

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

Triple diplôme de Master en communication politique
internationale et risques démocratiques - CORIS

Le militantisme féministe sur les plateformes numériques

Perceptions algorithmiques et pratiques de circulation de
contenus militants féministes sur Instagram

Auteure : Yassielou N'dri
Promoteur : Damien Renard
Année académique 2025-2026

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

Triple diplôme de Master en communication politique
internationale et risques démocratiques - CORIS

Le militantisme féministe sur les plateformes numériques

Perceptions algorithmiques et pratiques de circulation de
contenus militants féministes sur Instagram

Auteure : Yassielou N'dri
Promoteur : Damien Renard
Année académique 2025-2026

Les opinions exprimées dans ce mémoire sont celles de l’auteur et ne sauraient en aucun cas engager le directeur de mémoire ou les établissements qui co-portent le master CORIS.

REMERCIEMENTS

Je tenais tout d'abord à remercier Monsieur Damien Renard, mon promoteur de mémoire, pour son accompagnement tout au long de ce projet de recherche. Je lui suis particulièrement reconnaissante pour sa disponibilité, pour les nombreuses pistes de réflexion qu'il a su ouvrir au fil de nos discussions, ainsi que pour la confiance et la bienveillance avec lesquelles il a su encadrer ce travail. Ses remarques autant que ses encouragements m'ont permis d'avancer dans cette recherche avec davantage de rigueur et de confiance. Je remercie également les enseignant·es et équipes pédagogiques rencontrées au cours de ce master à Sciences Po Aix, à l'UCLouvain et à l'Université de Sherbrooke, dont les enseignements, les outils méthodologiques et les échanges ont contribué à nourrir cette recherche et ma réflexion.

Je souhaite par ailleurs remercier toutes les personnes ayant accepté de participer à cette recherche, que ce soit à travers les entretiens ou le questionnaire. Leurs expériences, leurs réflexions ainsi que le temps et la confiance qu'elles m'ont accordés ont été essentiels à la réalisation de ce mémoire. Elles ont largement contribué à nourrir cette recherche et à lui donner tout son sens, mais aussi, plus personnellement, à me confirmer l'importance et l'intérêt de ce sujet de recherche.

Je voudrais également remercier profondément mes parents ainsi que mes sœurs pour leur présence et leur soutien tout au long de la réalisation de ce mémoire. Merci pour vos encouragements, vos conseils, votre patience et votre confiance, particulièrement dans mes moments de doute. Je leur suis également très reconnaissante pour leur aide précieuse dans la relecture de ce travail ainsi que dans la diffusion du questionnaire.

Enfin, je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont soutenue, de près ou de loin, durant de la réalisation de ce mémoire. Votre présence, vos encouragements et votre écoute ont largement contribué à alléger ce travail de recherche.

SOMMAIRE

INTRODUCTION

PARTIE I : PLATEFORMISATION, LOGIQUES ALGORITHMIQUES ET FEMINISME NUMERIQUE

CHAPITRE 1 : ACTIVISME NUMERIQUE ET TRANSFORMATIONS DE L'ENGAGEMENT MILITANT

CHAPITRE 2 : ALGORITHMES, VISIBILITE ET RAPPORTS DE POUVOIR

CHAPITRE 3 : IMAGINAIRES ALGORITHMIQUES ET PRATIQUES D'ADAPTATION

CHAPITRE 4 : PROBLEMATIQUE ET QUESTION DE RECHERCHE

PARTIE II : DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE ET CONSTRUCTION DU TERRAIN

CHAPITRE 5 : POSITIONNEMENT METHODOLOGIQUE ET DISPOSITIF METHODOLOGIQUE

CHAPITRE 6 : CONSTRUCTION DU TERRAIN ET CONSTITUTION DU CORPUS

CHAPITRE 7 : COLLECTE ET TRAITEMENT DE DONNEES

CHAPITRE 8 : METHODE D'ANALYSE DES DONNEES

CHAPITRE 9 : CONSIDERATIONS ETHIQUES

PARTIE III : PERCEPTIONS ALGORITHMIQUES ET PRATIQUES MILITANTES

CHAPITRE 10 : COMPRENDRE ET INTERPRETER LES LOGIQUES ALGORITHMIQUES

CHAPITRE 11 : NEGOCIER LA VISIBILITE SUR LES PLATEFORMES

CHAPITRE 12 : TENSIONS DU MILITANTISME FEMINISTE SUR LES PLATEFORMES NUMERIQUES

PARTIE IV : DISCUSSION DES RÉSULTATS

CHAPITRE 13 : PERCEPTIONS ALGORITHMIQUES ET SAVOIRS PRATIQUES

CHAPITRE 14 : PLATEFORMES, VISIBILITE ET HIERARCHISATION DES FEMINISMES

CHAPITRE 15 : ENGAGEMENT NUMERIQUE ET DEPENDANCE AUX PLATEFORMES

CHAPITRE 16 : PRECAUTIONS INTERPRETATIVES

CONCLUSION

BIBLIOGRAPHIE

TABLE DES MATIÈRES

ANNEXES

RÉSUMÉ DU MÉMOIRE

INTRODUCTION

Au cours des dernières décennies, les plateformes numériques sont progressivement devenues des espaces centraux de l'activisme contemporain. Plus que de simples relais communicationnels, ces technologies transforment en profondeur les formes mêmes de participation politique et les répertoires de l'action collective. Aujourd'hui, une grande partie des mobilisations passent par ces infrastructures numériques, si bien qu'elles constituent désormais des lieux à part entière de production et de circulation des discours militants.

Cette reconfiguration est particulièrement visible dans le cadre du mouvement féministe, où l'essor du féminisme numérique témoigne d'un investissement croissant de ces espaces par les militantes. Ces dernières s'en emparent notamment pour dénoncer les violences de genre, partager des savoirs et créer des communautés de solidarité. Les plateformes deviennent ainsi des environnements où s'échangent des expériences et où se construisent de nouvelles formes de mobilisation, parfois plus souples et plus horizontales que les structures militantes classiques.

Parmi les différentes plateformes, Instagram occupe aujourd'hui une place centrale dans les pratiques militantes féministes. Son architecture visuelle, participative et interactive favorise la diffusion rapide et élargie des discours féministes ainsi que la transformation d'expériences individuelles en enjeux collectifs.

