C'est fou.

Intervenant : C'est un débat que je fais sur TikTok. Et j'adore gagner parce que si je vois que quelqu'un a des arguments trop foireux, je les bloque, c'est tout.

Interviewer (C) : Ah, mais heureusement que ça existe, le blocage.

Intervenant : Ah oui, mais moi, j'adore ça et ça les énerve. Bah oui, parce que du coup... Combien de fois on a fait des faux comptes ou alors on est venu m'écrire sur Insta pour me demander de débloquent sur TikTok. Et puis, j'ai 6000 bloqués quoi. Va trouver le compte.

Interviewer (C) : Autant!

Intervenant : Ah, mais parce que chaque personne qui commente quelque chose qui me déplaît se fait bloquer. Chaque homme qui ouvre sa bouche sur un combat féministe se fait bloquer.

Interviewer (C) : Je ne discute pas. C'est tes réseaux. C'est ta loi.

Intervenant : C'est ça. Et comme je l'expliquais sur un de mes TikToks, je disais ce que vous ne comprenez pas c'est que c'est ma page personnelle au même titre que votre daronne pourrait avoir une page Instagram où elle poste des chatons. C'est la même chose. Je ne suis pas un média. Je n'ai pas de destination à plaire aux gens, à informer les gens de manière vérifiable et vérifiée. Donc maintenant, si vous voulez croire ou pas croire mes propos, vous croyez ou ne pas croire une citoyenne qui n'a pas fait d'études de journalisme. Donc en fait, allez chercher vos sources et si vous n'êtes pas contents, vous êtes sur mon Insta perso, mon TikTok perso, donc...

Interviewer (C) : T'as entièrement raison. Et du coup, moi je me demandais, comment est-ce que dans ta tête, tu imagines que les algorithmes, ils décident de montrer ou non ton contenu et selon toi, est-ce que les algorithmes sont justes avec tout le monde ?

Intervenant : Pour moi, les algorithmes, ils fonctionnent... Déjà, il y a plusieurs paliers, en tout cas pour TikTok. Enfin moi, mon mémoire, il était sur TikTok.

Interviewer (C) : Trop bien !

Intervenant : Du coup, j'ai bien analysé TikTok et pour résumer un peu comment il fonctionne, il fonctionne par palier et il fonctionne par cible en fait. Donc, quand ton contenu, il va être... Bah moi, mon contenu, j'ai des grosses catégories. Donc, il va l'envoyer à ces gros pôles de catégories. Ensuite, du coup, par palier, il va montrer la vidéo à 30 personnes. S'il y a plus de X% qui like la vidéo ou interagissent avec la vidéo, il passe au palier d'au-dessus, au palier d'au-dessus, etc. C'est pour ça qu'il y a des vidéos qui repèrent des infos. Est-ce que je pense que l'algorithme, il est juste ? Je pense que l'algorithme, il est quand même paramétré par des codes. Codes qui sont paramétrés par des pays qui sont actuellement problématiques, notamment la Chine et les USA. C'est un peu... Niveau droit LGBT, on est un peu chaud. Droit de la femme aux filles, les États-Unis, ils ont quand même interdit certains mots féministes sur Insta, dans la méta, etc. Je pense que ce n'est pas du tout un hasard s'il y a plein de mots qui ne passent pas. Je pense qu'avec toutes les vidéos de dénonciations, ils se sont assouplis dans le sens où maintenant, tu peux dire viol, par exemple, avant, tu ne pouvais pas. Tu écrivais ça à ton commentaire, ce que tu faisais supprimer.

Interviewer (C) : Direct ?

Intervenant : Oui, direct. Je pense que c'est un peu de l'évolution hypocrite, mais ça évolue quand même. Oui, voilà, c'est de l'évolution pour dire de faire plaisir, mais voilà, quoi. C'est ça. Et je pense que, non, il n'est pas juste avec tout le monde parce que je pense que, par exemple, si tu es belle, que tu es blanche et que tu as un discours qui est mesuré où tu parles d'ongles ou de beauté, tu vas être beaucoup plus montrée que si tu es noire, une femme avec les cheveux à front et lesbienne.

Interviewer (C) : Tu l'expliques comment ?

Intervenant : C'est juste parce que, on va dire, tu rentres dans les standards. Je pense que c'est parce que... Ça, c'est pas à prouver, mais c'est mon avis. Je pense que quand les vidéos sortent, déjà, quand les vidéos sortent, elles sont analysées au niveau des images. Toutes les vidéos sont analysées au niveau des visages, des images, etc. Déjà, pour vérifier qu'il n'y a pas de contenu qui soit interdit. Et aussi, pour moi, pour faire un premier tri. Pour envoyer la vidéo. Parce qu'il y a des milliers de vidéos qui partent toutes les secondes sur Vinted, sur TikTok. Et il y a tellement de vidéos que pour moi, il y a déjà un premier tri. Et c'est pour ça qu'il y a des gens qui ne percent jamais. Et en général, plus ton contenu va être engagé, moins tu vas percer. Oui, parce que c'est... Moi, je pense que, en fait, leur but, c'est de... Enfin, promouvoir peut-être soit du contenu qui va être lisse et qui va plaire aux gens ou soit qui va créer polémique aussi. Mais généralement, même les gens qui font de la polémique, si on regarde les grandes figures de la polémique, c'est des grosses caractéristiques. Enfin, c'est des... C'est des personnages. Genre, si on prend Jeremstar ou des... C'est des personnages. C'est le mec grande, folle, gay, blanc. Mais on n'aura jamais le mec noir, normal, gay. Tu vois ? On a toujours la grosse caricature, le fou de la gare. On a l'autre, comment il s'appelle ? Pupu

Interviewer (C) : AD Laurent?

Intervenant : AD Laurent. Voilà. Gros macho, toujours blanc. Et en fait, on a plein de figures comme ça, des gros... Enfin, des stéréotypes de mecs ou de filles où c'est des gros clichés et c'est eux qui percent. Genre, eux, ils vont percer sans effort, quoi. C'est ça. Parce que c'est les clichés, c'est des stéréotypes. Quand on parle de drama, dans le reste, il y a d'autres figures.

Interviewer (C) : Oui, j'ai compris. Et là, si tu pouvais t'adresser directement aux plateformes, tu leur dirais quoi sur ton expérience ?

Intervenant : Sur mon expérience ? Ou même de manière générale.

Interviewer (C) : Sur ton avis, t'es libre, quoi.

Intervenant : Je dirais que il y a des... Je dirais clairement que les plateformes sont comme un mini algorithme du système et qu'elles protègent toujours les mêmes personnes et font percer

et donnent du baise aux mêmes personnes. Comme dans la vie, en fait. Comme partout. C'est à-dire que les agresseurs sexuels percent. Les folles qui ont harcelé des gens percent. Parce que c'est comme ça. Les plus méchants percent. Ceux qui ont les trucs les plus vicieux percent. Et les gens qui sont là pour faire autre chose que du divertissement qui abrutisse les gens, ils ne percent pas.

Interviewer (C) : C'est comme si c'était un peu un miroir de la société.

Intervenant : C'est exactement ça. C'est une mini société derrière un écran. Et on voit ce qui marche, c'est les trucs les plus débiles, les crimes, la violence. C'est ça qui marche.

Interviewer (C) : Et là, si on te disait que tu as le pouvoir de changer ce que tu veux aux plateformes, tu ferais quoi ?

Intervenant : Je ferais des plateformes uniquement pour les femmes.

Interviewer (C) : Sur TikTok ou juste tu créerais ton propre réseau ?

Intervenant : Non, je mettrais une case sur TikTok où on peut cocher d'avoir que des femmes. Et je pense que en vrai, si on testait ça juste en micro-expérience, il y aurait beaucoup moins de haine, beaucoup moins de revenge porn, beaucoup moins de IA qui transforme les vidéos de filles. Il n'y aurait plus toutes les attaques homophobes, tous les trucs comme ça. Je ne dis pas que les femmes ne sont pas homophobes. Je dis que le fait de supprimer le facteur homme des plateformes qui sont réservées aux femmes, ça créerait une safe place et les Pikmi disparaîtraient d'elles-mêmes. Il n'y aurait plus personne à séduire.

Interviewer (C) : Il faudrait peut-être proposer l'idée.

Intervenant : C'est ce que je fais sur Insta. Insta, je suis en privé et je n'accepte que les femmes. Je me fais d'ailleurs incendier à chaque fois. Oui, c'est hyper discriminant, c'est du racisme anti homme.

Interviewer (C) : Mais tu hais les hommes ou il y a quand même des hommes que t'aimes bien ?

Intervenant : Je ne les déteste pas, je sais juste quelle est la nature de l'homme et au niveau de moi, mon positionnement, je n'ai pas besoin d'eux. Je suis lesbienne, je n'en ai pas besoin émotionnellement ni sexuellement ni autre. Je n'ai pas besoin d'amis garçons, ils ne me comprennent pas, ils sont élevés pour être au-dessus des femmes, de toute façon, même les meilleures. Donc, je n'en ai pas besoin, je n'ai pas besoin d'eux. Du coup, je ne vais pas avoir ce truc d'attache de oui, mais moi, j'ai un ami qui... Du coup, je n'en ai pas besoin.

Interviewer (C) : Oui, oui, je vois.

Intervenant : Mais ce n'est pas de la haine.

Interviewer (C) : Oui, non, c'est juste en soi, c'est ton ressenti

Intervenant : Oui, c'est ça. En fait, au regard de ce qu'ils font, le déséquilibre est trop grand pour que je leur accorde une once d'empathie. C'est juste ça. En général, on va me dire quoi ? On va me dire oui, mais ton frère. Oui, ben quoi mon frère ? Oui, mais ton père. Oui, ben quoi mon père ? Parce que ces exemples-là, ils sont pourris. Parce que la réalité, c'est que mon père, quand on met trop de maquillage, il n'aime pas. La réalité, c'est que mon père, si je m'habillais trop court, ben eux, bof. La réalité, c'est que mon père, les gays, ce n'est pas bien, mais les lesbiennes, ça passe. Tu vois, c'est ça. La réalité de la plupart de nos pères, de nos frères, c'est ouais, elle, c'est une pute. Ben non, ça non.

Interviewer (C) : Ben non, ça ne va pas.

Intervenant : Du coup, oui, non, même mon frère, même mon père, même mon cousin, tout le monde. Ils sont tous pareils. À plus ou moins des degrés de différence. Des degrés, oui, de différence. Mais il n'empêche que quand tu es, surtout que quand tu es en mode, tu as le mode facile sur Minecraft, tu es blanc dans une famille riche, cisgenre, hétéro, riche. Qu'est-ce que tu veux de plus en fait ? Donc, quand tu as tout ça, tout ce packaging là, tout ce pack, viens pas me dire not all men, toi, tu jetais. Tu ne vis aucune inégalité que quelqu'un vit. Tu n'es dans aucune minorité. Oui, donc tu ne comprends pas en fait. Tu peux pas te mettre à la place. Tu comprends rien. C'est impossible. C'est impossible. Et cet exemple-là, je le donne souvent en live, je dis, un homme ne comprendra jamais les réalités d'une femme autant qu'un

blanc ne ressentira jamais les inégalités de quelqu'un racisé, autant qu'un hétéro ne ressentira jamais les inégalités de quelqu'un LGBT.

Interviewer (C) : Jamais. Tant que tu ne le vis pas, tu ne peux pas savoir en fait.

Intervenant : C'est ça. Et quand tu as les trois, alors là, alors là, bonne chance.

Interviewer (C) : C'est ça. Et du coup, l'interview touche à sa fin. Est-ce qu'il y a un truc que tu veux ajouter, partager, préciser ?

Intervenant : Bah, en soi, la seule chose que je trouve importante sur les réseaux sociaux, c'est d'avoir conscience que rien ne va disparaître, qu'on va se souvenir de tout, que tous les mots que tu vas prononcer vont être pris contre toi, que tout ce que tu vas dire va être retenu et déformé et que tu ne sais pas sur qui tu tombes dans le sens où demain, je sors dans la rue, je mets en danger toutes les personnes qui sont avec moi et moi avec parce que je ne sais pas s'il n'y a pas un fou qui va me lancer de l'acide au visage parce que j'ai parlé de religion la veille. Et ça, c'est le plus important sur les réseaux sociaux parce qu'on dit souvent oui, non mais c'est trop bien, lancez-vous, lancez-vous. Ouais. Mais par contre, lancez-vous en sachant qu'on va peut-être vous cambrioler, qu'on va peut-être venir chez vous, qu'on va vous toucher dans la rue, qu'on va vous prendre en photo, que voilà. Et que vous ne saurez pas les gens qui vous connaissent. Vous, vous savez qu'on vous connaît mais vous ne savez pas qui est en face de vous. Il a peut-être 60 ans, il a peut-être 12 ans.

Interview Charlotte

Interviewer (C) : Alors pour commencer du coup tu peux commencer par te présenter et dire est-ce que tu te reconnais comme faisant partie d'un ou plusieurs publics minorisés ?

Intervenant : Du coup moi c'est Charlotte , je suis queer donc je suis nonbinaire et lesbienne. Et je suis aussi handicapée donc ça c'est une minorité à moi. J'ai 23 ans et je fais des TikTok.

Interviewer (C) : Tu fais des TikTok Et du coup t'es plus sur TikTok que sur Insta ?

Intervenant : Ouais je suis en public, je suis clairement plus sur TikTok que sur Insta. Après en privé, j'utilise les deux de manière égale et les autres réseaux sociaux n'utilise pas.

Interviewer (C) : Ok. Du coup c'est quoi comme contenu que tu publies en général ?

Intervenant : Généralement je suis varié. Je publie parfois des acting donc des mises en scène. Alors avant le moment que ça fait longtemps que j'en ai pas fait, mais je publiais des danses, mais maintenant que j'ai des difficultés, j'ai des douleurs, donc du coup je ne plus danser. Mais avant je publiais beaucoup de danse. Et du maquillage. Et occasionnellement blabla. Genre sur divers sujets. C'est vraiment assez large comme genre de contenu, mais quelqu'un qui va dans tous les sens.

Interviewer (C) : Et t'essayes de parler de toi de ton identité etc ?

Intervenant : Honnêtement, ça dépend Parfois oui, mais c'est quand je parle de moi, c'est je parle pas du fait que je suis non binaire ou de mes handicaps psy. Sinon je tiens énormément à ma vie privée. Et donc par exemple je ne parle pas de ma famille, je parle pas d'où je viens, de ce que je fais dans la vie etc. Je peux parler vite fait ça, mais globalement je tiens beaucoup à m'amuser. Par contre je suis quelqu'un qui est très honnête, donc c'est-à-dire tout en gardant ma vie privée. Je pense qu'on peut un peu coller de ma personnalité etc. parce que je suis quelqu'un qui laisse ma singularité s'exprimer, tu vois.

Interviewer (C) : Et du coup pour toi les réseaux ça représente quoi pour toi ?

Intervenant : C'est une échappatoire, c'est un moyen d'expression. Comme ça quand j'ai trop de créativité, je peux me mettre sur TikTok. Genre que ce soit au niveau acting ou au niveau

maquillage par exemple ou de la danse j'ai trop et j'ai un truc que j'ai envie de partager en fait. Bah je passe sur TikTok ou ça m'arrive quand il y a un sujet vraiment qui me tient à cœur, notamment les agressions sociales parce que ça je l'ai déjà dit sur tiktok mais j'étais agressé sexuellement quand j'étais au collège et vu que c'est un sujet qui me tient à cœur. Donc quand il y a un sujet que ce soit des enfants, les violences sexuelles, etc. Parfois ça arrive de m'exprimer là-dessus aussi parce que soit pour sensibiliser un peu, tu vois tout ce qui est troubles ou, ça m'arrive un peu pardessus de partager un point de vue.

Interviewer (C) : Et est-ce que t'as déjà eu l'impression d'être plus ou moins visible sur les réseaux par rapport à un contenu en particulier que tu que tu postais ?