Les possibilités offertes par cette plateforme se heurtent toutefois à une réalité moins visible. En effet, comme plusieurs plateformes, Instagram repose sur des systèmes algorithmiques qui trient, classent et recommandent les contenus, selon des critères que les utilisatrices ne connaissent généralement pas. La visibilité des contenus n'y est donc jamais totalement neutre ni entièrement maîtrisable. Les métriques d'engagement, telles que les likes, les commentaires, les partages ou encore le temps de visionnage, participent par ailleurs à cette hiérarchisation et contribuent directement à faire de la visibilité une ressource centrale des pratiques numériques. Dans ces espaces saturés d'informations, l'attention devient rare, concurrentielle et constamment disputée (Citton, 2014).

Les militantes féministes sur Instagram se retrouvent dès lors prises dans des dynamiques parfois contradictoires. En effet, la plateforme facilite, d'un côté, la diffusion

rapide des contenus militants et permet la constitution de contre-publics féministes (Fraser, 1990 ; Dubost, 2020). De l'autre, elle impose des normes de circulation qui favorisent certains formats plus que d'autres, notamment les contenus courts, esthétiques, émotionnels ou facilement partageables (Song, 2021). Plusieurs travaux montrent ainsi que les discours militants tendent progressivement à s'adapter aux contraintes des plateformes, qu'il s'agisse des formats privilégiés, des temporalités de publication ou des logiques d'interaction valorisées (Cotter, 2019 ; Caldeira, 2024 ; Meng et al., 2025).

Cette adaptation aux normes des infrastructures numériques s'accompagne également d'une forte incertitude quant au fonctionnement des algorithmes. Les plateformes communiquent en effet très peu sur ces dispositifs qui influencent la visibilité des contenus. Face à cette opacité, les utilisatrices développent, sur base de leurs expériences quotidiennes de la plateforme, des représentations, des hypothèses et des interprétations du fonctionnement algorithmique. Bucher (2016) désigne ces représentations sous le terme d'« imaginaire algorithmique », tandis qu'Eslami et al. (2016) parlent de « folk theories » pour qualifier ces théories informelles, construites à partir de l'observation répétée des recommandations, du feed ou des variations de visibilité.

Ces représentations reposent rarement sur des connaissances techniques vérifiées, mais elles se construisent majoritairement à partir d'expériences partagées et d'échanges entre utilisatrices. Cela suffit toutefois à produire des effets concrets sur les pratiques militantes elles-mêmes. En effet, les utilisatrices ajustent leurs comportements en fonction de ce qu'elles pensent comprendre des logiques de la plateforme.

C'est dans ce contexte que s'inscrit ce mémoire. Ce travail n'a pas pour objectif d'étudier le fonctionnement technique réel des algorithmes ni de déterminer objectivement si certaines plateformes limitent ou favorisent la visibilité de certains contenus féministes. Il cherche plutôt à comprendre la manière dont les utilisatrices perçoivent ces dispositifs, les interprétations qu'elles construisent à leur sujet ainsi que les ajustements que ces perceptions peuvent produire dans leurs pratiques ordinaires de circulation de contenus militants.

Bien que cette recherche s'intéresse plus largement aux logiques algorithmiques des plateformes numériques, Instagram constitue ici le terrain d'enquête principal, en

raison notamment de la place qu'occupe cette plateforme dans la circulation des contenus féministes militants. Les entretiens réalisés dans le cadre de ce mémoire ont toutefois rapidement montré que les usages des participantes ne se limitaient pas à Instagram, les enquêtées faisant spontanément référence à d'autres plateformes. Ces dernières ont par conséquent été ponctuellement mobilisées dans l'analyse, sans pour autant constituer un terrain d'enquête à part entière.

La question de recherche qui guide ce travail peut donc être formulée ainsi : *Comment les utilisatrices engagées dans la circulation de contenus militants féministes composent-elles avec les logiques algorithmiques d'Instagram ?*

Plus précisément, cette recherche cherchera, dans un premier temps, à comprendre comment les utilisatrices perçoivent et interprètent les logiques algorithmiques d'Instagram, ainsi que les imaginaires qui se construisent autour de leur fonctionnement. Dans un second temps, il s'agira également d'analyser la manière dont ces perceptions sont prises en compte dans les pratiques ordinaires de publication, de partage ou d'interaction avec les contenus militants, ainsi que les différentes formes d'adaptation, de contournement ou d'ajustement développées face aux contraintes perçues des plateformes.

Pour répondre à cette question, cette recherche s'appuie sur une méthodologie mixte, combinant un questionnaire exploratoire diffusé auprès d'utilisatrices consultant régulièrement des contenus féministes sur Instagram, ainsi qu'une série d'entretiens semi-directifs réalisés avec des utilisatrices engagées dans la circulation de contenus féministes militants. Cette double approche vise à articuler tendances générales et expériences situées, afin de saisir à la fois les représentations collectives des algorithmes et les logiques plus fines d'adaptation et d'appropriation qui se développent dans les usages quotidiens.

Ce mémoire s'organise en quatre grandes parties. La première revient sur les transformations du militantisme à l'ère des plateformes numériques et les formes contemporaines du féminisme en ligne, les logiques algorithmiques de visibilité et de pouvoir ainsi que les imaginaires algorithmiques et les pratiques de résistance. La deuxième partie présente la démarche méthodologique adoptée ainsi que les choix de terrain réalisés dans le cadre de l'enquête. Puis, la troisième partie analyse les perceptions algorithmiques des utilisatrices interrogées, les imaginaires construits autour de la visibilité sur les plateformes numériques et les différentes stratégies d'adaptation

développées face aux contraintes perçues de ces environnements. Enfin, dans la quatrième partie, les principaux résultats seront discutés, avant une conclusion générale.

PARTIE I : PLATEFORMISATION, LOGIQUES ALGORITHMIQUES ET FEMINISME NUMERIQUE

Cette première partie a pour objectif de poser les principaux cadres théoriques qui seront mobilisés dans cette recherche. Le premier chapitre reviendra sur les transformations de l'engagement militant à l'ère du numérique ainsi que sur les formes contemporaines du féminisme numérique. Le deuxième s'intéressera aux logiques de plateformisation, aux mécanismes de visibilité ainsi qu'aux rapports de pouvoir qui structurent les plateformes numériques. Enfin, le troisième chapitre se penchera sur les notions d'imaginaires algorithmiques et de littératie algorithmique, mais aussi les différentes formes d'adaptation, de contournement, voire de résistance, développées face aux contraintes perçues des plateformes.

Chapitre 1 : Activisme numérique et transformations de l'engagement militant

1.1. Reconfigurations numériques de l'action collective

L'essor des technologies numériques a profondément transformé les formes contemporaines d'engagement politique et militant. Les mobilisations collectives se déploient de plus en plus à travers les infrastructures du web et des réseaux socionumériques, un phénomène que la littérature scientifique désigne sous le terme d'« activisme numérique » (Joyce, 2010). Dans ce contexte, les plateformes numériques ne constituent plus uniquement des outils facilitant la communication militante, mais elles deviennent également des instruments par lesquels les mouvements se construisent, se coordonnent et se rendent visibles. Ainsi, les réseaux socionumériques transforment la nature même des mobilisations contemporaines (Bennett, 2003).

Dès le début des années 2000, Bennett (2003) montre que les réseaux socionumériques favorisent l'émergence de mobilisations transnationales plus souples, moins hiérarchisées et capables de se reconfigurer rapidement selon les contextes et les enjeux. Les mouvements prennent ainsi davantage la forme de réseaux décentralisés, où l'on peut s'informer rapidement et où les participants peuvent s'impliquer à différents niveaux. Cette flexibilité permet de rendre les mouvements plus résilients, mais peut aussi fragiliser leur stabilité interne et compliquer la formulation d'un message identitaire cohérent.

C'est dans cette perspective que Bennett et Segerberg (2012) développent le concept de « logique d'action connective ». Selon les auteurs, les mobilisations numériques contemporaines se distinguent des formes plus traditionnelles d'action collective, par leur faible dépendance aux structures militantes centralisées. Bennett et Segerberg (2012) expliquent que là où les mouvements traditionnels reposaient souvent sur des organisations fortes, des identités collectives relativement stabilisées et des ressources importantes, les mobilisations en ligne s'appuient davantage sur des « cadres d'action personnalisés », des contenus hautement personnalisables que chacun peut s'approprier selon son expérience personnelle. Les individus participent alors à partir de leurs émotions, de leurs trajectoires personnelles ou de leur propre lecture des injustices sociales. Dans ce contexte, l'adhésion durable à une organisation apparaît comme moins importante que la capacité à faire circuler des récits, des images ou des signes de soutien. Les plateformes deviennent ainsi les infrastructures organisationnelles de la mobilisation elle-même (Bennett et Segerberg, 2012).

Dans cette continuité, Kavada (2015) montre que les réseaux sociaux occupent désormais une place centrale dans la production symbolique des mouvements sociaux. En effet, les utilisateurs élaborent collectivement des récits militants, construisent des représentations communes et entretiennent une présence continue autour d'une cause à travers leurs interactions sur la plateforme. L'identité collective n'apparaît donc plus comme fixe et imposée par une organisation centrale, mais comme un processus évolutif, qui est constamment retravaillé par la circulation des contenus (Kavada, 2015).

Par ailleurs, les plateformes numériques introduisent leurs propres logiques de visibilité avec différentes métriques numériques, telles que les likes, les vues, les partages, les commentaires ou les abonnements. Ces dernières participent à la hiérarchisation des contenus et influencent la manière dont certaines causes gagnent en légitimité, dans l'espace public numérique. Les mouvements sociaux doivent ainsi composer avec des logiques de circulation propres aux environnements numériques, dans lesquels la visibilité devient une ressource importante (Papacharissi, 2014).

Toutefois, plusieurs auteurs nuancent l'idée selon laquelle les espaces numériques produiraient spontanément des formes de participation parfaitement horizontales et démocratiques. Granjon (2018) rappelle notamment que les mouvements en ligne restent malgré tout traversés par des mécanismes de hiérarchisation spécifiques. En effet, les

compétences techniques, la maîtrise des codes des plateformes ou encore la capacité à produire des contenus visibles favorisent l'émergence de « soft leaders », des acteurs qui occupent une position centrale dans les dynamiques de coordination et de diffusion (Granjon, 2018).

De plus, Granjon (2018) considère les espaces publics numériques comme des « espaces publics faibles », dans la mesure où leur capacité à influencer directement les institutions politiques reste relativement limitée. En effet, selon l'auteur, les plateformes facilitent la mise en visibilité des causes, mais sans que cela se traduise automatiquement par des changements institutionnels ou politiques concrets (Granjon, 2018). Dans la même logique, Van Laer et Van Aelst (2010) montrent que les réseaux numériques favorisent la mobilisation rapide d'un grand nombre d'individus, mais qu'ils peinent à produire de forts liens durables. Or, ceux-ci sont essentiels lorsque les formes d'action impliquent des coûts élevés, des risques personnels ou un engagement sur le long terme (Van Laer et Van Aelst, 2010).

Néanmoins, plusieurs travaux invitent à nuancer l'idée d'un engagement numérique forcément superficiel. Les recherches montrent que les plateformes favorisent l'émergence de formes de participation politique plus diffuses et plus ordinaires, qui ne reposent pas nécessairement sur une implication militante forte ou l'intégration durable à une organisation. Dans ce contexte, les pratiques d'usage quotidiennes des réseaux sociaux, telles que partager, republier, commenter ou relayer un contenu militant, participent à la circulation et à la mise en visibilité des causes dans les espaces numériques (Theocharis, 2015 ; Halupka, 2018). Ces formes de participation, souvent regroupées sous la notion de « micro-militantisme », contribuent ainsi à rendre certaines mobilisations visibles en maintenant leur présence dans les flux numériques du quotidien. De plus, en abaissant les barrières à la participation politique, elles permettent également à des individus peu investis dans les structures militantes classiques, de prendre part, même ponctuellement, à la diffusion de discours militants ou politiques (Mabi et Théviot, 2014 ; Joyce, 2010).

Ainsi, comme le montrent Bennett et Segerberg (2012), les plateformes sont devenues des infrastructures à part entière de l'engagement politique. Dans ce contexte, l'action militante ne se limite plus seulement aux cadres organisationnels traditionnels, mais elle s'appuie également sur des gestes ordinaires, intégrés aux routines numériques

des utilisatrices.