Intervenant : Honnêtement, oui, parce que parfois tu sais, tu vas sur TikTok je vois des vidéos et je mais en fait je fais la même chose juste je suis genre vraiment des actings par exemple, il y a certaines personnes qui font des actings et je suis très contente pour elle vraiment il n'y a aucune jalousie, aucune rancœur juste un constat que j'ai fait. Que je fais la même chose et elles vont avoir beaucoup plus de visibilité que moi.

Interviewer (C) : Et tu l'expliquerais comment ça ?

Intervenant : Quand je suis visible généralement c'est qu'on ne prend pas au sérieux genre qu'on me harcèle clairement. Et donc ça c'est soit je suis visible en étant harcelée à cause de ma singularité, soit je suis invisibilisée à cause de ma singularité, jamais ma singularité ne va être mise en avant.

Interviewer (C) : Mais du coup toi tu me parlais de l'acting, mais donc c'est vraiment le moment où t'as senti que tes postes étaient un petit peu moins visibles ?

Intervenant : Mais en gros, je sais ce qui marche, je sais ce qui marche pas. Et généralement ce qui marche, c'est quand je suis un peu soit drôle, soit que les gens se moquent de moi. Mais si par exemple je fais un des actings un peu sérieux Quand je fais des actings un peu sérieux ou qui ont pas trop avec plein de rebondissements ou qui sont pas forcément drôles ou avec un peu plus dans un style que tu verrais dans les courts-métrages quoi. du coup-là j'ai moins de visibilité parce qu'on ça soit ça touche moins les gens soit parce que j'aborde des sujets qui touchent moins les gens par exemple le fait d'être LGBT, il y a beaucoup de vidéos que je fais qui sont sur le fait d'être lgbt qui sont moins vus parce que c'est moins montré, c'est sûr, soit

parce que les quand il y a plein de raisons différentes, mais je me rappelle d'un acting que j'ai fait, c'était au mois en juin dernier au mois des fiertés, je crois, où j'avais fait plein de vidéos LGBT et t'en avais qui montaient un peu, mais celle qui vraiment étaient vraiment centré autour du fait d'être Lgbt c'était vu que par les personnes Lgbt ou les personnes qui n'étaient pas Lgbt, qui voyaient cet acting en avait rien à faire clairement. Donc en fait je pense que les personnes si elles ne peuvent pas s'identifier ou si elles peuvent pas se moquer des gens, du coup elles regardent moins. Mais j'ai l'impression que Tiktok invisibilise certains publics genre dans l'algorithme même. Par exemple, les personnes racisées vont faire le même taf, genre que des personnes blanches qui font le même discours et les gens vont beaucoup plus accrocher. Et pareil par exemple une créatrice de contenu que j'adore. Non encore une fois, j'ai aucun souci avec les gens qui réussissent, je suis très contente pour eux. Mais du coup cette création de contenu elle fait des acting. et qui sont super. Et en fait c'est rare qu'elle fasse des acting LGBT je ne sais pas si elle est LGBT en tout cas elle est pas ouvertement LGBT elle va être plus prise au sérieux vu que sa personnalité est plus lisse que la mienne. elle rentre plus dans les cases de la société et du coup c'est plus facile. Et puis même physiquement, je rentre quand même dans certaines cases je suis quand même mince et blanche etc. mais j'ai les cheveux colorés, j'ai pas des habits qui rentrent dans la norme. Hier par exemple je suis sortie habillée avec une tenue qui pour moi était lambda mais j'ai eu je ne sais pas combien de remarques du style ta tenue incroyable, on dirait une fleur et tout. Comme j'ai une apparence, une personnalité publique assez singulière qui révèle ma personnalité. Je me répète beaucoup, mais la singularité des gens sur le réseau est invisibilisée ou moquée. Genre t'as pas de juste milieu.

Interviewer (C) : Est-ce que t'as l'impression que du coup ton identité joue un rôle dans la manière dont ton contenu circule sur les réseaux ?

Intervenant : Oui oui parce que clairement quand on parle de moi, genre quand on me cible c'est vraiment tu sais quand tu connais pas quelqu'un, tu vas t'accrocher à une particularité pour repérer la personne par exemple. Je sais pas t'es entouré de personnes brunes et il y a une personne blonde et tu connais pas son monde, tu vas dire bah la blonde. Mais voilà je dis pas que du tout c'est la même chose. Mais bref et donc du coup parfois genre moi c'est vraiment soit je suis gênante et encore une fois genre tout ça ça m'impacte pas ce qu'on dit soit je suis gênante, soit je suis la meuf qui va pas dans les toilettes alors que j'ai jamais parlé aux toilettes, mais il y a quelqu'un de non binaire qui me ressemble qui parlait de toilettes mon binaire. Et du coup on m'associe à cette personne qui n'est pas du tout moi. Donc du

coup, mais comme on dit ah non linaire, blanc, mince, cheveux courts, c'est la même personne. En fait c'est comme si on te restreint en fait. Alors que t'es un humain à part entière, tu vois. Genre en fait je suis la meuf nonbinaire vraiment les gens ils disent la meuf elle est soit gênante ou cringe, tu vois genre généralement on m'associe qu'à ça et pas à mes actings. Mais c'est après encore une fois c'est normal quand tu connais pas une personne, tu t'accro aussi à une caractéristique pour la repérer. Donc oui, ma personnalité clairement mon identité elle est repérée et il y a certains aspects qui sont plus marqués que d'autres dans l'esprit des gens et malheureusement c'est pas forcément les aspects dont j'ai envie. par exemple, j'aimerais plutôt qu'on me reconnaisse pour la qualité de mes actings là je me dirais ouais c'est moi carrément tu vois. Ouais c'est toi qui toi la nonbinaire. c'est moins flatteur. C'est hyper réducteur en fait alors que je suis bien plus que. Mais en général, c'est ça les réseaux, j'ai l'impression qu'ils retiennent que ce qu'ils veulent retenir en fait. tu vois genre et c'est tellement dommage parce que les gens sont tellement bien plus que ce qu'on pense qu'ils sont en fait. Ouais et puis après en plus moi je parle pas trop de ma vie privée donc c'est vrai que les gens ils imaginent plein de choses sur moi. Tu vois par exemple il y en a plein qui pensent que je suis végane parce que j'avais les cheveux colorés, tu vois. Ah ouais les préjugés ça mais les gens sont en mode mais toi t'es végane non j'adore la viande, j'adore la viande genre j'ai rien contre les végan, mais moi j'adore la viande. Et vraiment le nombre de gens qui pensent que j'aime les animés par exemple. Ah ouais les animés, je regarde de temps en temps, mais c'est pas mon truc.

Interviewer (C) : Ça doit être horrible pour toi, ce n'est pas pesant à la fin.

Intervenant : Bah j'ai l'habitude en vrai donc c'est pas ça le plus pesant c'est vraiment le harcèlement. Il y avait vraiment 2023 2024, j'étais lourdement harcelée genre vraiment. Sur les réseaux.

Interviewer (C) : Et c'est dû à quoi, à contenu que t'as publié en particulier ou juste une polémique ?

Intervenant : C'est vraiment juste je faisais mes contenus et que tous mes vidéos me harcelaient ou voilà. Je n'avais rien fait en particulier.

Interviewer (C) : Et est-ce que t'as déjà ressenti que certains sujets que tu pouvais aborder étaient pénalisés ou moins mis en avant ?

Intervenant : Je pense que les sujets où je parle, soit d'agressions sexuelles, soit de sujets qui font un peu polémique, mais pas en mode bad buzz, mais en mode politique. Les sujets qui font polémique au niveau politique qui s'approchent un peu plus à la politique, donc les agressions sexuelles, les conflits géopolitiques. Ça peut être ouvertement LGBT dans le sens où c'est des actions qui mettent en avant très clairement des problématiques LGBT. Dans ces moments-là, oui, c'est moins mis en avant.

Interviewer (C) : On a parlé du fait que t'as déjà été confrontée à des haters. Est-ce que ça t'a déjà poussé à changer ta manière de publier ?

Intervenant : Oui et non. Dans le sens où ça m'a déjà poussé à arrêter de publier, de faire des posts. Ça m'a déjà poussé à mettre des hashtags pour que les gens puissent suivre avec les hashtags ou dans la description. En fait, le contenu en lui-même, la vidéo en lui-même ne changeait pas forcément. Mais par contre, dans la description, je mettais bien quelque chose pour préciser que c'était soit du second degré, soit que c'était un acting. Parce que si je le fais pas, les gens me prennent premier-degré et se mettent à m'insulter ou à se moquer. Parfois, c'est déjà vrai que je fais quelque chose de très bizarre et que je laisse semer le doute juste pour créer le débat.

Interviewer (C) : Et du coup, ça a déjà eu un impact sur ta confiance ou ton sentiment de sécurité en ligne ?

Intervenant : Oui, sur ma santé mentale notamment. Parce que se faire harceler comme ça, même si on a une carapace, il y a des moments où c'est un peu lourd. Il y avait une période où j'avais quasiment tous les jours des menaces de mort, de viol, des incitations à suicide, des insultes. À force, franchement, c'est pas beau. Donc ça m'a déjà porté un coup au moral. Ma sécurité, oui, parce que dans la rue, les gens, parfois, ils me suivent, ils m'interpellent de manière agressive. Vraiment, là, c'est négatif, mais j'ai aussi plein de trucs positifs. Par exemple, le 11 juillet, j'ai pris le bus pour rentrer chez moi. C'est vrai que je ne pouvais pas partir plus tôt parce qu'à 16h, je suis allée dans le bus comme je faisais mes courses. Bref, justement, j'étais là en mode bon, c'est 16h, donc vu qu'il n'y aura pas trop de lycéens, je ne

me ferais pas reconnaître par les lycéens. Parce que même si en soi avoir les regards sur soi, avoir vraiment les petits murmures qui vont attirer l'attention, ce n'est pas forcément agréable. Je vais m'arranger pour éviter les horaires de pointe des jeunes. Je vais rarement seule à un endroit si je sais qu'il y aura plein de monde. Et spécialement si je sais que ce monde-là sera des jeunes. Je suis suivie surtout par des jeunes. Ça m'arrive, mais globalement, j'essaie de faire gaffe. C'est vrai que niveau sentiment de sécurité, ça a eu un impact. Enfin, si je veux aller au bar ou quoi que ce soit, je suis encore plus vigilante qu'avant. Ou même dans la rue, si je veux danser tout d'un coup, si je veux participer à un spectacle et tout, je fais gaffe à ne pas être filmée, par exemple. Parce que je ne veux pas qu'on sache où j'habite. Comme j'ai pas mal de traumas, du coup, déjà de bas, je suis hyper vigilante. Donc, ce n'est pas non plus un truc qui est arrivé tout d'un coup et ça a rajouté une couche. C'est devenu assez instinctif, tu vois. Je ne me rends même pas compte que je le fasse. Je ne sais pas si c'est mieux, en fait.

Interviewer (C) : Mais du coup, toi, dans ta tête, comment tu imagines que les algorithmes, ils décident ou non de montrer ton contenu ou du contenu de manière générale ?

Intervenant : Oui je pense que s'il y a moyen de faire un buzz avec une accroche Par exemple, les 5 premières secondes, il faut qu'il y ait une accroche. Par exemple, tu vas avoir une accroche, tu fais « J'ai fait pipi dans mon lit hier soir. » Comme ça, t'as une accroche, tu restes 5 secondes. Donc ça, ça met en avant. Parce qu'en fait, si ça choque, les gens vont s'arrêter et vont partager les choses. Ce qu'ils mettent en avant aussi, c'est ce qui est considéré comme ridicule par exemple l'influence Maeva Ghennam qui disait qu'elle avait « le vagin » d'une fille de 12 ans. Cette vidéo avait fait le buzz alors que c'est totalement stupide. Et puis les contenus un peu de personnes minoritaires du type des personnes racisées, les personnes LGBT, par exemple, le même contenu par une personne blanche, belle, qui paraît... Par exemple, qui rentre dans tous les critères de la société occidentale, on va dire, européenne, le même contenu, mot pour mot, etc., ou mouvement pour mouvement, c'est à-dire la même danse, mais faite par deux personnes de différence, en fait, si elle est belle, si elle est blanche, si elle est hétéro, etc., ce sera beaucoup plus mis en avant que l'inverse. Et puis y a aussi le fait que ce soit des contenus qui vont essayer d'éveiller notre conscience, tu vois, qui vont nous pousser à nous questionner qui seront moins mis en avant. Pour qu'on reste dans notre bulle, quoi. Pour qu'on ait tous toujours le même avis.

Interviewer (C) : Et du coup, pour toi, les algorithmes sont juste avec tout le monde ou pas ?

Intervenant : En fait, je trouve que l'algorithme est injuste quand le même contenu, la même danse, tu vois c'est des gens qui sont mis en avant, ou le même sketch fait par des personnes qui rentrent dans les critères de la société, seront beaucoup plus mis en avant que des personnes qui ne rentrent pas, entre guillemets, dans les critères de la société. Et ça, c'est énervant. Et il y a un truc, d'ailleurs, c'est la gentrification de TikTok. C'est-à-dire que maintenant, tu vois tout le monde avec un micro, alors que moi, quand j'y étais, quand j'ai commencé à être sur TikTok, t'avais pas de micro, t'avais pas l'éclairage qu'il y a maintenant, maintenant, c'est les vidéos professionnelles, tu vois. Les vidéos qui fonctionnent, c'est les vidéos professionnelles. Et puis t'as l'ère aussi Clean Girl, tout ça, là En fait, c'est vraiment l'effet de mode, quoi.

Interviewer (C) : Là, si on te disait que tu peux directement t'adresser aux plateformes, tu leur dirais quoi sur ton expérience ?

Intervenant : Davantage de sécurité pour les personnes mineures. Qu'on fasse en sorte que les personnes puissent sortir de leur bulle. Que les personnes aient dans leur fil d'actualité des contenus un peu plus variés. Et aussi, mettre des vraies sanctions. Enfin, on ne parle pas forcément des sanctions ou un accompagnement pour les personnes harcelées et harceleuses. Pour qu'il y ait plus de bienveillance pour les réseaux sociaux, parce que là, clairement, ça... Enfin, vraiment, ça part à la longue, quoi. Genre, moi, je suis solide. Je sais qu'il y a certaines personnes qui auraient eu le harcèlement que j'avais eu. Parce que maintenant, je suis moins harcelée, tu vois. Genre, il y a un peu de harcèlement. Il y a un moment donné, c'est un record. Comme je te dis, il y avait des menaces de viol, de meurtre et des iniquités. C'est la chose qui arrive quasiment tous les jours, tu vois. j'avais porté plainte. Ça n'a mené à rien parce qu'ils avaient utilisé des pseudos, parce que la police s'en foutait. Et donc, du coup, Ils n'ont pas fait une enquête. C'est décourageant. n fait, la police m'avait demandé d'envoyer toutes les preuves. Mais je leur ai dit, c'est plus simple que je vous donne mon compte, quoi. Parce qu'avec tu peux retrouver mes vidéos, mes messages, tout. c'est moi qui dois faire leur taf de réunir les preuves. En fait, c'est hyper décourageant parce que, du coup, les gens qui se sont fait harceler, ils n'ont même pas envie de porter plainte. C'est limite comme si c'était ta faute. Et genre, tu sais que quoi que tu fasses, tu ne changeras pas le système. Mais je sais qu'il y en a qui auraient eu mon harcèlement, qui se seraient suicidés ou qui auraient mal tourné, tu vois. Sinon, j'aurais soit arrêté TikTok, soit arrêté ma vie, tu vois, carrément mais c'est hyper grave. Mais d'ailleurs, il y a ça aussi sur les réseaux. C'est que... Il y a des

contenus, je trouve, qui ne devraient pas être sur les réseaux souvent. Je ne parle même pas des contenus, évidemment, qui ne devraient pas être sur les réseaux du style incitation au harcèlement, au sexisme, à la radicalisation, tout ça. Je te parle aussi des contenus qui normalisent l'usage de drogue. Même l'alcool, en vrai, je trouve, il y a des mineurs sur les réseaux sociaux. Et en fait, je trouve que l'alcool ne devrait pas être montré sur les réseaux sociaux. Parce qu'il n'y a aucune législation, tu vois. Tu vois, quand tu vas au cinéma, il y a une législation, un minimum. Sur les réseaux sociaux, il y a vraiment zéro législation sur le contenu, donc tu peux monter ce que tu veux et c'est OK, tu vois. Et je ne parle même pas de l'alcool, je parle vraiment de... Enfin, il y a plein de trucs comme ça. Et comme il n'y a pas de résumé de ce que tu vas voir avant que tu le vois, tu ne peux pas te préparer à l'avance pour savoir si c'est bon ou pas, quoi. Les mineurs ne sont vraiment pas protégés et vraiment laissés comme ça, lâchés dans la nature. Après, ils vont dire oui, mais c'est la faute des parents, parce que voilà, machin. C'est un autre débat, en fait.

Interviewer (C) : Est-ce que tu as quelque chose à ajouter, préciser, partager ? Un truc que tu veux vraiment mettre en avant dans tout ça ?

Intervenant : Je pense qu'on devrait tous réfléchir au fait que derrière un écran, en fait, ce n'est pas juste un écran, un personnage sceptique ou quoi. C'est une vraie personne qui a des sentiments et même si cette personne, son contenu vous plaît pas, vous croyez que cette personne fait quelque chose de vraiment illégal, de problématique, immoral, tout ça, vous signalez, vous en parlez aux autorités, Voilà. Vous vous bloquez si cette personne vous dérange, etc. Et si vous aimez, au contraire, c'est bien, mais si on peut pas tout aimer, n'oubliez pas, en fait, que c'est pas parce que cette personne est sur vos téléphones avec vous tout le temps dans vos champs, dans vos espaces intimes que cette personne vous connaît et est intime avec vous. Il y a une différence quand tu as la personne sur ton téléphone, tu l'as vraiment tout le temps avec toi, t'as l'impression que la personne, du coup, elle est tout le temps avec toi. T'as l'impression qu'elle fait partie de ta vie. Mais il y a des questions qu'on ne pose pas. Enfin, le nombre de fois qu'on m'a demandé ce que j'avais entre les jambes, le nombre de fois qu'on m'a demandé dans quel côté j'allais pour aller aux toilettes... Genre des questions vraiment très dangereuses, mais que vous ne me connaissez pas. C'est hyper indiscret .

Interviewer (C) : Mais les réseaux, ça rend à l'aise. Ça rend tellement à l'aise. Waouh ! Je n'ai jamais vu ça.

Interview Margot

Interviewer (C) : Tu peux commencer par te présenter et nous expliquer si tu te reconnais comme faisant partie d'un ou plusieurs publics minorisés.

Intervenant : Alors, je m'appelle Margot , j'ai 24 ans et je suis créatrice de contenu depuis une année, un an et deux petits mois. Je suis à la fois créatrice de contenu sur les plateformes de format court, Instagram, TikTok, et en même temps, je suis streameuse et tout récemment youtubeuse. Je crée du contenu qui tourne autour de la représentation LGBT et surtout lesbienne, queer, donc sapphique, tout ça. Je parle beaucoup de cinéma, un petit peu de livres, beaucoup d'événements, pop culture en soi, donc tout ce qui fait attrait à la culture lesbienne et qui offre de la visibilité. J'organise aussi des événements et voilà, des petites soirées, des trucs comme ça pour créer des espaces safe pour les lesbiennes, par des lesbiennes, en accueillant bien sûr toujours les personnes non-binaires, les personnes trans, etc. Et ouais, je me considère appartenir à la minorité LGBT et encore plus la minorité lesbienne, particulièrement.

Interviewer (C) : Du coup, toi, tu dirais que c'est quoi les réseaux sociaux que tu utilises le plus et pourquoi ceux-là ?

Intervenant : En termes de temps, je live beaucoup, beaucoup, beaucoup. Je suis beaucoup plus présente sur Twitch que sur les autres plateformes. Du coup, je suis aussi très très présente sur TikTok et Instagram. J'essaye de poster assez régulièrement sur ces plateformes-là pour attirer les gens vers Twitch, YouTube, etc.

Interviewer (C) : Et pour toi, les réseaux sociaux, ça représente quoi ?

Intervenant : À la base, ça représentait un endroit où je pouvais trouver la communauté à laquelle j'appartenais parce que j'ai grandi sans représentation LGBT ou lesbienne. Et donc, les seuls repères queer que j'avais autour de moi, je les ai trouvés sur Internet. Et donc, je me suis fait des amis. J'ai découvert des militantes qui m'ont beaucoup appris sur leur manière de penser, le féminisme, être queer et pas juste LGBT. Donc, pour moi, les réseaux sociaux, ça représente un vrai safe place parce que j'en fais une utilisation bienveillante en étant quelqu'un de bienveillante. Parce que c'est vrai que beaucoup de gens sont surpris du terme safe place, mais quand t'es la seule personne queer de ton entourage dans la vraie vie, avoir

un monde digital accessible où tu peux trouver des amis, des repères queer, ça fait du bien. Et donc, j'avais envie de recréer ça à plus grande échelle en parlant de la culture lesbienne parce qu'en fait, je trouvais ça un petit peu barbant, le contenu de couple, de date, de séduction lesbienne, etc. Et je trouvais ça un peu creux. Moi, j'avais envie de parler de films, j'avais envie de parler de jeux vidéos, j'avais envie de parler de livres, j'avais envie de parler de soirées, j'avais envie de parler d'expositions, bref. De toute notre culture et toute la richesse qui l'entoure. Donc, je me suis dit que j'avais envie de recréer cet espace safe pour toutes les personnes qui pourraient me suivre et qui pourraient kiffer ce que je crée. Et donc, les réseaux sociaux, pour moi, c'est un moyen de partager tout ce qui nous anime, tout ce qui nous passionne avec les gens qui partagent cette passion et qui ont besoin de trouver leur communauté aussi.

Interviewer (C) : Est-ce que t'as déjà eu l'impression d'être moins visible que d'autres personnes qui publient peut-être le même type de contenu sur les réseaux sociaux que toi ?

Intervenant : En soi, je sais qu'on m'a toujours dit de ne pas utiliser les hashtags gays, LGBT, lesbiennes sur Insta parce que je sais que ça te catégorise direct. Et sur Méta, du coup, les applications Méta, Insta, Facebook, tout ça, ça perd en visibilité. Moi, je pense que je fais partie des rares privilégiées à réussir à faire des vues au hasard. Et ça, du coup, c'est à la fois un avantage, à la fois un inconvénient parce que j'ai aucune constance dans mes résultats. Et d'un autre côté, je peux faire n'importe quoi et récolter des milliers, voire parfois des centaines de milliers de vues. Typiquement, si tu regardes sur mon TikTok, j'ai fait que deux fois un million de vues. C'est deux vidéos absolument pas scriptées, absolument pas écrites, enfin absolument pas prétendues. C'est deux vidéos où je suis juste 100% juste en train de parler de lesbiennes, de livres. Et voilà, c'était ma fin de journée. Je t'ai claqué et c'est tout, quoi. En fait, je me sens pas non plus... Je me sens invisible en termes de, on va dire que si je compare mon contenu culturel, parler de livres, de films, si je le compare à des personnes qui sont des hommes blancs, hétéros, je vois que je ne fais pas de très bon stat, effectivement. En revanche, si je compare à d'autres lesbiennes, à des mecs gays, à des personnes trans, même des personnes racisées, je sais que je fais partie du haut du panier et que j'ai de la chance. Du coup, moi, ça, je l'ai, on va dire que je l'ai conscientisé et que je sais que, par exemple, de mettre un commentaire sous une vidéo de cette personne-ci, de liker la vidéo de quelqu'un d'autre, etc., etc., je sais que ça peut avoir un pouvoir. Du coup, je le fais assez régulièrement pour justement soutenir, on va dire, ces créateurs-là.

Interviewer (C) : Est-ce que t'as déjà eu l'impression que ton identité jouait un rôle dans la manière dont ton contenu allait circuler ?

Intervenant : Ouais, totalement. Franchement, je sais que, typiquement, en termes d'identité, je pense que... Enfin, ça, je le sais, mais tu vois, mon compte TikTok, je l'ai commencé en postant des vidéos au hasard de petites édits de moi. Et tu sais, une petite meuf toute mimi, qui fait des petites édits d'elle où elle est jolie, ça fait que le beauty privilege, ça aide à démarrer un compte TikTok, typiquement, tu vois. Et tu vas voir aussi sur TikTok, les gens qui percent, il y en a beaucoup, c'est juste parce qu'ils sont beaux, et ça, ça aide beaucoup. Donc, tu vois, il y a des liens qui font que tu montes plus vite que d'autres personnes, t'es dans les codes de la société hétéronormée, let's go. Tu ressembles pas à une lesbienne, t'as plus de personnes qui sont réceptives à ton contenu, etc., etc., etc. Après, mon identité, je pense que je suis très authentique et très spontanée dans mes vidéos. Et donc, il y a pas mal de mes vidéos, typiquement, que j'ai faites pile en plein milieu de regarder un film. Je me suis dit, oh, mais il est trop bien, j'ai trop envie d'en parler et de faire la vidéo avant de l'avoir terminée au cas où. Voilà, j'aime bien être très, très, très spontanée. C'est comme ça que j'ai démarré. Et ensuite, là, maintenant, je sais que quand je fais des vidéos sur des films qui sortent au cinéma, j'essaye de mettre en avant toutes les choses qui font que c'est de la représentation que j'aurais aimée. En fait, je recommande des choses que j'aurais aimées consommer quand j'avais aucun repère, aucune communauté. Et je me mets à chaque fois dans la peau de cette moi plus jeune dès que je veux recommander quelque chose lors d'une vidéo.

Interviewer (C) : Est-ce que tu as déjà ressenti que certains sujets que tu abordais étaient pénalisés ou même censurés ?

Intervenant : À un moment, il y a des gens qui disaient que le mot « lesbienne » était totalement censuré sur TikTok. Et que quasiment toutes les vidéos où tu voyais le mot « lesbienne », c'était le S du dollar qui était à la place du S « lesbienne ». Et du coup, c'était censuré, censuré, censuré. Moi, j'avais un peu cette flemme de retoucher mes sous-titres, etc. Du coup, je postais, je postais, je postais avec mes sous-titres générés. Comme je ne suis pas une grande matrixée des stats, j'ai arrêté de regarder, etc. pour le fait de survivre un petit peu à ça, parce que ce n'est pas ouf. Moi, je n'ai pas trop cet effet-là. En revanche, je sais qu'il ne

vaut mieux pas être une personne trans sur ces réseaux-là. En fait, il y a vraiment des hashtags à éviter. Oui, c'est censuré. Et je ne fais pas non plus des vidéos maxi-politisées. Dans le sens où être une femme lesbienne qui parle de lesbianisme sur toutes ses vidéos, c'est déjà assez politique. J'ai envie de parler de films qui me passionnent. Et je sais qu'il y en a qui font très bien de parler de sujets politiques, de débats, d'actualités, etc. Et moi, je sais que ce n'est pas quelque chose que je ferais bien, parce que je ne suis pas assez rigoureuse, simplement. Sur Instagram, les hashtags, je n'en mets quasiment pas. Vraiment, je n'en mets pas du tout, parce que c'est trop dangereux, cette plateforme-là. LGBT, gays, lesbiennes, trans, queer... Je n'en mets quasiment jamais, je pense. Sur TikTok, en revanche, je mets des trucs un peu plus, tu sais, internet, les rêves internet, tu vois ? Et c'est plus niche, et donc, les gens retrouvent facilement ma vidéo. Tu sais, de temps en temps, des petits commentaires méchants, mais il y a eu, ouais, une petite vague de mauvaises... Pas ouf du tout, mais de la part de la communauté lesbienne sur Twitter. Il y a une meuf qui a lâché un tweet avec un screen de mon profil TikTok. Gratuitement. Ouais, bah écoute... Je pense qu'en fait, on s'entendait pas sur le fait de faire sa pub sous mes vidéos, donc je lui disais d'arrêter, et je pense qu'elle a pris le seum et qu'elle a été déverser sa haine sur Twitter. Et en fait, ouais, je voyais les likes monter, et... Bon, à un moment, ça a atteint les 500, quand même, donc j'étais un peu choquée. Non mais les gens, en fait, des fois, c'est juste des suiveurs, en fait.

Interviewer (C) : Cet incident-là, ça a eu un impact sur ta confiance ou même ton sentiment de sécurité sur les réseaux ?

Intervenant : Ouais, carrément, je pense. Totalement, même. Parce que ça vient de ma propre communauté, tu vois. Ça, c'était encore pire. Je préfère me prendre de la haine d'homophobe, pure dure, des gros mascus de merde, tu sais, des mecs... Là, je m'en serais vraiment foutue, tu vois. Là, ça venait de femmes, lesbiennes, queers... Enfin, de mon âge. J'étais choquée, quoi. Ça fait encore plus mal, en fait, parce que tu dis que ça vient des tiennes, quoi. Bah ouais, je trouve ça encore plus anormal parce que, tu vois, on est censés être solidaires les unes avec les autres. Bah oui, faire le même combat, au final. Franchement, après, les gens qui utilisent Twitter, c'est une autre catégorie de personnes, j'ai envie de dire. Oui, Twitter, c'est vraiment... Ma phobie, c'est ce réseau.

Interviewer (C) : Et comment t'imagines, dans ta tête, que les algorithmes, ils décident de montrer ou non ton contenu, ou même du contenu de manière générale ?

Intervenant : Ah ça, mais franchement, si tu trouves la réponse, je serais très preneuse, parce que je ne comprends pas. J'ai beau faire des schémas de vidéos qui sont les mêmes, avec un hook, avec des choses qui reviennent, etc., je ne comprends pas comment les vidéos percent, que ce soit sur TikTok ou Insta. Parce que parfois, j'ai des vidéos qui font des milliers de vues sur... Centaines de milliers de vues sur TikTok, qui en font une dizaine de milliers sur Insta, et vice versa. Donc, incompréhensible, les algorithmes ne sont pas du tout pareils. Et même sur TikTok, moi, je ne comprends pas du tout, du tout, du tout, comment ça fonctionne. Là, pour le coup, je ne serais pas très pour moi.

Interviewer (C) : Quand tu analyses, est-ce que tu te dis qu'ils sont vraiment juste pour tout le monde ?

Intervenant : Moi, je sais que la manière dont je consomme les réseaux sociaux, c'est j'aime apprendre, j'aime découvrir des gens. Il y en a qui utilisent les réseaux sociaux pour s'anesthésier le cerveau, pour ne plus penser à leur vie, pour juste déconnecter de tout. Moi, je sais que ma vidéo, les premières secondes, c'est... Déjà, je m'adresse aux lesbiennes, donc je cible pas mal les gens. Et en fait, c'est du contenu de recommandations d'œuvres artistiques. Donc en fait, si tu n'es pas branché un minimum à ton cerveau pour écouter plus d'une minute un petit commentaire sur une œuvre artistique, un projet, quelque chose qui est intéressant, sur lequel avoir un débat ou tout simplement en discuter, les gens vont scroller, parce que ce n'est pas une vidéo abrutissante, on va dire. C'est juste que là, pour moi, il faut être doué en hook à la TikTok. Moi, je m'exprime absolument pas comme ça. Je pars dans tous les sens, je passe par les émotions beaucoup plus que par un hook qui va complètement te donner envie de rester jusqu'à la fin de la vidéo. Non, je vais te donner le nom du film dans ma description et tu peux regarder la vidéo si tu veux la retrouver plus tard. Du coup, les gens ne vont pas regarder ma vidéo jusqu'au bout, parce que parfois, mon avis ou quoi ne les intéresse pas. Mais moi, ce qui m'intéresse sur les réseaux, c'est de partager ce que je kiffe et ce que je découvre. Et je pense que la manière de consommer n'est pas alignée avec ma manière de créer. Donc, il y a des périodes de plus et de moins. Mais moi, je sais qu'il y a besoin de ce contenu de toute manière. Donc, si par exemple, mon public, c'est 300 000 personnes et que je ferais de temps en temps 20 000 vues, de temps en temps 100 000, de temps en temps 200 000, ce n'est pas grave. On va faire comme ça et je suis dans le jeu de niche, de toute manière. Au moins, tu restes alignée avec toi et ce que tu aimes bien. Tu ne vas pas te conformer au

réseau. Mais oui, il vaut mieux créer ce qu'on aime et attirer les gens dans notre niche plutôt que le contraire. Et pour l'instant, ça marche très bien, parce qu'en un an, j'ai des stades plutôt pas dégueu. Ah oui, franchement, pour un an, je pensais que tu étais beaucoup plus loin. Avant, c'était vraiment pendant mes études, quand je postais des trucs aléatoires. Et encore, j'essayais d'en poster grand max une par semaine de vidéos, parce que je ne voulais pas trop gagner en notoriété, parce que je voulais être avocate à la base. J'ai fait des études de droit des affaires. Et tu n'as pas fini et tout ? Oui, j'ai mon master, j'ai mes diplômes, etc. Et j'ai arrêté direct après, parce que ça m'a un petit peu rendue malade. Et là, tu es beaucoup plus épanouie dans ce que tu fais. C'est chouette.