1.2. Féminisme numérique et pratiques militantes sur Instagram

1) La logique d'action connective et les mobilisations en réseau

Instagram occupe aujourd'hui une place particulièrement importante dans la diffusion et la circulation des discours féministes en ligne. Par son architecture visuelle, son fonctionnement centré sur le partage et ses multiples possibilités d'interaction, cette plateforme favorise la circulation de contenus militants au cœur même de ses usages numériques ordinaires (Song, 2021 ; Lu, 2023). Ainsi, les discours féministes ne passent plus uniquement par des collectifs militants ou des espaces explicitement politiques, mais s'insèrent également dans les pratiques quotidiennes de navigation, de divertissement et de sociabilité numérique (Lu, 2023).

Cette circulation des discours repose largement sur les mécanismes de visibilité propres à la plateforme. Les *hashtags* jouent ici un rôle central en permettant de relier entre eux des contenus dispersés autour d'une même cause ou d'expériences similaires (Bucher et Helmond, 2017). Des *hashtags* comme #MeToo ou #BodyPositivity ont notamment contribué à rassembler des expériences personnelles auparavant isolées, en créant une forme de continuité entre des vécus parfois très éloignés les uns des autres, transformant ainsi des expériences privées en enjeux collectifs politisés (Banet-Weiser, 2018). Les récits personnels prennent dès lors une place particulièrement importante dans l'engagement militant sur une plateforme comme Instagram, qui favorise des prises de parole souvent intimes, émotionnelles et très incarnées (Baer, 2016 ; Fray Amor, 2024). Comme l'explique Jouët (2022, cité dans Ngono, 2023), les expériences vécues deviennent de véritables supports d'identification collective et de politisation.

Par ailleurs, Instagram favorise des modes de participation relativement diffus, intégrés aux habitudes quotidiennes de consommation médiatique. Dans ce contexte, les frontières entre regarder, partager et militer deviennent parfois assez floues (Amna et Ekman, 2014 ; Vaccari et al., 2015). La visibilité des contenus dépend alors moins d'organisations militantes structurées que de leur capacité à circuler dans des réseaux relationnels plus ordinaires, à être repris, partagés et réappropriés par différents publics (Bennett et Segerberg, 2012). Les discours féministes se diffusent ainsi à travers des logiques de circulation beaucoup plus horizontales, où les interactions quotidiennes jouent

un rôle central.

Cette dynamique participe également à la formation de contre-publics féministes en ligne, c'est-à-dire des espaces dans lesquels certains groupes marginalisés peuvent produire et diffuser leurs propres discours, en dehors des cadres médiatiques dominants (Fraser, 1990 ; Dubost, 2020). Ces espaces reposent largement sur des références culturelles communes, des interactions entre utilisatrices et des codes propres aux cultures numériques contemporaines (Subiakto et al., 2025). Les contenus féministes prennent alors des formes facilement appropriables, tels que des contenus pédagogiques, des témoignages ou encore des références à la pop culture. Cette articulation entre militantisme et culture numérique tend à rendre certains discours plus accessibles et plus visibles, même si elle peut aussi, parfois, simplifier ou lisser certaines revendications (Dubost, 2020 ; Banet-Weiser, 2018).

La dimension émotionnelle joue également un rôle important dans cette circulation. En effet, les contenus militants sur Instagram utilisent fréquemment des registres affectifs dans le but de susciter l'identification, l'empathie ou l'indignation (Papacharissi, 2014 ; Daens, 2021). Cette mobilisation des émotions favorise les réactions visibles sur la plateforme, comme les likes, les commentaires ou encore les partages, et participe directement à la diffusion des contenus (Gerlitz et Helmond, 2013). Les émotions deviennent ainsi de véritables vecteurs de visibilité dans les flux informationnels des plateformes numériques (Papacharissi, 2014).

En conclusion, Instagram contribue à une démocratisation des prises de parole féministes, en permettant à des utilisatrices ordinaires de produire ou relayer des contenus militants, sans nécessairement appartenir à une organisation politique structurée. Elle permet notamment d'élargir et de diversifier les modalités d'entrée dans l'engagement, souvent sous des formes plus ponctuelles ou diffuses, pleinement intégrées aux pratiques médiatiques quotidiennes (Mabi et Théviot, 2014 ; Caldeira, 2024). Les possibilités de participation que cette plateforme offre restent toutefois relatives, la circulation des discours sur celle-ci demeurant profondément dépendante de logiques techniques et économiques qui la structurent (Poell et al., 2019).

2) Les affordances d'Instagram et les formes d'engagement possibles

Pour comprendre les pratiques d'engagement militant sur Instagram, il nous

semblait nécessaire de mobiliser la notion « d’affordances », afin de pouvoir étudier la manière dont l’architecture technique de la plateforme oriente les possibilités d’action des utilisateurs. Les affordances sont définies ici comme des structures sociotechniques qui encouragent certaines pratiques tout en limitant d’autres (Bucher et Helmond, 2017 ; Davis et Chouinard, 2016). Les formes d’engagement féministe sur Instagram sont par conséquent étroitement liées aux modalités mêmes de fonctionnement de la plateforme.

Les différentes fonctionnalités d’Instagram façonnent les modes d’expression militants possibles sur la plateforme. Les *stories*, par exemple, favorisent des formes de partage rapides, éphémères et très intégrées aux usages quotidiens. Leur temporalité limitée facilite notamment les réactions spontanées, les prises de position ponctuelles ou la republication de contenus militants (Leaver et al., 2020, cités dans Stuart, 2020). Elles permettent aussi à des utilisateurs peu investis dans des pratiques militantes plus structurées de participer malgré tout à la circulation des discours féministes, en relayant des publications déjà existantes (Caldeira, 2024). L’engagement prend alors la forme de micro-pratiques discrètes, mais répétées, intégrées aux habitudes numériques quotidiennes (Halupka, 2018). Les *reels*, quant à eux, privilégient des formats courts et dynamiques, encourageant ainsi des contenus rapidement consommables et facilement partageables (Song, 2021). Certains types de contenus, comme les vidéos pédagogiques très courtes, les contenus utilisant des fonds sonores déjà populaires ou encore des récits personnels condensés, semblent ainsi particulièrement favorisés par l’algorithme de la plateforme (Dubost, 2020 ; Banet-Weiser, 2018).

Par ailleurs, les *hashtags* constituent une affordance centrale dans l’organisation des mobilisations féministes. Ils permettent notamment de connecter des contenus dispersés, de rendre certaines causes plus visibles et de structurer des réseaux discursifs transnationaux (Bucher et Helmond, 2017 ; Bennett et Segerberg, 2012). Leur fonctionnement n’est pourtant pas neutre et dépend fortement des logiques de visibilité propres à la plateforme. Certains contenus bénéficient ainsi d’une mise en avant plus importante que d’autres dans les résultats de recherche ou dans les recommandations (Bucher, 2016).