Interviewer (C) : Si tu pouvais t'adresser directement aux plateformes, tu leur dirais quoi ?

Intervenant : De prendre conscience que, de toute façon, les personnes queers existent. Et que, en fait, j'ai envie de dire que la censure ne sert à rien, parce qu'on existera toujours, on sera toujours là. Et d'un autre côté, on est profitables pour vous, parce qu'on est des communautés très importantes sur Internet. Les personnes queers sont très actives sur Internet. On a de l'argent aussi. Il ne faut pas non plus croire que queer veut dire précaire automatiquement. Donc, que ce n'est pas une communauté à sous-estimer. Et qu'on a du pouvoir, qu'on sait faire passer des messages, qu'on sait soutenir des projets, qu'il y a des œuvres qui vont résonner à travers notre communauté et révéler des artistes, des réalisateurs, des chanteurs. En tout cas, la communauté queer, c'est ajouter de la valeur à ce qu'on leur présente et à des gens auxquels ils peuvent s'identifier. Et donc, d'arrêter de sous-estimer la communauté queer, d'arrêter de les censurer, d'arrêter de leur mettre des bâtons dans les roues, ça, c'est la priorité. De leur faire de la place, de leur offrir un micro, parce qu'ils ont une responsabilité, les plateformes. Après, toutes ne sont pas si bienveillantes, mais par exemple, Twitch, je les trouve très correctes dans leur manière de mettre en avant les créateurs, etc. Moi, je trouve sincèrement que Twitch est une plateforme en laquelle j'arrive à faire confiance, contrairement à TikTok, Instagram, etc. Et là, si je te disais que tu as le pouvoir de changer n'importe quoi sur les réseaux, ou même apporter quelque chose, tu ferais quoi, du coup ? En termes d'innovation, sur le côté création ou le côté comment consommer les réseaux ? Les deux. Alors, je pense que j'aurais envie de, tu vois, par exemple, réussir à créer une sorte de catalogue de référencement de créateurs, dans le sens où c'est encore mieux que les hashtags, mais tu peux chercher dans... Les créateurs, par exemple, ils vont se définir avec plein de mots-clés, etc. Et ensuite, tu peux aller sur une sorte de catalogue que tu

retrouvés avec tous ces mots-clés-là. Et ensuite, tu peux trouver plus facilement du contenu que toi, tu kiffes. Et ça, ce serait très cool, parce qu'au moins, ça te permettrait d'arrêter d'avoir... de tomber dans les mauvaises for you page, et en plus, de trouver une niche qui resterait fidèle, qui se construirait au fur et à mesure, qui s'agrandirait, etc. Parce que, tu vois, j'ai l'impression que parfois, t'as des vidéos qui se perdent et qui trouvent pas leur public, alors qu'elles sont trop intéressantes. Tu te dis, mais comment ça se fait que je vois ça, alors que je m'en fous, quoi ? . Et je vois, typiquement, je sais qu'il y a des vidéos que je vois des mois ou des années après sur YouTube, et je me dis, mais pourquoi mon algorithme ne l'a pas recommandée ? Genre, pourquoi j'ai pas vu ça plus tôt, en fait Vraiment, tout ce qui est recommandation est trouvé d'une manière plus efficace des créateurs, je pense qu'il y a un truc. Des fois, je me souviens, il y avait un commentaire qui avait beaucoup buzzé, c'était « Quand t'es pour toi, se transforme en pourquoi ». Et moi, j'aime bien aussi, tu vois, c'est que je sous-titre pas mal de mes vidéos en anglais, et il y a souvent des gens du Brésil, d'Italie, en Amérique. Il y a pas mal de gens qui disent dans mes commentaires « Je sais pas ce que je fais là, mais j'adore. Je suis plus lesbien et français, je prends. » Et en fait, c'est des personnes queers de partout du monde qui s'intéressent à la culture queer française, et c'est trop bien. Ah oui, pour l'ouverture, etc., c'est trop bien. Ouais, c'est ça, en fait. Parfois, ça marche vraiment bien, et parfois, ça marche pas du tout.

Interviewer (C) : Je ne sais pas s'il y a quelque chose que tu voudrais ajouter, préciser ? Tu voudrais vraiment qu'on retienne cette interview ?

Intervenant : Peut-être qu'il y a aussi un effort à faire entre les créateurs pour se soutenir les uns les autres, parce que ça manque de solidarité, je trouve, aussi. Les créateurs, il faut qu'ils prennent conscience qu'on n'est pas en compétition. On n'est pas en compétition les uns les autres. C'est l'algorithme qui décidera toujours pour nous. En revanche, si on travaille ensemble, on peut gagner du terrain et on peut gagner en puissance, et je trouve ça tellement plus intéressant que de juste... Oh non, c'est la vidéo d'Intel. Elle a aussi parlé du même film que moi. Je vais scroller la vidéo. En fait, ça se met en compétition. C'est tellement dommage, ouais. Mais il y a beaucoup de gens qui pensent comme ça. Parfois, c'est de la misogynie intériorisée. Parfois, c'est tout simplement le capitalisme. Les gens pensent que tout est une compétition, alors que pas du tout. Et si on regarde les autres schémas économiques, comme par exemple les restaurants, les centres commerciaux, tout le monde se parle. Et tout le monde se dit, tiens, tu fais des promos ce jour-là ? En plus, c'est dommage

parce que je trouve que, vu que vous êtes une minorité, en fait, c'est encore mieux de soutenir pour être plus forts ensemble. Ouais, et puis honnêtement, quand tu regardes comment les grands créateurs aujourd'hui ont tous percé, c'est quasiment que des collabs tout le temps.

Interview Lisa

Interviewer (C) : Tu peux te présenter et nous expliquer si tu te reconnais comme faisant partie d'un ou plusieurs publics minorisés.

Intervenant : Alors du coup moi je m'appelle Lisa, je suis la fondatrice du concept XXX et donc c'est moi qui gère ma page Instagram à 100 % Et je peux dire que oui, je me reconnais dans un des deux groupes cités, donc je suis une jeune femme afrodescendante qui fait de la création de contenu donc clairement je suis dans ton ton public cible quoi.

Interviewer (C) : Nickel. Tu peux expliquer c'est quoi du coup ça consiste en quoi ?

Intervenant : Yes. Alors, c'est un concept que j'ai créé qui vise sur le long terme à valoriser et mettre en relation la communauté adescendante avec des prestataires de soins médicaux paramédical, esthétiques qui sont aptes et qui ont été formés spécialisés pour prendre en charge les personnes improdescendantes. Donc ça c'est sur le long terme et sur ma page Instagram, ce qu'on retrouve largement majoritairement, c'est des conseils de soins naturels qu'on peut appliquer facilement au quotidien. Donc qui sont bons pour nous qui sont adaptés pour nous et qui font du bien à notre peau, à nos cheveux et à notre santé de façon un peu plus générale.

Interviewer (C) : Et sinon toi de manière générale, c'est quoi les réseaux sociaux que tu utilises le plus et pourquoi cela ?

Intervenant : Moi les réseaux sociaux que j'utilise le plus, c'est Instagram en tout premier. Je suis aussi sur TikTok, mais vraiment juste par défaut parce que en soi le contenu que je partage sur TikTok et sur Instagram est le même. TikTok, c'est pas vraiment la plate forme sur laquelle je vais mettre entre guillemets beaucoup d'énergie. C'est juste grossièrement, c'est parce qu'elle existe que je suis dessus que c'est juste une extension. Mais sinon, oui, moi je suis, on va dire, je suis vraiment basée 85 % sur Instagram, un peu sur TikTok, j'ai une newsletter aussi que j'ai plus alimenté depuis un moment, mais voilà j'ai une newsletter, je sais pas si on peut compter ça comme une plateforme.

Interviewer (C) : Oui oui tu peux.

Intervenant : Voilà. Et pourquoi Instagram parce que je sais pas en vrai. Il n'y a pas vraiment de raison en particulier. Ah je suis sur Facebook aussi, mais là-bas c'est encore moins alimenté que sur TikTok donc voilà. Ah ouais Et Instagram, parce que quand j'ai lancé mon projet enfin quand j'ai voulu lancer mon projet, j'ai demandé en fait, moi je visais pas les réseaux sociaux, je visais pas l'application de contenu au départ. Je visais vraiment comment est-ce que je peux mettre en place la plate-forme que je veux créer pour connecter la communauté et les contacts. C'était ça l'idée au départ et c'est ça que je vivais directement. Et donc j'en ai discuté à l'époque avec une connaissance qui était déjà dans l'entrepreneuriat. Parce que moi j'avais littéralement aucune base, aucune direction rien de tout. Et donc c'est là qu'en réfléchissant, il m'a dit Ok, l'ange voulant lancer un projet, c'est bien, mais pour se faire connaître enfin pour exister auprès de la communauté, il faut qu'il puisse pouvoir et se retrouver quelque part. C'est là que il m'a suggéré de créer une page Instagram et de commencer à poster. Au début, je postais des publications écrites. Et puis quand les réels sont arrivés, on a fait un petit un petit virage à 90° parce qu'il faut s'adapter avec les réseaux qui évoluent et c'est là que j'ai commencé à faire de la création de contenu vidéo etc. Donc c'est comme ça que je suis arrivée c'est comme ça que je suis arrivée sur Instagram parce que tout simplement il fallait il fallait pouvoir exister quelque part pour qu'on me enfin pas pour qu'on me connaisse moi, mais pour qu'on connaisse mon projet, comment il allait évoluer etc. et que la communauté puisse me retrouver d'une façon ou d'une autre et que moi je puisse en même temps connecter avec la communauté et les prestataires de soins quoi.

Interviewer (C) : Et est-ce que t'as déjà eu l'impression d'être moins visible que d'autres personnes sur un réseau social comme Instagram ?

Intervenant : À mon échelle Je dirais oui et non en même temps. Pourquoi Dans le sens où Donc le coach qui m'a accompagné comme je t'expliquais au début de mon projet, j'ai continué à travailler avec lui jusqu'à je dirais 2024. Donc de 2020 à 2024, on a travaillé ensemble sur mon projet. Et c'est enfin voilà, lui il s'est spécialisé en marketing digital. Et donc à chaque fois qu'il apprenait des nouvelles choses sur comment évoluer sur les réseaux sociaux, comment générer de la visibilité sans avoir trop de budget, sans avoir toute une équipe de com, etc., il utilisait, enfin, je vais pas dire utiliser, mais il prenait un petit peu mon projet comme On va dire dans sa base de cobaye quoi il disait voilà, moi j'ai testé ça, je vais voir si ça fonctionne avec quelqu'un d'autre, on va tester si ça fonctionne aussi avec ton compte etc. Ce qui fait que j'ai pu être j'ai pu directement mettre en comparaison comment

mon compte évoluait par rapport au sien, comment mon compte évoluait par rapport au client qu'il a eu au fur et à mesure des années etc. C'est pour ça que je dis oui et non parce que j'ai pu mettre en application directement toutes les mises à jour de ce qui se faisait sur les réseaux sociaux pour générer de la visibilité, pour créer de l'interaction avec la communauté etc. Mais mon profil n'a pas forcément comment dire, il n'a pas forcément grandi à la même vitesse ou à la même de façon exponentielle comme d'autres profils que je pu voir. Par exemple, le sien, il a vraiment grandi de façon exponentielle, mais aussi il y a consacré 200 % de son temps. Moi, j'y ai pas mis la même intensité ni la même énergie. Moi je faisais ce qu'il me disait de faire. comme ça me convenait, en mettant quand même certains efforts, mais j'y ai pas consacré des analyses aussi poussées et approfondies que lui, je veux dire. Comme il y a d'autres profils qui ont grandi très très vite, et puis voilà, moi le mien, il a grandi j'ai eu un petit pic à un moment donné où j'ai pris 1000 abonnés en quelques mois. Et puis après ça a stagné, tu vois. Et tout comme il y a d'autres profils qui ont mis beaucoup moins d'efforts et qui ont forcément logiquement qui n'ont pas grandi. C'est pour ça que je dis oui et non, parce que j'ai eu cette impression-là que malgré tout ce que je fais, mon compte ne grandit pas comme je l'aimerais. Et même lui à un moment donné s'est posé la question de mais en fait qu'est-ce qui ne va pas avec ton profil parce que c'est pas normal qu'à l'heure actuelle tu sois en dessous des 2000 ou 5000 ou même 10 000 abonnés parce que pour lui la valeur que je partageais à travers mon contenu valait la largement une communauté à 10 000 abos. Et j'en suis à l'heure actuelle très loin. Donc j'ai jamais questionné le fait d'être invisibilisé par la plate-forme en elle-même, même s'il y avait certains contenus qui n'ont pas fonctionné malgré le fait que Malgré le fait que si on prenait vraiment la logique factuelle, le contenu de fait devait fonctionner. Parfois ça fonctionnait vraiment. Sur un contenu de contenu, je me dis OK, j'ai compris la recette le troisième ça passait pas du tout, mais j'ai jamais vraiment questionné le fait d'être invisibilisé par la plate-forme avant que toi-même tu me contactes et que tu me poses la question, tu vois.

Interviewer (C) : Ah ok Ça t'avait jamais traversé l'esprit en fait.

Intervenant : Non ça m'a pas traversé l'esprit parce que en fait j'avais tellement la tête dans le guidon de la création de contenu et je voyais les autres créateurs de contenu à côté quoi que ça fonctionnait très très bien, soit que ça fonctionnait pas du tout. Oui, donc étant donné que j'étais, comme je disais que j'avais vraiment la tête en plein dans la création de contenu, je voyais ceux qui on va dire vraiment qui pétaient sur les réseaux et ceux qui ne décollaient pas

du tout. et moi j'étais un peu dans l'entre-deux. Moi c'était par période, ça fonctionne bien. par période ça fonctionne moins bien. Donc je m'étais pas posé la question pour moi, j'étais vraiment juste dans une optique de c'est ma stratégie qui est à revoir et rien de plus, tu vois.

Interviewer (C) : Ah ouais. Et du coup quand tu parlais des autres contenus qui grandissaient etc. Tu penses que toi ça peut s'expliquer par ton identité, le fait que tu représentes une femme racisée. Est-ce que tu penses que ton identité peut jouer un rôle dans la manière dont ton contenu circule ?

Intervenant : Ça aurait pu si j'avais fait de la vidéo dès le départ, je pense. En fait quoi que non, je dirais que c'est à double tranchant dans le sens où quand j'ai commencé à poster, en fait, moi je fais du contenu qui est très éducatif, qui est très peu dans tout ce qui est contenu de tendance, etc. etc. Dans la façon que j'amène le contenu, enfin dans la façon que je le mets en avant et dans ce que je propose directement dans ce que j'explique. Donc c'est très très peu dans les tendances et c'est très éducatif. Et quand je dis que ça aurait pu être en frein comme pas du tout, c'est dans le sens où si j'avais fait des vidéos, enfin si les vidéos sur Instagram existaient dès que j'ai commencé à faire de la création de contenu en 2020, j'aurais pu être invisibilisée parce que ce que je propose n'existait pas ou alors très très peu très très peu. Tout comme ça aurait pu justement être l'élément qui m'aurait fait percer parce que étant donné que j'aurais été une des rares à le faire, c'est vraiment ça passe ou ça passe pas du tout quoi tu vois. Parce que ce qui tourne autour de les conseils de soins pour la communauté afro, il y en avait enfin moi en tout cas j'en voyais pas, j' Aujourd'hui ce que je fais, c'est être totalement banal. Je vais pas dire non plus que je suis la première à l'avoir fait, je suis pas du tout la première à l'avoir fait. Mais au moment où moi j'ai commencé à donner ce type de conseils-là, j'en voyais pas, je passais des heures et des heures et des heures pour faire de la recherche pour pouvoir créer mes postes. Alors qu'aujourd'hui, heureusement, malheureusement pour moi, mais heureusement pour la communauté, ce que je propose, c'est devenu banal et tant mieux. Donc, si dès le départ il y avait eu le contenu vidéo, peut-être que ça aurait été un plus pour moi parce que je serais vraiment sortie du lot en fait par rapport aux créatrices de contenu blanches qui étaient déjà beaucoup plus nombreuses sur le terrain, tu vois. Tout comme justement comme elles sont plus nombreuses sur le terrain, ça aurait pu me mettre vraiment en dernière ligne quoi. Donc ça c'est assez difficile à dire, je trouve parce que c'est vraiment du c'est hypothétique en fait. Et en fait sur les réseaux sociaux, c'est ça qui est un petit peu tricky si je peux dire comme ça. C'est que quand t'es pas dans les standards, on va

dire. Tu peux être tout derrière, l'algorithme peut vraiment te relayer au fond de la salle, tout comme ça peut être un énorme coup de boost parce que en fait les gens vont te découvrir et se dire waouh, elle était où c'est qui qu'est-ce qu'elle fait et en fait ça va faire un tel coup de boost, enfin ça va se relayer au cœur de la communauté, on va dire. Et comme la communauté arodescendante là pour le coup va être au max sur ton contenu, ça peut faire un effet de boost que l'algorithme va bien aimer, mais l'algorithme va te booster parce que les gens t'ont boosté au départ. Tu vois Donc en fait le jeu des réseaux sociaux quand une personne racisée ou LGBT, mais bon je me reconnais pas dans cette communauté-là, je sais pas comment ça se passe pour eux. pour eux pour elles. C'est vraiment. Allez, tu peux te dire très facilement l'algorithme est raciste, tout comme tu peux te dire purée, c'est grâce à l'algorithme que j'ai percé. Parce qu'en fait Il y a les standards qui existent tout comme dans les bases de données de comment dire des recherches libres de droit par exemple. au départ, t'as pas forcément de personnes racisées qui sont représentées quand tu dois faire de la recherche d'images et quoi de droit. Mais au fur et à mesure que la recherche existe, ils vont forcément être obligés de se mettre à jour et donc créer la base de données que les gens recherchent, tu vois Donc au départ, tu peux te dire que ça n'existe pas parce qu'on fait pas partie des standards, mais plus la recherche existe plus ils ont intérêt à répondre à la demande et l'algorithme, il fonctionne un peu de la même façon aussi. Plus les gens vont chercher plus l'algorithme va se dire ah mais en fait j'y gagne à mettre en avant ces personnes-là et donc ils vont le faire parce qu'ils ont pas le choix. Ils vont pas le faire pour te faire, ils vont le faire parce que la demande est grande tu vois.

Interviewer (C) : Ah c'est bien cette j'avais pas encore eu cette manière de penser.

Intervenant : En fait l'algorithme, moi je le vois vraiment comme comment est-ce que je pourrais dire ça. Donc je disais que en fait l'algorithme, moi je le vois un petit peu comme le phénomène qu'il y a eu après les cosmétiques fenty, tu vois. Rihanna elle a sorti sa gamme qui était hyper inclusive. Bah du jour au lendemain, L'Oréal et compagnie se sont dit ah bah on doit faire pareil en fait parce qu'on peut toucher un nouveau public et tant mieux pour nous ça nous fait plus d'argent. Ils l'ont pas fait pour la communauté, ils l'ont fait parce que ça leur rapportait plus. Ah mais oui tu vois l'alg je le vois de la travaille pas pour toi, mais tu peux faire en sorte qu'il joue en ta faveur quoi.

Interviewer (C) : Très très très intéressant. Et toi du coup est-ce qu'à ton échelle t'as déjà été confronté à des haters ou pas encore ?

Intervenant : Non à mon échelle, enfin j'ai eu un micro, mais vraiment micro bad buzz une fois sur TikTok, alors que la même vidéo a super bien fonctionné sur Insta. parce que en fait j'avais fait une vidéo avec une accroche de début de vidéo qui était qui allait un peu piquer et c'était volontaire. C'était vraiment pour tester l'accroche et voir si je fais ce type d'accroche comment est-ce que la communauté va réagir et ils ont pas du tout aimé. Sur Insta, ils ont adoré. Donc c'était vraiment purement un test. Et en même temps, TikTok et Insta, c'est pas même si c'est la même tranche d'âge etc. c'est pas du tout la même mentalité. Les gens ne réalisent pas pareil. À ce moment-là, je ne savais pas parce que comme je t'ai dit, j'étais sur TikTok juste par principe. Mais j'ai trouvé ça intéressant de voir comment les gens peuvent réagir d'une façon sur un réseau et d'une autre façon sur un autre réseau. Mais sinon, à part ça, j'ai jamais eu de hater ou alors ils sont tellement silencieux qu'ils admirent en fait, ils ont pas trop de choses à dire. Mais c'est vrai que sur TikTok il y a cette technique que les gens font. C'est les trois secondes, tu mets un peu un titre pas putaclic, mais qui va attirer l'attention en fait. tu vois.

Interviewer (C) : Ouais c'est ça c'est ça.

Intervenant : Et oui du coup ça passe ça même sur Insta même sur Insta t'es obligé de fonctionner comme ça aussi. Parce que si les gens ne restent pas sur les huit premières secondes de ta vidéo, il y a peu de chances qu'ils restent sur la suite. Et pour qu'ils restent sur les huit premières secondes, Il faut que les trois premières secondes soient envoyées quelque chose qui va donner l'envie de rester, tu vois. Et ça t'es obligé de le mettre en place pour pouvoir faire du contenu qui va attirer des gens. Mais maintenant, ça se joue sur comment est-ce que tu as envie d'attirer les gens. Moi, j'ai toujours refusé de faire des trucs de tendance parce que je trouvais que ça me ressemblait pas. Je voulais rester dans quelque chose qui me ressemble pour continuer à prendre du plaisir à créer du contenu. Mais en même temps, je voulais pas non plus faire des accroches qui sont trop offensives, qui sont justement trop putaclic, etc. Parce que je me dis, j'ai pas envie que les gens soient attirés à par mon contenu à cause de mon hook. J'ai envie qu'ils soient attirés par la valeur que je propose, mais en même temps ils peuvent pas connaître la valeur que je propose s'ils cliquent pas sur la vidéo. Donc il y a un peu ce jeu-là de Je voulais faire des hooks qui vont chercher des gens, mais je voulais

pas non plus que ce soit des hooks trop agressifs parce que je n'y reconnaissais pas dedans quoi.

Interviewer (C) : Et si là je te disais que tu pouvais t'adresser directement aux plates-formes, tu leur dirais quoi sur ce que tu penses, ton avis, ton expérience enfin tu leur dirais quoi ?

Intervenant : Franchement, si je pouvais m'adresser directement aux plates-formes, je leur dirais que c'est super dommage que les contenus qualitatifs soient cachés par les contenus récréatifs. Parce que moi-même, je suis sur les réseaux, j'ai fait de la création de contenu pendant plusieurs années là depuis l'année passée, comme je t'avais dit, j'ai fait une pause dans la création de contenu parce que ça m'a appris beaucoup d'énergie et pendant ma grossesse, j'avais pas cette énergie-là pour créer encore. Donc j'en ai profité pour un stepack. Mais donc comme je disais, je consomme moi-même du contenu au quotidien. Et je suis la première à scroller à scroller à scroller. Oui, le contenu qui est sympa, tu rigoles, c'est sympa quoi. Mais derrière ça, il y a des créateurs de contenu, tu sens que ils ont une expérience de fou, qu'il y a de la recherche que c'est pas juste des vidéos vite fait. Nous en fait, en tant que consommateur, on voit une vidéo qui fait une minute 30 On est arrivé à un stade où on doit se dire oh c'est trop long et je suis la première à le faire et je trouve que c'est très grave, mais on va se dire ah la vidéo elle fait plus que une minute, je sais pas si je vais la regarder ou alors je vais la regarder plus tard. Tu vois Mais à côté de ça, j'adore le contenu qui me fait rester sur ma chaise et en fait je vais regarder parfois des vidéos qui font 5, 6, 7 minutes et je me suis pas rendu compte parce que la vidéo est tellement bien construite, la formation est tellement intéressante. Moi j'adore le contenu éducatif déjà au départ, je suis une grande fan de documentaires tout ça. Et même dans ma création de contenu, j'ai eu beaucoup de mal à rendre mon contenu attractif parce que moi ce que je voulais mettre en avant, c'était le savoir que je pouvais apporter à la communauté en fait. Parce que pour moi, si j'ai passé des heures et des heures à faire de la recherche pour donner de l'information, tout ce que j'ai cherché, je donne tout. Je donne, je donne, je donne, je donne. Et j'ai eu énormément de mal à créer du contenu, il m'a fallu même pas plusieurs mois, il m'a fallu quelques années. Pour arriver à faire du contenu attractif parce que pour moi je me disais, mais là j'ai l'impression que je donne rien. J'ai des heures et des heures et des heures de recherche dans ce que j'ai appris. Et puis je vais te parler d'un truc banal d'aller faire un soin hydratant qui met de l'eau et de l'aloe vera et c'est ça ma vidéo alors que je sais que je peux partager 1000 infos en plus dans ma vidéo et j'ai eu énormément de mal avec ça. Et du coup ça c'est quelque chose qui me frustre

sur les réseaux sociaux, c'est que bah après je sais que les réseaux sociaux sont faits pour divertir et que c'est un moyen de se détendre, mais je trouve que c'est aussi une des plates formes sur lesquelles on peut énormément apprendre si on se donne la peine de regarder le contenu des gens qui peuvent apprendre quelque chose, des contenus éducatifs. Et malheureusement, les plates-formes ne mettent pas ces contenus-là en avant. Et ça je trouve ça très très très dommage parce que comme j'ai dit, il y a des heures et des heures et des heures de recherche et faire de la corrélation de contenu, mine de rien, c'est aussi des heures à passer à écrire des scripts, à faire du tournage. Il faut avoir un décor qui va plaire visuellement. Bon maintenant ça va c'est tous ces critères là maintenant l'audience est moins regardant le dessus Mais il y avait un moment donné où il fallait tout calculer quoi. Il faut que ton décor il soit clean, il faut que le son de ta caméra soit clean, il faut que ton image soit qualitative. Et du coup tu passes plus de temps à cogiter que finalement à vouloir délivrer le contenu et les valeurs que t'as réellement envie de donner parce que derrière ça t'as un algorithme qui est capricieux. Un jour tu vas faire quelque chose et puis t'es dans le bon et puis deux semaines plus tard, l'algorithme il doit changer et tu dois tout revoir quoi. Tout ça pour au final essayer de donner des contenus de qualité alors que à côté de ça, t'as des personnes qui vont juste faire une vidéo marrante. Et puis la vidéo elle va faire des milliers et des milliers de vues et toi tu te bagarres pour avoir 2000 vues sur une vidéo, tu vois.

Interviewer (C) : C'est hyper frustrant en vrai.

Intervenant : C'est très très très frustrant, très frustrant. Et après c'est pas forcément. Enfin l'algorithme il dépend de où tu es, il dépend et c'est très là où je vais aller un peu loin dans mon propos, c'est que l'algorithme il répond à des normes sociétales, tu vois. Parce que il n'y a pas beaucoup de gens qui le savent, je pense. Enfin, on va dire dans les consommateurs de contenu lambda, je vais dire ça comme ça. C'est que de base TikTok a été créé en Chine pour du contenu éducatif. Tu vois alors que quand TikTok est arrivé par ici, moi j'étais pas sur TikTok au tout début parce que ça m'intéressait absolument pas. Je suis arrivée sur TikTok, je pense il y a deux ou trois ans grand maximum, je dirais même. Donc je sais pas à quoi ressemblait le TikTok francophone au début, mais tout ce que je sais, c'est que TikTok a été créé pour du contenu éducatif, alors que maintenant, en tout cas de notre côté du club, TikTok est purement du divertissement voire même du divertissement à outrance parce que il y a ce truc où on va chercher les vues par tous les moyens possibles et il y a des dérives qui sont pas bonnes du tout dedans, il y a des pranks qui ont très mal tourné que ce soit aux États-

Unis ou même en France etc. À un moment donné, je sais que il y avait du contenu moins de 18 qui a fini sur TikTok alors que ça n'a rien à faire là-bas. Ça a vraiment pris une dérive qui était pas bonne parce que comment est-ce qu'on fait fonctionner l'algorithme Par des choses qui sont choquantes, par des choses qui vont retenir l'œil, retenir l'attention. Et l'être humain aime le sensationnel. Le buzz a tout pris en fait. Tout ce qui fait waouh, on s'arrête dessus parce que ça choque le cerveau. Et du coup on s'arrête. Même dans la rue quand t'entends des gens qui se disputent, moi la première a passé ma tête par la fenêtre. Parce que ce qui attire notre attention, ce qui sort de l'ordinaire, ça capte notre attention va se dire Ola, ça c'est pas comme d'habitude, qu'est-ce qui se passe ? Tu vois alors que au départ, c'était une plate-forme éducative. En fait, j'ai l'impression que ce qui va pousser notre cerveau à réfléchir, ça va pas nous intéresser. C'est comme si on allait sur la plate-forme juste pour déposer notre cerveau en fait. Ouais exactement c'est exactement comme ça que je le vois au bout d'un moment être sur les réseaux sociaux, scroller sur les réseaux sociaux, c'est la journée a déjà été difficile, je vais aller un peu sur les réseaux pour me reposer le cerveau. Sauf que oui, enfin c'est pas un mal en soi parce que le cerveau a aussi besoin de décompresser, mais je pense que c'est déjà que c'est mauvais pour le cerveau de décompresser de cette façon-là. Et je me le dis à moi-même parce que je consomme beaucoup trop de contenu inutile. Mais à côté de ça, il y a aussi moyen de consommer du contenu qui est hyper utile. Mais si ce contenu-là, il est mis au troisième, quatrième, cinquième rang, c'est très très difficile de faire valoir ce contenu-là et les pages qui sont là pour faire de l'éducatif, ils sont obligés de jongler entre Instagram, YouTube pour ceux qui ont le courage de faire des vidéos longues parce que ça ça fonctionne encore très bien par là-bas. Et c'est difficile quoi il faut avoir le cardio pour faire de l'éducatif faut vraiment avoir le cardio. Ou alors ou alors t'es obligé de rentrer dans les clous et te dire bon, je sais pas si tu te souviens, mais pendant le confinement, il y avait des personnes qui faisaient de l'éducatif, mais qui étaient obligées de danser derrière leur téléphone, alors que ça n'a rien à voir, tu vois. Mais parce que un moment donné, c'était ça la norme pour attirer des vues pour attirer l'attention. Du coup bon bah j'ai envie de faire passer des informations importantes, je vais danser sur ma vidéo et puis mettre les informations importantes en texte sur la vidéo. Enfin t'es obligé de rentrer dans un jeu un peu bizarre de garder les tendances, mais en même temps délivrer le message que j'ai envie de délivrer. Et un moment donné où ça tournait un petit peu au ridicule, tu vois tu peux tomber sur des vidéos d'un dentiste qui t'explique comment garder une bonne hygiène dentaire et il est en train de danser et je suis là, mais monsieur, tu n'as pas fait 10 ans d'études pour danser sur Instagram au final c'est ça.