Les interactions quantifiables, telles que les likes, les commentaires, les partages ou les enregistrements, jouent aussi un rôle structurant. Ces métriques rendent visibles une certaine forme d’approbation et influencent directement la hiérarchisation des contenus

dans les systèmes de recommandation (Gerlitz et Helmond, 2013). L'engagement militant se retrouve alors traduit en données de performance publiques, encourageant des stratégies de publication davantage orientées vers la maximisation des interactions et de la visibilité que vers la complexité du message (Abidin, 2016 ; Cotter, 2019).

Enfin, il est difficile d'analyser Instagram sans prendre en compte le rôle de ses algorithmes de recommandation. En effet, les contenus militants n'apparaissent pas de manière neutre dans les flux de la plateforme, ils sont sélectionnés, hiérarchisés et diffusés selon des critères définis par la plateforme (Bucher, 2016 ; Gillespie, 2014). Cette logique algorithmique participe à orienter certaines pratiques militantes, car beaucoup d'utilisatrices adaptent progressivement leurs publications à ce qu'elles supposent être les attentes de l'algorithme. La visibilité des discours féministes dépend alors, en partie, de leur capacité à s'ajuster aux critères des plateformes numériques, que ce soit en ce qui concerne la fréquence de publication, les horaires, les *hashtags* ou encore les formats (Cotter, 2019 ; Meng et al., 2025). Il existe ainsi une forme d'ajustement permanent aux normes de visibilité imposées par la plateforme (Caldeira, 2024).

Dans ce contexte, Instagram apparaît moins comme un simple support technique que comme un acteur qui configure activement les modalités de participation militante. La plateforme influence en effet la circulation des discours, les formes d'interaction possibles ainsi que les manières de rendre l'engagement visible (Bucher et Helmond, 2017). Les affordances d'Instagram tendent ainsi à favoriser des formes d'engagement rapides, circulatoires et profondément intégrées aux usages quotidiens de la plateforme (Davis et Chouinard, 2016).

3) Les tensions du militantisme féministe sur les plateformes

Bien qu'Instagram facilite la circulation des discours féministes et offre de nouvelles possibilités de participation, ces pratiques restent fortement dépendantes des logiques propres à la plateforme. Le militantisme féministe contemporain évolue dans un environnement numérique marqué par la compétition permanente pour la visibilité, la dépendance aux systèmes algorithmiques et les contraintes liées aux modèles économiques des plateformes numériques (Poell et al., 2019).

La visibilité constitue une ressource essentielle sur les plateformes numériques, où les flux saturés imposent aux utilisateurs de lutter pour l'attention (Citton, 2014). Les

discours militants ont alors tendance à s'adapter aux normes de la plateforme en adoptant des formats capables de générer rapidement des réactions visibles et de fortes interactions, tels que les contenus courts, attractifs, marqués par une dimension émotionnelle ou une forte partageabilité (Song, 2021). Certaines revendications deviennent ainsi plus visibles que d'autres, car correspondantes davantage aux formats valorisés par Instagram (Caldeira, 2024). Dans ce contexte, les militants se retrouvent fortement dépendants de logiques algorithmiques opaques et ne contrôlent que très peu la circulation réelle de leurs contenus (Beer, 2017 ; Gillespie, 2018), naviguant sur la plateforme avec une forme d'incertitude constante (Bucher, 2016). Les pratiques militantes finissent alors par être ajustées en fonction d'hypothèses sur le fonctionnement algorithmique, amenant les militants à tester différents formats, à publier à des horaires précis ou à multiplier les interactions, pour maintenir leur visibilité (Cotter, 2019 ; Meng et al., 2025).

Par ailleurs, les logiques de plateforme favorisent une certaine esthétisation des discours militants. Sur Instagram, la visibilité repose en grande partie sur des normes visuelles qui valorisent les contenus soignés, facilement identifiables et rapidement partageables (Song, 2021). Les discours féministes circulent alors à travers des formats relativement standardisés, avec des codes visuels relativement homogènes (Dubost, 2020). Cette esthétisation peut évidemment faciliter la diffusion des contenus et les rendre plus accessibles à certains publics. Toutefois, de nombreux travaux montrent également qu'elle tend parfois à simplifier certaines revendications, voire à atténuer leur dimension politique plus conflictuelle (Banet-Weiser, 2018).

Plus largement, ces dynamiques s'inscrivent dans des processus de plateformes des pratiques militantes, où les formes d'engagement féministe deviennent progressivement dépendantes des infrastructures techniques, des métriques de visibilité et des modèles économiques des plateformes numériques (Poell et al., 2019). Or, ces environnements sont avant tout conçus pour maximiser l'engagement des utilisateurs, la circulation des données et le temps passé sur la plateforme (Casilli, 2022).

C'est dans ce contexte que se développent des formes de « popular feminism », dans lesquelles les discours féministes circulent largement au sein des cultures médiatiques et numériques populaires (Banet-Weiser, 2018). Cette visibilité élargie qu'offrent les plateformes numériques permet certes de diffuser certaines revendications auprès d'un public beaucoup plus vaste, mais elle expose aussi le militantisme à des

logiques de simplification, de personnalisation ou même de récupération commerciale (Dubost, 2020).

Les pratiques militantes féministes sur Instagram semblent, en conclusion, constamment prises dans cette tension entre possibilités de participation politique et contraintes sociotechniques. La plateforme facilite ainsi la diffusion de certains discours et certaines formes d'engagement, tout en imposant des normes de visibilité qui influencent profondément les modalités mêmes de l'action militante (Bucher et Helmond, 2017). C'est précisément cette articulation entre participation, visibilité et dépendance aux infrastructures numériques qui apparaît centrale pour comprendre les transformations actuelles du militantisme féministe numérique et, plus largement, les processus de plateformisation (Poell et al., 2019) abordés dans le chapitre suivant.

Chapitre 2 : Algorithmes, visibilité et rapports de pouvoir

2.1. Plateformisation du web social

1) Les plateformes comme infrastructures sociales

Il apparaît essentiel d'étudier la notion de « plateformisation » pour penser les pratiques militantes féministes en ligne. La « plateformisation » désigne le processus par lequel les logiques économiques, techniques et organisationnelles propres aux plateformes s'étendent progressivement à différents domaines de la vie sociale. Les plateformes numériques constituent ainsi bien plus que de simples outils de communication. Elles fonctionnent aujourd'hui comme de véritables infrastructures qui organisent concrètement les conditions de visibilité, de circulation et de participation dans les espaces numériques (Poell et al., 2019). Sur Instagram par exemple, l'architecture technique de la plateforme structure directement les interactions entre utilisatrices, les formats possibles et valorisés ainsi que les mécanismes de recommandation et d'engagement.

Comme le montrent Poell et al. (2019), les plateformes ne se contentent pas d'héberger les interactions sociales, mais elles participent également à définir ce qui circule, ce qui devient visible et ce qui acquiert une certaine valeur sociale. Dans le cadre des pratiques militantes numériques, les discours publiés en ligne prennent place dans des environnements déjà fortement structurés par des mécanismes de hiérarchisation, des normes de circulation et des contraintes techniques propres aux plateformes numériques.

Ce processus repose sur deux dynamiques complémentaires. D'un côté, la *datafication* transforme les activités sociales en données quantifiables, que les plateformes collectent et exploitent pour orienter les recommandations et organiser la visibilité des contenus. De l'autre, la *programmabilité* désigne la capacité des plateformes à reconfigurer en permanence leurs fonctionnalités, leurs algorithmes et les formats qu'elles valorisent. Ensemble, ces deux mécanismes font des plateformes numériques de véritables écosystèmes capables d'intégrer et de redistribuer des données issues de multiples espaces numériques (Helmond, 2015). Ces évolutions restent souvent peu transparentes pour les utilisatrices, même si elles influencent directement les manières de publier, d'interagir et, dans le cas du militantisme, de rendre certaines causes visibles.

Bullich (2021) propose par ailleurs de penser la plateforme comme une « logique organisatrice ». Selon l'auteur, l'ensemble des règles, interfaces et dispositifs d'une plateforme participe à l'organisation des pratiques numériques, de sorte que les usages ne peuvent être dissociés des environnements techniques dans lesquels ils prennent forme. Sur Instagram, par exemple, les mobilisations féministes dépendent fortement de fonctionnalités précises, comme les stories, les reels, les hashtags, qui influencent les façons de rendre la cause visible, de mobiliser et de faire circuler le discours militant (Caldeira, 2024).

La plateforme transforme aussi, plus largement, la manière dont se construisent les espaces publics numériques. En effet, les prises de parole collectives prennent désormais place dans des environnements gouvernés par des entreprises privées qui définissent elles-mêmes les règles de participation et les normes de visibilité (Van Dijk et al., 2018, cités dans Keskin, 2018 ; Poell et al., 2019). Casilli (2022) rappelle d'ailleurs que les plateformes numériques fonctionnent comme des dispositifs d'intermédiation capables d'organiser les échanges tout en orientant les comportements des utilisateurs par le biais de leurs architectures techniques. Comprendre les pratiques militantes numériques suppose donc de prendre en compte ces infrastructures, dont les logiques de visibilité échappent en grande partie aux utilisatrices elles-mêmes.

2) Les logiques de visibilité et l'économie de l'attention

Le développement des plateformes numériques s'accompagne également d'une transformation assez profonde des mécanismes de visibilité. Citton (2014) théorise à ce

propos une « économie de l'attention » des plateformes numériques, en expliquant que, dans des environnements numériques saturés d'informations, l'attention devient une ressource rare et concurrentielle, que les plateformes cherchent à capter en maximisant le temps passé en ligne et l'intensité des interactions. Dans ce cadre, les métriques visibles, comme les likes, les commentaires, les vues, les partages ou les enregistrements, prennent ici une place particulièrement importante, car elles rendent l'engagement mesurable et immédiatement observable (Törnberg et Uitermark, 2020).

Les travaux de Gerlitz et Helmond (2013) montrent par ailleurs que ces dispositifs d'interaction sociale ne sont pas de simples outils participatifs. Ceux-ci transforment les activités sociales en données exploitables par les plateformes et participent directement aux mécanismes de calcul de visibilité (Gerlitz et Helmond, 2013), qui influencent progressivement les comportements des utilisateurs (Beer, 2017). Beer (2017) prolonge cette analyse en soulignant que les métriques tendent à devenir des indicateurs de reconnaissance sociale, voire de légitimité, incitant les utilisateurs à les interpréter comme des signes de pertinence ou de crédibilité.

Sur Instagram, cette économie de l'attention influence directement les modalités de prise de parole militante. Dans ce contexte, publier un contenu pour transmettre un message politique ne suffit plus. Il faut également que celui-ci soit capable d'attirer rapidement l'attention et de susciter des interactions (Citton, 2014). Cette logique tend à produire une hiérarchie implicite entre les discours militants. En effet, certaines causes, plus aisément adaptables aux normes d'engagement de la plateforme, accèdent plus facilement à la visibilité, tandis que d'autres, plus complexes ou moins « partageables », circulent avec davantage de difficulté. Ces dynamiques contribuent ainsi à structurer les modalités mêmes de la participation sociale et politique en ligne.

3) La dépendance des pratiques sociales aux infrastructures des plateformes

Selon Bucher et Helmond (2017), les plateformes numériques doivent être comprises comme des environnements qui configurent certaines possibilités d'action à travers leurs interfaces, leurs fonctionnalités et leurs systèmes de circulation des contenus. Dans ce contexte, la notion d'affordance apparaît comme essentielle pour penser le militantisme sur les plateformes numériques. C'est précisément ce que permet de penser la notion d'« affordances », définie comme l'ensemble des possibilités d'actions offertes

par un environnement technique, dans une situation donnée (Davis et Chouinard, 2016). Ainsi, ces affordances dessinent concrètement ce que l'on peut faire et comment on peut le faire, sur les plateformes numériques. Appliquée au militantisme numérique, cette notion montre pourquoi l'engagement féministe sur Instagram ne peut être pensé séparément de l'architecture dans laquelle il s'inscrit.

Ce rapport des utilisateurs aux affordances des plateformes produit une certaine dépendance structurelle. En effet, faute de connaître les règles réelles du système, ceux-ci apprennent progressivement à anticiper ce qui pourrait être valorisé par la plateforme et doivent continuellement s'adapter à des modifications d'algorithmes, à l'émergence de nouveaux formats ou à des changements dans les mécanismes de visibilité (Nieborg et Poell, 2018). Les mobilisations militantes contemporaines se développent ainsi dans des espaces numériques privés dont les règles évoluent régulièrement et restent en partie opaques pour les utilisateurs.