Interviewer (C) : Non mais ça me rappelle un exemple, c'était un prof d'anglais et en fait bon d'un côté ça peut-être bien. Mais en gros il donnait ses cours, mais en musique, il faisait des rythmes etc. et au final ce prof là il a fini en ref sur TikTok, alors qu'à la base c'était un truc éducatif.

Intervenant : Mais c'est ça. Et du coup c'est très difficile de jouer avec l'algorithme. t'es obligé de rentrer dans les tendances ou de créer la tendance encore que créer une tendance, c'est encore plus compliqué que de rentrer et suivre la tendance. Mais oui, du coup pour revenir à ta thèse, quand t'es déjà une cible qui est marginalisée au départ d'un point de vue sociétal, et que en plus t'es sur les réseaux sociaux, tu essaies de délivrer peut-être un message qui n'est pas du divertissement. Bah les efforts que tu dois fournir faut t'accrocher quoi faut t'accrocher. C'est tout en rajoutant que même dans le divertissement, il y a beaucoup de créatrices de contenu qui se sont vues voler entre guillemets leur trend, parce que en fait ce qui est compliqué avec les réseaux sociaux, c'est que t'as pas Comment je pourrais dire ça t'as pas les droits sur ce que tu crées. C'est un concept s'il perd, c'est qu'il devient viral, il t'appartient plus. Il devient public en fait. Il devient public et tu peux pas dire oui, les gens peuvent savoir que c'était toi au départ, ok très bien, mais ça va rien changé à ta visibilité propre ou à ton portefeuille pour parler clairement, tu vois et je me souviens qu'il y avait eu un cas qui était un peu marquant, c'est qu'il y avait des filles qui avaient lancé un challenge de danse des femmes noires aux États-Unis qui avaient lancé un challenge de danse. Je pense que c'était encore une fois pendant la période de confinement etc. Et le challenge, il a été tellement viral et en fait il y a d'autres, il y a un deuxième groupe de filles, mais du coup des blanches qui a repris ce challenge-là et qui ont fait énormément des millions de vues. Et en fait, c'est à elle qu'on a donné le crédit. Et le problème c'est que elles, elles n'ont pas dit que c'était pas elles les créatrices de la trend de départ. Après on peut se dire oui, c'est juste une traîne de se sur les réseaux, mais encore une fois qu'est-ce que ça renvoie d'un point de vue sociétal ? c'est que les créatrices de la trend de départ ne sont pas créditées, ne sont pas mises en avant. Les blanches qui ont repris la trend et qui ont fait des millions de vues ont été invitées au Hélène Shaw. Elles n'ont pas dit que c'était elle qui avait inventé la trend, mais elles ont pas dit que c'était pas elle non plus. Donc il y a un petit peu ce flou-là de tu sais que c'est pas toi qui l'a créé. Pourquoi t'es pas tu laisses croire que c'est toi. Tu vois Et derrière ça, les créatrices de contenu racisé, elles sont restées derrière alors que c'était elles les initiatrices de cette trend-là au départ. Mais oui c'est Mais les gens ils vont dire en fait, est-ce que si on leur avait attribué, on va dire toute la gloire, est-ce que ça aurait fait autant de bruit, tu vois vu

que c'était des personnes racisées qui en sont à la base. En fait, ils vont juste se dire que si c'était vraiment elle qui on va dire avait pris toute la lumière sur la trend, la trend aurait pas eu le même succès, tu vois. C'est ça. Mais oui, ça revient encore au problème quoi mais. Et du coup bah oui cette question-là, elle peut se poser pour dire pourquoi est-ce que chaque cas figure quoi. Il y a aussi des personnes qui font dans je veux dire là je vais revenir à mon échelle. Il y avait une amie qui faisait de la création de contenu éducatif. Et son contenu a été repris une, deux, trois fois par un média qui était plus grand qu'elle. Mais c'était si tu sais, tu sais, si tu sais pas, voilà. parce que en fait le média avait sorti une chronique. Je ne vais pas dire que c'est du mot pour mot, mais dans les idées, enfin en fait la coïncidence était trop grosse. Parce que je vais dire, elle elle avait sorti, on va dire son contenu le lundi. Jeudi, le média, il sortait une chronique sur le même sujet avec les mêmes impôts. Tu vois ce que je veux dire. Et quand tu vois quand tu suis la vie et que tu suis le média, tu vois les deux, tu te dis c'est un peu bizarre là la première fois tu te dis oh coïncidence. Et puis une deuxième fois, puis une troisième fois tu dis non, là ça devient bizarre. Donc je disais que quand tu vois ça la première fois tu dis ah c'est une coïncidence, ils ont juste parlé de la même chose. Et puis quand ça arrive deux fois, trois fois, tu te dis non, là c'est bizarre, mais en même temps c'est très très difficile de prouver que le contenu est basé sur le sien au départ. Tu vois. Parce que l'information elle est publique donc qu'est-ce qui te dit que eux ils ont pas fait leur recherche de leur côté c'est juste que voilà, à un moment donné, c'est gros, tu vois. Elle sort son contenu et puis après juste derrière ils font une chronique qui parle de la même chose. Bon, voilà, ça reste un point d'interrogation et c'est ça qui est très compliqué. Mais ça aussi c'est quelque chose qui peut être compliqué pour les créatrices / créateurs de contenu, des communautés marginalisées ou des communautés qui sont au départ déjà invisibilisées, c'est qu'on peut te prendre ton contenu très facilement, surtout si t'as un petit compte parce que du coup comment est-ce que tu fais valoir ton je veux dire comment tu fais valoir ton plaidoyer étant donné que t'es un petit compte face à un gros. Et du coup c'est aussi assez compliqué de dire que de répondre à ta question de thèse de oui, je suis invisibilisé ou non, je ne le suis pas. Parce que c'est difficile à savoir, est-ce que c'est mon contenu qui n'est pas bon ou est-ce que c'est l'algorithme qui ne veut pas mettre en avant le contenu je peux pas le savoir. Pour le Shadowban, ça, ça m'est déjà arrivé de voir que mes vues sont anormalement basses, ça je le remarque très très facilement. Mais ça, voilà, à part ces cas-là, dans les autres, le reste du temps, c'est très difficile de se dire que l'algorithme ne veut volontairement pas me mettre en avant, c'est très très difficile à savoir ça, tu vois. Même à prouver, c'est dur de même si c'était le cas, on sait pas en fait. C'est comme si on était dans un tunnel, mais qu'on sait pas où elle a

sorti en fait. Et tu sais pas si les autres sont dans le même tunnel que toi, tu sais pas si eux ils ont la route, ils ont la vue claire sur ce qui se passe c'est très très difficile à savoir, je trouve très flou en fait. Mais ils font exprès c'est vraiment leur... C'est une technique en fait de la plate forme c'est très très malin. En fait ta question de départ est nuancable à l'infini parce que c'est comme beaucoup d'autres choses dans la vie de tous les jours. Les cartes sont tenues par des hommes blancs. Voilà des hommes blancs majoritairement hétéronormés, hétérogenreés. Donc comment est-ce que tu veux prouver à un groupe plus large dans la société qu'ils ne veulent pas me mettre en avant. Ils ne veulent pas que j'atteigne les mêmes sommets qu'eux. C'est très difficile d'avoir ce discours-là de oui, je suis invisibilisé parce que si on te demande vas-y prouve-le comment tu veux que je le prouve ? Je le fais, je le sens, mais comment tu veux que je le prouve et les réseaux fonctionnent exactement de la même façon que la société fonctionne, on donne le crédit à qui on a envie de le donner, on donne la visibilité à qui on a envie de la donner. La plate-forme derrière elle va répondre à ce qui rentre dans ses intérêts et ceux qui n'y rentrent pas, ça reste derrière, tu vois. Mais c'est très difficile, c'est vraiment très difficile d'assurer quelque chose sur les réseaux sociaux. Après il y en a qui voient ça aussi comme un challenge. Ça peut être un challenge de je sais qu' au départ mon contenu ne sera pas celui qui sera le plus mis en avant. Je vais faire en sorte que oui. Et à ce moment-là, tu peux jouer sur les accroches de tes vidéos pour que l'accroche soit tellement punchy que ça peut devenir un jeu, tu vois. Ça peut devenir un jeu sans pour autant rentrer dans du bad buzz, mais tu peux te dire que bah moi je sais que ce sera moins facile que pour les créateurs de contenu divertissement. Bah je vais trouver mon truc à moi pour que les gens arrivent jusqu'à mon contenu. Par exemple, il y a, je sais pas si tu la connais, mais il y a une bonne copine à moi sur les réseaux qui fait du contenu purement éducatif. Il fonctionne tellement bien son contenu. En tout cas là depuis quelques temps, je trouve que son contenu il a quand même passé un autre niveau. Elle s'appelle Lola. Je sais pas si tu la connais mais si t'as l'occasion de la contacter, je pense que ça pourrait vraiment être un très très bon témoignage pour ta thèse. Elle fait du contenu éducatif, elle est socio-anthropologue et elle est en train de faire un Master sur la masculinité noire dans les différentes sociétés entre la Belgique, la France, certains pays d'Afrique et le Brésil. Donc ça c'est ce dans quoi elle est pour le moment. Et elle fait en plus de ça, elle fait en parallèle de ses études et de sa thèse, elle fait de la création de contenu qui déjà je trouve qu'elle est vraiment très très bien réussie. Et c'est divertissant quand tu le regardes et c'est hyper éducatif en même temps. Donc franchement moi son contenu, j'adore ça répond à tout ce que j'aime bien sur les réseaux, tu vois. C'est attractif, c'est joli. Il y a du mouvement dans ses vidéos et en même temps la valeur qu'elle apporte

dans ce qu'elle délivre dans ses vidéos, c'est incroyable, c'est vraiment incroyable. Donc si t'as l'occasion de la contacter, tu peux lui dire que tu viens de ma part. Et je pense vraiment que ça peut être hyper intéressant pour toi. Parce que elle elle est en plein dans toutes les questions que tu poses.

Interviewer (C) : Pour terminer, est-ce qu'il y aurait quelque chose que tu veux ajouter, partager, préciser que t'aimerais vraiment qu'on retienne de cette interview ?

Intervenant : Je dirais qu' en fait c'est un petit peu le truc bateau que je vis tout le temps, c'est que les réseaux sociaux c'est un outil, c'est pas une finalité. Et moi en fait il y a un moment donné dans ma création de contenu où j'avais un peu perdu ça, j'avais un petit peu oublié cet aspect-là. c'est que moi j'ai beaucoup beaucoup misé sur les réseaux sociaux. Quand j'ai un petit peu pris du recul pendant ma grossesse, je me suis rappelé qu' en fait au départ je ne suis pas créatrice de contenu. Je fais de la création de contenu pour qu'on entende parler de mon projet, mais je ne suis pas créatrice de contenu. Et il faut en tout cas quand on a un but précis sur les réseaux sociaux, autre que juste percer, il faut vraiment garder ça en tête parce que c'est hyper important. C'est très frustrant. Les réseaux sociaux sont très frustrants déjà au départ pour tout le monde, mais en plus quand on a un public qui n'est pas la première cible qui est mis en avant, c'est hyper important de se rappeler que je suis sur les réseaux pour le bien de mon projet ou pour la visibilité de mon projet, pas pour en faire une finalité parce que sinon tu te noies dedans et c'est tellement décourageant que tu peux vite laisser tomber et oublier pourquoi t'étais là au départ. Donc voilà, mais à part ça, il y a de la place pour tout le monde sur les réseaux. Maintenant, est-ce qu'il y a autant de chaises pour tout le monde ça, je ne pense pas, mais on peut pas le prouver. Mais tout le monde a sa place sur les réseaux. À l'heure actuelle, je dirais même depuis 2024, tout le monde, vraiment tout le monde et n'importe qui peut être sur les réseaux et arriver à faire du contenu qui va parler à une audience où une autre. Comme j'aime bien donner en exemple, il y a pas longtemps, je suis tombée sur TikTok, enfin sur TikTok, je suis tombée sur une vidéo d'un petit papy comme ça qui faisait un tuto jardinage. franchement j'ai regardé la vidéo jusqu'à la fin, c'était hyper intéressant. Voilà. Donc vraiment aujourd'hui, l'image des influenceurs qu'on avait il y a cinq ans pour dire à quel point les réseaux sociaux ça évolue extrêmement vite, c'est que la vision de l'influenceur a changé. Aujourd'hui, tout le monde peut avoir une influence éducative de divertissement, de beauté, peu importe. Tout le monde aujourd'hui peut exister sur les réseaux sociaux, avoir une communauté solide, arriver à vendre quelque chose sur les réseaux

sociaux. Bon ça c'est encore une autre histoire c'est plus compliqué. Mais aujourd'hui, tout le monde peut exister sur les réseaux sociaux à une certaine échelle. Maintenant, le travail c'est est-ce que j'ai envie que ma communauté fasse des milliers ou des millions de personnes ou est-ce que ma communauté de 2000 personnes qui est solide et qui m'a attendu pendant toute ma grossesse sans partir, est-ce que ça me convient ? Tu vois, il faut savoir où t'as envie de te positionner pour savoir le type d'effort que t'as besoin de mettre sur les réseaux sociaux quoi.

Interviewer (C) : Waouh C'est tellement intéressant.

Intervenant : C'est fou, on pourrait en parler pendant des heures de ce sujet. Il y aurait tellement de trucs à dire. Parce qu'en fait il y a tellement d'éléments qui rentrent dedans, mais dont on ne pense pas au départ. Juste avant ton appel, je suis tombée sur une vidéo qui rappelait que peu importe ce qu'on fait, tout est politique et ça c'est vraiment ma phrase préférée. Tout est politique. Même quand tu vas acheter du pain, l'endroit où tu choisis d'acheter ton pain, c'est politique, ce que tu postes et la façon que tu postes ou que tu consommes les réseaux sociaux, c'est politique aussi. Les vidéos que tu likes ou que tu décides de pas liker, c'est politique aussi. tout. Et ça, déjà juste le sujet de ta thèse, il est politique. Donc c'est impossible de répondre à la question sans rentrer dans des aspects de société.

Interview Mathieu

Interviewer (C) : Tu peux te présenter et nous expliquer si tu te reconnais comme faisant partie d'un ou plusieurs publics minorisés.

Intervenant : Bah écoute je m'appelle The Oang, j'ai 25 ans, je suis actuellement sur les réseaux sociaux selon de je présente des commerces où je fais de la promotion de commerce plutôt. Et je suis d'origine chinoise. Du coup pour répondre à la question du coup je ne me sens pas personnellement alors que je suis d'origine asiatique comme faisant partie d'un public minorisé. Peut-être que d'autres personnes asiatiques n'ont pas le même ressenti mais ce n'est pas mon cas. Je pense que je sais que d'autres asiatiques ont du coup des fois reçu du racisme ou quoi. Peut être parce que je fais des vidéos chill même auparavant, j'ai jamais reçu de vrai racisme premier degré quoi y a toujours eu des blague bonne enfant tu vois mais ça je pense que c'est voilà c'est parce moi aussi je rends ça. Il y a jamais eu d'embrouille par rapport à ça, c'est ça que je veux dire.

Interviewer (C) : Donc t'as jamais vraiment été confronté à des haters ?

Intervenant : Si bien sûr que j'en ai, j'en ai bien sûr. Sur Tiktok pas vraiment, c'est plus sur Facebook. Mais de personnes plus âgées, bien sûr de personnes plus âgées, je reste plus entre la quarantaine et la soixantaine. Mais c'est jamais, c'est pas vraiment au niveau du racisme, genre ils ont jamais critiqué, on va dire par rapport à mes origines. En tout cas je pense presque, c'est rare en tout cas c'est plus du coup par rapport au contenu que je fais, tu vois. Genre les critiques sur ma façon de faire ou genre après avoir mangé un plat ou quoi, j'ai une façon de réagir, tu vois. Et les gens aiment bien dire que je fais des grimaces ou quoi, tu vois. Et du coup je sais pas si je peux associer ça du coup au racisme, tu vois mais je ne pense pas personnellement, tu vois.

Interviewer (C) : Tu n'as jamais eu l'impression que ton identité, donc le fait que tu sois une personne asiatique ça jouait un rôle dans la manière dont ton contenu circulait sur les réseaux sociaux ?

Intervenant : Ah ça c'est différent ça je pense personnellement que si parce que étant asiatique en Europe entre guillemets, je sais que les asiats on est partout, mais bref ceux qui en tout cas sont en Belgique ce que je veux dire par là, c'est qu'exemple il n'y a pas beaucoup d'influenceurs asiatiques, tu vois. Si tu dois mélanger ça aux Européens ou autre, tu vois, je pense que nous les Asiatiques, tu vois, on est vraiment les gens qui sont les moins présents en tout cas en Belgique sur les réseaux sociaux. Tu vois, il y en a je dis pas, il y en a quand même, mais voilà je connais plus d'autres origines, tu vois. Que ce soit africain, européen, tu vois genre rebeu, j'en connais beaucoup d'autres, et du coup je pense que le fait que les gens sont pas habitués à voir des asiat et le fait que je sois arrivé, tu vois genre que les gens sont un peu plus captivés, je dirais, tu vois. Ah ouais ok Du coup peut-être du coup c'est plus positif que négatif, tu vois. Et voilà et franchement et je pense que du coup pour répondre à la question, je crois que ça a quand même, mes origines ont apporté quelque chose. Mais dans le bon sens ouais.

Interviewer (C) : Comment tu imagines que l'algorithme décide de montrer ou non ton propre contenu à toi ?

Intervenant : Je pense que c'est grâce aux personnes qui visualisent mes vidéos. Tu vois, je pense que l'algorithme au final il s'en fout, tu vois. Genre je pense vraiment que c'est parce qu'il voit que les gens sont captivés justement par cette vidéo là qu'il se dit que ok alors on va faire mettre encore plus en avant. C'est ce qui fait que la vidéo marche, tu vois.

Interviewer (C) : Est-ce que pour toi les hashtags jouent un rôle important ?

Intervenant : Personnellement, je pense que oui parce que j'en mets. Mais voilà, est-ce que ça a un réel rôle ? Je ne sais pas parce que je sais qu'il y a des gens du coup que je connais qui en mettent pas du tout et que eux leurs vidéos elle fonctionne aussi très bien, tu vois. Mais voilà je pense que c'est plus une question de sûreté, tu vois par sûreté que je mets ça, tu vois. Parce qu'à ce qui paraît ça marche, tu vois ?

Interviewer (C) : Pour tout à l'heure, tu disais que l'algorithme change genre, qu'il peut fonctionner d'une manière aujourd'hui et demain ça peut-être d'une autre manière mais du coup est-ce que pour toi c'est juste avec tout le monde ?

Intervenant : C'est compliqué à dire, mais je pense que non. Bah si on parle vraiment de cette question-là, je te dirais non parce que logiquement tu vois si une personne est une star qui a de base pas TikTok, se met sur TikTok tu vois directement, tu vois genre il va attraper des vues, tu vois imaginons, je sais qu'il a déjà TikTok, tu vois mais imaginons, je sais pas moi Justin Bieber, tu vois qu'il est pas sur tiktok, tu vois et que maintenant il installe TikTok directement tu vois les gens ils vont s'abonner à lui, en tout cas ses fans, si un mec banal fait ça tu vois genre personne va vraiment s'abonner à part ses potos tu vois. Après en publiant des vidéos là il attrape des abonnés, mais il prendra plus de temps à avoir des abonnés qu'une star qui est déjà connue quoi. Mais si tu pars de deux personnes lambda qui commencent là je te dirais oui, tu vois là je te dirais oui et là je te dirais qu'en mode qu'on part tous sur le même pied. Peut-être que ce qui différencie à ce moment-là, c'est vraiment le contenu que chacun propose, tu vois. Peut-être que les critères physiques font aussi en sorte que tu vois genre un va plus captivé que l'autre, tu vois ça peut-être que oui ça peut jouer. Le beauty privilège ça joue sur TikTok c'est réel.

Interviewer (C) : Mais si là je te dis que je te donne une baguette magique et tu peux changer ce que tu veux sur le fonctionnement des plates-formes de l'algorithme etc. Tu changerais quoi ?

Intervenant : Personnellement si j'avais une baguette magique, je pense que peut-être faire en sorte que parce que j'ai remarqué que des fois sur TikTok quand tu veux faire bien les choses du coup on va dire faire des vidéos avec une bonne caméra, une bonne qualité, tu vois vraiment faire les choses vraiment super bien. Et donc tu mets plus de temps, plus d'argent... Tu vois que ça marche beaucoup moins qu'un contenu basique, par exemple, tu vois un mec qui se fait juste beau, tu vois que ça marche à mort. Du coup si j'avais une baguette magique, peut-être que je ferais en sorte que l'algorithme comprenne que voilà le travail paye, tu vois dans le sens que quand tu mets du tien, quand tu mets plus d'argent, tu vois quand tu mets plus de budget, plus de travail et tout bah normalement tu dois être récompensé, tu vois. Pour tout l'investissement que t'as mis dans la création, ça porte ses fruits quoi.

Interviewer (C) : Est-ce qu'il y a quelque chose que t'as envie d'ajouter de partager de préciser que t'aimerais vraiment qu'on retienne de cette petite interview ?

Intervenant : Bah vu qu'on a parlé de l'algorithme, du coup là je peux peut-être parler plus aux gens qui vont se lancer sur les réseaux, tu vois. Dans le sens qu'il faut vraiment considérer ça comme un travail, tu vois pour vouloir réussir. Ne pas se dire que c'est un passe-temps et que voilà tu vois peut-être que... Et surtout, surtout je voulais dire, c'est plutôt avoir les pieds sur terre aussi tu vois, maintenant il y a beaucoup de gens qui se perdent en fonction des abonnés qu'il ont et tout tu vois parce que maintenant les réseaux sociaux sont partout, tu vois. Et que ce que je veux dire par là c'est que c'est pas parce que t'as fait une vidéo qui a fait le million de vue une fois, que t'es quelqu'un tu vois. Faut garder les pieds sur terre si tu veux te lancer sur les réseaux quoi. Parce qu'en vrai tu peux vite prendre la grosse tête parce que tu fais 2,3 vidéos qui marchent, tu vois et peut être qu'on te reconnaît une fois ou deux fois dans la rue, tu vois. Je pense que c'est aussi l'entourage qui compte, tu vois surtout bien s'entourer aussi. j'ai la chance d'avoir un entourage qui était déjà sur les réseaux avant moi, tu vois et qui ont réussi à m'apporter beaucoup, tu vois qui m'ont quand même donné beaucoup de conseils, tu vois et que j'ai pas le droit de prendre la grosse tête parce que eux, ils sont quand même beaucoup plus haut, tu vois. Il faut toujours comprendre qu'il y a toujours quelqu'un au-dessus de soi tu vois. L'important, c'est de se dépasser , tu vois, ne pas se comparer. Il faut vraiment être focus discipliné.

Interview Laura

Interviewer (C) : Tu peux commencer par te présenter et nous dire si tu te reconnais comme faisant partie d'un ou plusieurs groupes minorisés?

Intervenant : Je me considère comme faisant partie d'un groupe discriminé justement en étant non seulement une femme mais en plus noire.

Interviewer (C) : Quels réseaux sociaux utilises-tu le plus et pourquoi ceux-là ?

Intervenant : En vrai, je dirais Tiktok en premier. Ces derniers temps, je fais un peu moins de vidéos mais je consomme beaucoup l'application pour regarder pleins de vidéos courtes. J'utilise également Instagram. Ce sont vraiment les 2 réseaux sociaux que j'utilise le plus.

Interviewer (C) : Quel genre de contenu publies-tu en général ?

Intervenant : Je publie davantage de vidéos qui sont soit des vidéos lifestyle ou je fais des vlogs de ma journée sachant que je suis coiffeuse à côté. Je fais également des vidéos où je montre des conseils en make up.

Interviewer (C) : Qu'est-ce que les réseaux sociaux représentent pour toi ?

Intervenant : Pour moi, les réseaux sociaux représentent le moyen de montrer qui je suis, ce que je fais à d'autres personnes. C'est un moyen d'expression.

Interviewer (C) : Est-ce que tu as déjà eu l'impression d'être moins visible que d'autres personnes sur les réseaux sociaux ?

Intervenant : Je vois aussi les réseaux sociaux comme une porte d'entrée pour mon futur métier. Je fais des études de marketing, je sais que ce sera un plus si tu as un compte sur les réseaux sociaux car ça m'apportera plus de visibilité et si j'arrive à me construire une petite communauté c'est déjà un plus.

Interviewer (C) : As-tu déjà eu la sensation que ton compte était moins mis en avant ? Si oui, comment tu l'expliques ?

Intervenant : J'ai déjà eu cette sensation. Par exemple, je vois une fille faire le même type de vidéo que moi, en faisant également un playback. Elle va avoir plus de vues. Du coup moi dans ma tête je me dis mais pourquoi ? Qu'est-ce qui fait qu'elle perce et pas moi ? Après je me dis c'est l'algorithme etc. J'avais parfois l'impression que mes posts étaient vraiment mais vraiment moins bien vu parce que l'année passée plus ou moins à la même période il y avait aucun engagement de nulle part. Du coup moi je me disais, est-ce que je suis moche ? Est-ce que la vidéo ne donne pas envie aux gens de regarder la vidéo ? Je sais que quand on est belle sur Tiktok, les gens vont s'arrêter sur ta vidéo. Après, j'ai analysé ce que je faisais. C'est vrai que la qualité de mes vidéos n'était pas incroyable que ce soit niveau visuel mais même le son on entendait pas forcément ce que je disais.

Interviewer (C) : Est-ce que tu as déjà eu l'impression que ton identité (trans, queer, racisée, etc.) jouait un rôle dans la manière dont ton contenu circule ?

Intervenant : Je n'ai que 2000 abonnés. J'ai pas fait assez de vidéos ou plutôt j'ai pas été assez active pour me poser ce genre de questions. J'ai pas vraiment vu de différence pour l'instant par rapport à ce que postais en étant une femme noire.

Interviewer (C) : As-tu déjà ressenti que certains sujets que tu abordes étaient "pénalisés" ou moins mis en avant ?

Intervenant : J'avais déjà fait une vidéo qui parlait d'une fille qui avait été tuée par son ex. J'ai voulu en parler, j'avais même enregistré la vidéo. Mais je ne sais, au moment de la poster je n'étais pas à l'aise. Je me suis directement dit que je n'étais pas légitime à mon échelle d'aborder un sujet aussi sensible. J'ai donc gardé cette vidéo jusqu'à maintenant dans mes brouillons.

Interviewer (C) : Est-ce que cela t'a déjà poussé à changer ta manière de publier ?

Intervenant : Comme je te disais plus tôt, je n'ai pas publié la vidéo dont je te parlais. J'étais partagée parce que je suis dit que soit d'un côté, je fais cette vidéo de manière chill en

m'exprimant comme si je m'exprimais avec des copines. D'un autre côté, je me dis que les gens sur les réseaux sociaux peuvent être pointilleux. Pour parler d'un sujet aussi grave, il faut que je fasse vraiment des recherches pour vraiment s'y connaître sur le sujet.

Interviewer (C) : Comment t'es-tu sentie ?

Intervenant : Par rapport à cette vidéo que je n'ai jamais posté, j'ai ressenti de la frustration. En fait, le fait de ne pas poster ce type de vidéos, je me suis dit pourquoi j'aurais pas le droit de parler de choses beaucoup plus sérieuses? Pourquoi devrais-je me sentir obligée de parler de sujets un petit peu moins sérieux comme de make up ou de coiffure ?

Interviewer (C) : Comment imagines-tu que les algorithmes décident de montrer ou non ton contenu ?

Intervenant : En fait les algorithmes, c'est un peu au hasard. J'ai quand même regardé, par exemple, plusieurs personnes qui sont à peu près dans la même niche que moi. D'autres, elles percent beaucoup plus vite, tu vois? Et je pense aussi peut-être que l'entourage y joue beaucoup. Peut-être qu'ils ont un entourage qui interagit plus avec leurs vidéos, contrairement à moi. Ce qui fait que du coup, l'algorithme comprend qu'entre guillemets... Les premières personnes qui sont censées voir, ils ne republient pas forcément tout le temps. Enfin, tu vois, ils ne sont pas tant engagés que ça. Après, j'ai eu quelques vidéos qui ont quand même un tout petit peu fonctionné. Mais honnêtement, je pense que c'est de l'hasard, je ne te mens pas. Je ne pense pas qu'il y ait une vraie recette. Et plus tu as cette chance, plus ce hasard, tu arrives à le provoquer. Plus tu gagnes d'abonnés et je pense que c'est à ce moment là que du coup quand t'as plus d'abonnés, une petite commu du coup ben ça se met un peu plus en marche tu vois et que le hasard à ce moment là il compte plus trop.

Interviewer (C) : Est-ce que tu penses que les algorithmes sont justes avec tout le monde ? Et pourquoi ça ?

Intervenant : Du coup, non. Les algorithmes ne sont pas juste avec tout le monde parce qu'il y a des gens qui postent depuis longtemps beaucoup plus régulièrement que d'autres. Je ne parle pas forcément de moi parce que moi, je ne suis pas du tout le cas. Mais d'autres personnes qui posent beaucoup plus régulièrement, qui sont vraiment actifs, entre guillemets,

plus que d'autres. Et par exemple, ça fait peut-être 5 ans qu'ils sont sur la plateforme, ils n'ont toujours pas percé plus que ça, tu vois. Alors qu'il y en a d'autres, ils font juste une vidéo, entre guillemets, super banal, ils arrivent à du coup avoir des abonnés et du coup ça monte tout monte direct. Du coup c'est à ce niveau là que je trouve que c'est pas très juste.

Interviewer (C) : As-tu essayé des techniques pour retrouver de la visibilité ?

Intervenant : Pour trouver de la visibilité, du coup j'ai arrêté totalement de poster quand ça n'allait vraiment pas pendant une semaine ou deux. Et après je recommençais à poster là tous les jours quasiment. Et en termes de qualité aussi, j'essaie d'avoir une meilleure qualité. Les hashtags, au début, j'en mettais quand ça floppait, on va dire. Et à un moment donné, j'arrêtais d'en mettre et ça allait plus ou moins bien, mais bon. Ça aussi ça veut rien dire parce que des fois j'en mettais et ça fonctionnait plus ou moins bien aussi donc voilà. J'ai essayé aussi de booster des publications mais elles n'ont pas si bien fonctionné que ça. Du coup, je trouve que ça sert un peu à rien. C'était un peu en mode pour voir ce que ça donne. Et au final, j'aime pas trop, d'ailleurs, cette sensation parce que du coup, j'ai l'impression que, je sais pas, j'ai l'impression que du coup, les personnes qui likent, c'est peut-être des vraies personnes derrière, mais j'ai l'impression que c'est un peu vide. Je ne sais pas comment expliquer. Alors qu'au final, oui, ça n'a pas tant fonctionné que ça. Alors qu'avec les quelques vidéos qui ont un peu mieux fonctionné, je n'ai pas boosté. Et au final, tu vois qu'il y a des gens qui parlent sous ton commentaire. C'est un peu plus vivant, on va dire. Mais bon, ça aussi, ça fait un match, enfin bref. Du coup, voilà. Je pense que dans le fait de publier des vidéos, ce qui aide vraiment, c'est de dire que tu t'en fous des jus, tu t'en fous des likes, tu le fais vraiment pour toi. Tu fais de tout. Et je pense que c'est ça aussi, il faut tout faire. Je pense qu'il ne faut pas seulement s'enfermer dans une niche au début. Il faut un peu faire de tout, toucher à tout. Ouais, voilà. Et ce qui m'a aussi aidé, c'est beaucoup s'inspirer aussi d'autres créateurs de contenu. Pas refaire la même chose, mais un peu s'inspirer. Faire en sorte toujours d'avoir la meilleure qualité. Et ça, je pense que c'est à la fois dur et pas dur, je trouve.

Interviewer (C) : Tiktok a eu un impact sur toi?