Toutefois, les utilisateurs ne sont pas passifs face à ces contraintes. Au contraire, comme le montrent Bonini et Tréré (2024), ceux-ci développent des formes d'appropriation, de contournement et parfois même de résistance face aux logiques sociotechniques imposées par les plateformes. Les affordances des plateformes structurent donc les conditions de circulation et de visibilité, tout en laissant également place à des formes d'inventivité et d'adaptation de la part des utilisateurs.

2.2. Algorithmes comme dispositif de hiérarchisation de la visibilité

1) Les logiques algorithmiques de hiérarchisation

Les plateformes numériques ne sont pas des espaces neutres dans lesquels les contenus circulent de manière égale. La visibilité y dépend largement de systèmes algorithmiques qui sélectionnent, classent et recommandent certains contenus, plutôt que d'autres, jouant un rôle central dans l'organisation des flux informationnels (Gillespie, 2014). Ce phénomène s'explique en partie par le passage progressif du fil chronologique aux fils d'actualité personnalisés. Là où les premiers réseaux sociaux reposaient principalement sur une logique temporelle, les plateformes numériques actuelles privilégient plutôt des systèmes de recommandation fondés sur des calculs de pertinence et d'engagement supposés. Les contenus les plus visibles ne sont donc plus forcément les plus récents, mais ceux que les algorithmes estiment susceptibles de retenir l'attention des

utilisateurs le plus longtemps (Beer, 2017).

Dans cette perspective, les algorithmes contribuent à définir ce qui mérite d'être vu, relayé ou valorisé dans l'espace public numérique (Gillespie, 2014). Cette hiérarchisation repose largement sur une analyse fine des comportements des utilisateurs, afin d'adapter les contenus proposés à leurs interactions passées, à leurs habitudes de navigation ou à leurs préférences supposées (Beer, 2017). Chaque utilisateur évolue donc dans un environnement informationnel partiellement différent, rendant les mécanismes de visibilité particulièrement instables et difficiles à appréhender. Bucher (2016) insiste sur le caractère dynamique et relationnel de ces systèmes algorithmiques. L'auteure explique en effet que les contenus ne deviennent jamais visibles de manière automatique, mais qu'ils dépendent énormément d'opérations de tri, de classement et de recommandation, ajustées en permanence par les plateformes. Les algorithmes apparaissent alors moins comme de simples outils techniques que comme de véritables dispositifs sociotechniques qui organisent les conditions de visibilité dans les espaces numériques, favorisant les contenus capables de susciter des réactions rapides. L'engagement devient dès lors un critère central de la mise en visibilité des contenus (Beer, 2017).

2) La quantification de la visibilité

Les mécanismes de visibilité sur les plateformes numériques reposent aujourd'hui largement sur la transformation des interactions sociales en données quantifiables. Les gestes les plus ordinaires sont ainsi utilisés comme des signaux mesurables par les plateformes afin d'évaluer la performance des contenus et d'ajuster leur diffusion (Gerlitz et Helmond, 2013). Ces métriques produisent en outre des formes particulières de valorisation sociale, en contribuant à construire des hiérarchies de popularité, de pertinence et parfois même de légitimité (Beer, 2017). Ainsi, un contenu déjà très partagé ou fortement liké bénéficie souvent d'une visibilité renforcée, notamment parce qu'il est perçu comme populaire. Gillespie (2014) décrit cette logique cumulative en montrant qu'un contenu générant rapidement de l'engagement est plus susceptible d'être recommandé à de nouveaux utilisateurs. À l'inverse, les contenus peu interactifs tendent à disparaître des flux numériques, indépendamment de leur qualité informative ou de leur pertinence sociale (Gillespie, 2014).

3) L'opacité algorithmique

Même si les systèmes algorithmiques structurent fortement la visibilité sur les plateformes numériques, leur fonctionnement reste majoritairement opaque pour les utilisateurs. Les algorithmes apparaissent dans ce contexte comme des « boîtes noires » difficiles à comprendre de l'extérieur, qu'il s'agisse de leurs mécanismes de hiérarchisation ou de leurs logiques de modération de contenu. Les plateformes exercent par conséquent un pouvoir considérable sur la circulation de l'information, tout en gardant une certaine opacité autour de leurs modes de décision (Gillespie, 2018). Les utilisateurs évoluent ainsi dans un environnement numérique dans lequel ils font quotidiennement l'expérience de variations de visibilité, sans qu'ils puissent clairement les expliquer. Cette situation les place dans une forte incertitude (Bucher, 2016).

Ce sentiment d'imprévisibilité est renforcé par le caractère évolutif des systèmes de recommandation. Les plateformes numériques modifient régulièrement leurs critères de classement, leurs interfaces ou leurs mécanismes de diffusion, sans forcément communiquer précisément sur ces transformations. Les conditions de visibilité deviennent alors particulièrement mouvantes et difficilement prévisibles pour les utilisateurs des plateformes (Gillespie, 2014).

Les travaux d'Eslami et al. (2016) montrent d'ailleurs que de nombreux utilisateurs prennent réellement conscience de l'existence des algorithmes à travers des expériences d'incompréhension. En effet, c'est souvent lorsqu'un contenu semble « moins visible » que prévu ou lorsqu'une publication n'atteint pas l'audience espérée que les mécanismes algorithmiques deviennent perceptibles. Les systèmes de recommandation agissent donc comme des médiateurs relativement invisibles de l'expérience numérique quotidienne, capables d'orienter l'accès à l'information sans que leurs logiques internes soient clairement identifiables.

2.3. Gouvernamentalité algorithmique et rapports de pouvoir

1) La gouvernamentalité algorithmique

La notion de « gouvernamentalité algorithmique », développée par Rouvroy et Berns (2013), offre un cadre particulièrement pertinent pour saisir la manière dont les plateformes organisent les comportements et les interactions. La gouvernamentalité

algorithmique est définie ici comme une forme de pouvoir des algorithmes qui repose sur la collecte massive de données, leur traitement automatisé et l'anticipation statistique des comportements. Le contrôle ne s'exerce plus ici par l'interdiction directe ou la contrainte explicite, mais par l'organisation même des environnements numériques, en orientant les pratiques des utilisateurs sans nécessairement les imposer. Ce type de pouvoir est par conséquent difficile à saisir, car les utilisateurs ont souvent l'impression d'agir librement alors que leurs pratiques restent fortement orientées par les logiques de visibilité de la plateforme (Rouvroy et Berns, 2013). Cette orientation des pratiques passe notamment par l'apprentissage implicite des normes des plateformes (Nieborg et Poell, 2018). Progressivement, les utilisateurs adaptent leurs publications aux critères de visibilité de la plateforme, adoptent les formats valorisés, modulent le ton et le rythme de leur prise de parole (Bucher, 2016 ; Wang, 2025).