Intervenant : Oui, TikTok a quand même impacté mon bien-être. Dans le sens où, en une donnée, je pensais qu'à ça. Et quand ça ne fonctionnait pas, du coup, j'étais vraiment mal. Vraiment mal. Je me remettais en question. Comme je l'ai dit plus tôt, je me suis dit que ça se

peut juste que je ne suis vraiment pas jolie, les gens ne veulent pas voir, ça ne les intéresse pas, ou alors... Je ne sais pas, je ne suis pas dans le truc, tu vois. C'est plus ça. Ça n'a pas duré de super longtemps, ça, parce que franchement, je me suis dit, on s'en fout. Franchement, fuck off. En vrai, je leur dirais qu'ils devraient plus montrer des vidéos à plus de personnes. Parce que, par exemple, tu vois, sur TikTok, vu qu'ils montent d'abord un argentin dans 300 personnes, des fois, c'est quand même 300 personnes différentes. Tu vois? Donc, peut-être que dans les 300 personnes-là, il n'y a pas beaucoup de personnes qui vont liker. Mais les 300 prochaines personnes, elles vont un peu plus interagir. Et du coup, ça fait monter ton nombre de vues, etc. Donc je pense qu'il devrait plus se montrer à beaucoup plus de personnes, premièrement, et ensuite juger en fonction de ça s'il montre à plus de personnes ou pas.

Interviewer (C) : Y a-t-il quelque chose que tu veux ajouter, partager, préciser ?

Intervenant : Ce que je pourrais rajouter, c'est que si tu veux vraiment être sur les réseaux, il faut vraiment le faire pour toi, sinon ça devient trop anxiogène, trop stressant. De vraiment le faire pour toi, ne pas regarder ce qu'il y a derrière, faire du mieux que tu peux, toujours t'améliorer forcément. Et voilà. En gros, c'est ça. Faire ce que tu veux aussi. Ne pas prendre en compte tes jugements que tu peux avoir sur toi-même ou alors les jugements que les autres peuvent avoir sur toi. C'est vraiment... Si tu sens de faire quelque chose, tu le fais. Si tu sens de parler d'un tel sujet, tu le fais. C'est vraiment soit en mode... Soit en accord avec toi-même, soit libre avec toi-même

Interview Louise

Interviewer (C) : Te reconnais-tu comme faisant partie d'un ou plusieurs publics minorisés ?

Intervenant : Du coup, moi, je me reconnais en tant que lesbienne, donc le public minorisé auquel je fais partie, ça serait plutôt celui-là, quoi.

Interviewer (C) : Quels réseaux sociaux utilises-tu le plus et pourquoi ceux-là ?

Intervenant : Alors, les réseaux sociaux que j'utilise le plus, je dirais que c'est Instagram et TikTok. Instagram parce que, en général, mes amis et tout, je discute pas mal sur Instagram. J'aime bien aussi poster sur Instagram. Moi, je poste particulièrement de la musique, en général. Ou les stories de ma vie ou quoi, ça va être sur Insta aussi. Mais voilà, c'est plus un public que des gens que je connais de près ou de loin. Voilà, alors que TikTok, c'est plus du divertissement, des gens que je connais pas forcément. Et voilà, aussi pour regarder les créateurs que j'aime bien suivre, des choses comme ça.

Interviewer (C) : Quel genre de contenu publies-tu en général ?

Intervenant : Alors, par rapport au contenu que je publie, je dirais que c'est plutôt des choses sur le ton humoristique. J'aime bien faire des parodies, utiliser des clichés, des personnes queer. Je prends tous les clichés qui existent et j'en fais des caricatures de différentes sortes. Des fois, je caricature une personne en particulier, un type de personne. Ou alors, je fais des caricatures plus générales en citant des clichés. Après, je ne fais pas que de l'humour aussi, je fais un peu de... Des genres de sondages, des choses comme ça, beaucoup en lien avec la communauté queer. Et de temps en temps, je poste aussi un peu de musique, même si principalement, c'est sur Instagram, mais de temps en temps, je poste aussi un peu de musique.

Interviewer (C) : Qu'est-ce que les réseaux sociaux représentent pour toi ?

Intervenant : Pour moi, les réseaux sociaux, ça peut être plein de choses. Ça peut être un lieu de divertissement, un lieu de... Ouais, pour se détendre, en fait, pour rigoler avec toutes les vidéos humoristiques. Ça peut être aussi de l'information, comme les personnes un peu plus

âgées vont regarder, je ne sais pas, les infos à la télé. Nous, on va regarder des comptes ou des chaînes aussi d'information. Donc c'est comme tout, les médias, il faut faire attention. Mais ça, c'est comme que ce soit à la télé ou sur les réseaux. Et après, ça peut être aussi informatif sur, je ne sais pas, si tu veux faire des recettes, du sport. Donc c'est assez large.

Interviewer (C) : Est-ce que tu as déjà eu l'impression d'être moins visible que d'autres personnes sur les réseaux sociaux ?

Intervenant : Alors oui, j'ai déjà eu l'impression d'être moins visible. En fait, j'ai plus l'impression que TikTok me catégorise dans une tranche de publication. C'est-à-dire que moi, je poste beaucoup sur la communauté queer, donc quand je fais une vidéo là-dessus, en général, ça marche bien. Mais si je veux sortir de ça, que je veux faire une vidéo sur un sujet qui n'a rien à voir, l'algorithme ne va pas forcément me mettre autant en avant. Ça, j'ai vraiment remarqué. TikTok catégorise beaucoup les gens par rapport au thème, en fait. Et c'est vrai que ça touche principalement les personnes queers, c'est-à-dire que les personnes hétéros ou quoi, qui sont pas concernées, ne tombent pas sur mes vidéos. En tout cas, l'algorithme ne leur montre pas mes vidéos. Ouais, j'ai remarqué. Après, c'est vrai que moi, je sais que je touche particulièrement la communauté queer, donc j'y prête pas plus attention que ça.

Interviewer (C) : Peux-tu me raconter un moment où tu as senti que tes posts étaient moins montrés ou moins vus ?

Intervenant : C'est typiquement, dès que je poste une vidéo, même humoristique, mais sur un autre sujet, après, c'est subjectif, mais je trouve que ma vidéo est autant travaillée que les autres, c'est juste que ça touche pas ce fameux sujet auquel TikTok m'a catégorisé. Donc je me dis que c'est dommage parce que ça m'enferme un petit peu dans quelque chose, mais en vérité, mon compte, il touche principalement là-dessus, donc moi, je suis aussi contente d'avoir un thème.

Interviewer (C) : Comment as-tu interprété cette baisse de visibilité ?

Intervenant : J'imagine que c'est juste parce que TikTok a l'habitude que je poste sur les personnes queers, et donc de montrer ses vidéos aux personnes queers, mais pour montrer mes vidéos à un public plus large, c'est pas ce que TikTok veut de moi.

Interviewer (C) : Est-ce que tu as déjà eu l'impression que ton identité jouait un rôle dans la manière dont ton contenu circule ?

Intervenant : Oui, je pense que mon identité fait que TikTok sait exactement à qui montrer ces vidéos-là. Alors si, ça m'est arrivé. Notamment, j'ai une vidéo où je filmais ma mère qui n'avait rien à voir avec les personnes queers. Et cette vidéo, elle a été vachement mise en avant. Donc justement, quand TikTok a décidé de mettre en avant une vidéo qui n'a rien à voir, forcément, ça touche un plus large public et donc ça fonctionne. Mais encore faut-il qu'ils le veuillent.

Interviewer (C) : As-tu déjà ressenti que certains sujets que tu abordes étaient “pénalisés” ou moins mis en avant ?

Intervenant : Pour les sujets moins mis en avant, c'est tous ceux qui ne touchent pas, soit les lesbiennes, soit les gays, soit les personnes trans, soit les personnes androgynes, tout ça. Si ça n'a rien à voir avec la communauté queer, c'est pareil.

Interviewer (C) : Est-ce que cela t'a déjà poussé à changer ta manière de publier ?

Intervenant : Alors ça ne m'a pas vraiment poussé à changer ce que je veux publier ou quoi, mais des fois ça me pousse à rester du coup dans la ligne, dans une thématique quoi. D'un côté, comment ça m'a fait sentir d'un côté, je trouve ça un peu dommage que TikTok nous enferme dans une catégorie de publication. J'en avais discuté avec des amis aussi queer, qui m'avaient dit la même chose en fait. Après je pense que c'est valable un peu pour tout le monde, même pour les personnes qui sont pas queer. Si, je sais pas, tu postes que sur la recette de cuisine, si un jour tu veux poster, je sais pas, ton parcours muscu, forcément, ça fera moins de vues parce que TikTok se dit... Les gens ne la suivent pas pour ça. Donc, quelque part, je me dis que c'est pas plus mal parce que tu sais pourquoi les gens te suivent, mais c'est dommage d'être un peu enfermé dans une seule thématique.

Interviewer (C) : As-tu déjà été confronté à des haters?

Intervenant : Non, j'ai eu très peu de commentaires méchants jusqu'à présent. Parfois quand je fais des lives, il peut y avoir des gens un peu pénibles, mais ça reste minoritaire. Je n'ai rien à faire.

Interviewer (C) : Est-ce que ça a changé ta manière de t'exprimer, de t'affirmer ou de montrer qui tu es ?

Intervenant : Non, ça n'a pas changé pour l'instant ma manière de m'exprimer ou quoi. Ceux à qui ça ne plaît pas, je n'ai rien à faire.

Interviewer (C) : Est-ce que tu penses que les algorithmes sont justes avec tout le monde ? Pourquoi ?

Intervenant : Non je pense pas du tout que l'algorithme c'est juste, je pense que c'est même l'inverse. L'algorithme c'est hyper fourbe parce que tu peux faire du contenu de qualité, mettre du temps et tout réfléchir mais ça va pas retenir directement l'attention des gens qui scrollent beaucoup et donc quelqu'un va te dire que c'est pas intéressant et pas le mettre en avant alors que ça se trouve ça peut être super. Forcément... Mais des fois tu as des vidéos qui n'ont pas d'intérêt direct, enfin vraiment qui sont... Enfin c'est super subjectif hein, mais qui vont percer très rapidement alors qu'en fait il n'y a pas grand chose à rien, il n'y a pas de travail, il n'y a rien. Il n'y a même pas forcément de... Comment dire, de choses drôles ou d'informations. C'est un peu vide, mais ça va quand même percer parce qu'il y a quelque chose qui a quand même retenu l'attention chez les gens à un instant T.

Interviewer (C) : As-tu essayé des techniques pour retrouver de la visibilité ?

Intervenant : Alors, ce que j'ai essayé pour la visibilité, c'est changer d'horaire. C'est vrai que quand je poste souvent le matin, après, je me suis rendu compte que des fois, je postais début d'après-midi, midi, ou même le soir, et qu'en vérité, ça ne changeait pas forcément grand-chose. Je ne sais pas si c'est vraiment un impact. Avant, je ne faisais pas trop, j'étais vraiment toujours le matin et tout, je pensais que ça avait un vrai impact. Maintenant, ça m'arrive de poster à des heures assez différentes, et en vérité, ça va, ça ne change pas forcément.

Interviewer (C) : Qu'est-ce qui t'a aidé ?

Intervenant : Alors, pour ce qui m'a aidée, je ne saurais pas vraiment dire, juste tester différents formats de vidéos, des choses où je parle, des playbacks, des choses différentes, tester différentes, j'aurais juste testé des choses.

Interviewer (C) : Tiktok a eu un impact sur toi?

Intervenant : L'impact que ça pourrait avoir, c'est vrai que quand on poste et qu'il y a certaines vidéos qui marchent un peu, parce que moi je n'ai pas non plus énormément d'abonnés non plus, On a quand même ce truc de, ah, on se met une pression seule en se disant, faut que je poste, faut que je poste. Et je trouve que c'est pas bien de se mettre une pression de rentabilité. Ça sert à rien, juste à part stresser, surtout quand tu ne veux pas en faire ton métier ou quoi que ce soit, ce qui n'est pas mon cas, parce que je fais des études à côté. Mais c'est tout. Après, par rapport à mes amitiés, mon travail, non, ça ne change pas grand-chose.

Interviewer (C) : Si tu pouvais t'adresser directement aux plateformes, qu'est-ce que tu leur dirais sur ton expérience ?

Intervenant : Ce que je leur dirais, c'est que l'algorithme, il n'est pas forcément toujours bien réglé. Ça met vachement en avant quand même la culture du vide un peu. Après, c'est subjectif, ce qui est le vide pour certains et pas forcément le vide pour d'autres. Mais je trouve qu'il y a des projets qui sont super et qui ne sont pas mis en avant. Donc, revoir l'algorithme quand il y a quelque chose en profondeur, c'est peut-être compliqué pour un robot. Je ne saurais pas trop dire. Mais j'ai remarqué que ce qui marche beaucoup sur les réseaux, c'est de parler de soi. En fait, il faut être égocentrique sur les réseaux, si tu veux percer. Parce que le taux d'abonnement, ce que j'ai remarqué, c'est que le taux d'abonnement est maximal quand tu vas, par exemple, raconter quelque chose qui te touche, parce que les gens, ils peuvent s'associer à ton expérience. Alors que si tu poses une question ou tu dis quelque chose de général, ça va les faire rire sur le coup, mais ils vont pas forcément accrocher à qui tu es et à ta personne, et donc ils vont moins... Vouloir te revoir et être moins intriguée. Donc en fait, voilà, parler de soi, ça marche sur les réseaux.

Interviewer (C) : Y a-t-il quelque chose que tu veux ajouter, partager, préciser ?

Intervenant : Ce que je voudrais rajouter ou quoi, c'est un peu ce que je disais juste avant, c'est que j'ai remarqué que des fois, il y a des projets qui sont super, mais qui vont pas d'emblée faire accrocher les gens et donc du coup, TikTok ne les met pas en avant. Alors que des choses où c'est juste des gens qui disent un peu des banalités ou des choses qui font rire sur le coup, mais les gens ont envie d'accrocher parce que la personne a été égocentrée sur le moment, TikTok les met en avant et je trouve ça dommage de promouvoir l'égocentrisme. Mais ça, si je devais vraiment dire les mauvais côtés, parce qu'en vérité, ça permet quand même de créer le contenu que tu veux, de t'exprimer, de pouvoir échanger, donc il y a quand même plein de bons côtés, mais c'est comme tout, il y a des choses à prendre et des choses à laisser sur les réseaux et il faut savoir les prendre comme elles sont. Et quand on est une communauté minoritaire et tout, ça peut rajouter de la complexité parce qu'il y a aussi le jugement, la pression sociale et tout. Mais bon voilà, moi je l'ai pris avec, je l'ai pris comme ça, donc ça ne me gêne pas plus que ça, surtout que j'ai pas une volonté de vraiment faire mon métier.

18. Déclaration sur l'honneur

Déclaration sur l'honneur, mémoires de l'Ecole de communication, UCLouvain

Je déclare qu'il s'agit d'un travail original et personnel, que toutes les sources référencées ont été indiquées dans leur totalité et ce, quelle que soit leur provenance, et que l'utilisation des outils d'intelligence artificielle est conforme aux consignes d'utilisation publiées par la Faculté ESPO et disponible à cette adresse :

<https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/facultes/espo/intelligence-artificielle-consignes-d-utilisation-pour-les-etudiant-es.html>

Je suis consciente que le fait de ne pas citer une source, de ne pas la citer clairement et complètement, de ne pas annoncer dans une partie spécifique en début du mémoire l'utilisation que j'ai faite des outils d'intelligence artificielle ou de les utiliser de manière contraire à ce qui est prévu dans la note facultaire constituent des irrégularités graves au regard du *Règlement des études et des examens de l'Université catholique de Louvain* (Chapitre 4, section 7, article 107 à 114) au sein de l'Université. J'ai notamment pris connaissance des risques de sanctions administratives et disciplinaires encourues.

Au vu de ce qui précède, je déclare sur l'honneur ne pas avoir commis de plagiat ou toute autre forme de fraude et de n'avoir pas utilisé les outils d'intelligences artificielles en dehors de ce qui est accepté à l'UCLouvain.

Nom, Prénom : Chantal Ateba Mvogo

Date : 15 Aout 2026

Signature de l'étudiante :