Cette adaptation aux normes des plateformes ne signifie pas pour autant une soumission totale. En effet, des stratégies de contournement, des formes d'appropriation créative et des pratiques de résistance traversent les pratiques des utilisateurs (Bonini et Tréré, 2024). Le pouvoir algorithmique ne correspond donc pas à une domination totale, mais plutôt à une capacité diffuse d'organisation et d'orientation des pratiques numériques.

2) Les rapports de pouvoir et les inégalités de visibilité

Les logiques algorithmiques et les dispositifs de modération ne produisent pas seulement des effets techniques sur la circulation des contenus. Ils participent également à la production d'inégalités de visibilité qui affectent différemment les groupes sociaux et certaines formes d'expression en ligne (Lou et al., 2024).

Plusieurs travaux montrent que les systèmes algorithmiques tendent à reproduire des normes sociales déjà présentes dans les données d'entraînement, les critères de classification ou les logiques économiques des plateformes. Les infrastructures numériques ne sont donc pas neutres socialement. Elles s'inscrivent dans des contextes historiques et culturels traversés par des rapports de pouvoir liés au genre, à la race ou à la sexualité, produisant des effets très concrets sur la visibilité de certains contenus (Thapa, 2025).

Dans le cas des contenus féministes ou militants, ces dynamiques prennent parfois

la forme d'une invisibilisation algorithmique. Are (2021) montre par exemple que les contenus liés aux corps féminins, à la sexualité ou à certaines expressions féministes sont davantage exposés à des restrictions de visibilité. Celles-ci ne prennent pas nécessairement la forme d'une suppression explicite de contenus, mais peut également se manifester à travers des réductions de portée, des limitations de diffusion ou des formes de « shadowban », dans lesquelles les publications restent accessibles mais circulent beaucoup moins dans les flux de recommandations, les *hashtags* ou les résultats de recherche (Are, 2021). Cette forme de modération algorithmique est particulièrement difficile à identifier pour les utilisateurs, puisque les plateformes communiquent rarement sur ces mécanismes. Les utilisatrices sont ainsi régulièrement confrontées à des variations de visibilité qu'elles peinent souvent à expliquer clairement. Cette difficulté d'interprétation alimente des formes d'incertitude, mais aussi parfois un sentiment d'injustice ou de méfiance vis-à-vis des plateformes numériques (Are, 2021 ; Gillespie, 2018).

Golunova (2025) souligne d'ailleurs que les dispositifs de modération algorithmique rencontrent fréquemment des difficultés lorsqu'il s'agit d'interpréter le contexte politique ou militant de certaines publications. Les contenus féministes posent à cet égard un problème spécifique. En effet, un discours qui réapproprie un terme insultant, qui utilise l'ironie pour dénoncer une domination, ou qui décrit des violences pour mieux les nommer, peut très facilement être mal lu par un système automatisé. La décision de modération qui en résulte est par ailleurs particulièrement difficile à contester pour les utilisatrices, car les procédures de contestation sont rarement transparentes et sont souvent limitées (Golunova, 2025).

Lou et al. (2024) pointent également une autre facette de ce déséquilibre. Les auteurs expliquent en effet que les algorithmes ont tendance à favoriser les contenus jugés attractifs pour les annonceurs, ou ceux capables de générer rapidement de l'engagement, au détriment d'une expression plus critique, militante ou minoritaire. Ces contenus ne disparaissent pas forcément des plateformes, mais leur visibilité semble plutôt fragile, constamment remise en jeu par des logiques techniques et économiques sur lesquelles leurs créatrices n'ont que peu de prise.

Noble (2018) explique par son concept d'« oppression algorithmique » que les inégalités de visibilité que l'on observe sur les plateformes ne sont pas des accidents de parcours. De fait, les algorithmes sont écrits par des personnes, dans des contextes précis,

pour des plateformes dont le modèle économique tourne autour de la publicité et de l'engagement. Ces conditions de développement ont par conséquent des effets réels et, les biais sociaux qui traversent ces contextes de production, finissent par s'encoder dans les systèmes algorithmiques. Ainsi, ces derniers reproduisent, parfois renforcent, des inégalités raciales et de genre, antérieures au numérique. Cet apport théorique change profondément la manière d'aborder les inégalités de visibilité dans le militantisme féministe sur Instagram. Il montre que les rapports de pouvoir sont déjà inscrits dans l'architecture même des plateformes, bien avant qu'une militante ne publie quoi que ce soit.

Dans le cadre des mobilisations féministes en ligne, ces enjeux prennent une importance particulière. Les plateformes permettent effectivement la prise de parole, la circulation d'expériences et la mise en réseau de certaines formes d'engagement. Toutefois, ces possibilités restent prises dans des espaces où les conditions de visibilité dépendent largement d'infrastructures privées et de dispositifs algorithmiques dont le fonctionnement demeure difficile à saisir. Les plateformes apparaissent ainsi à la fois comme des espaces d'expression et comme des environnements traversés par des rapports de pouvoir qui structurent inégalement l'accès à la visibilité, à la reconnaissance et à l'audience.

Chapitre 3 : Imaginaires algorithmiques et pratiques d'adaptation

3.1. Imaginaires algorithmiques et folk theories

Cette opacité ne signifie pas pour autant que les utilisateurs ignorent totalement leur existence ou leur influence. C'est dans cette perspective que Bucher développe la notion d'« imaginaire algorithmique », pour désigner l'ensemble des représentations, perceptions et interprétations que les utilisateurs construisent à propos des algorithmes dans leurs usages quotidiens des plateformes. Ces imaginaires ne reposent pas sur une compréhension technique du code ou des infrastructures numériques, mais sur des expériences concrètes, ordinaires, souvent très situées, de ceux-ci. Les utilisateurs prennent en effet conscience de l'existence des algorithmes à travers leur expérience des plateformes, qui est traversée par toute une série d'« affects ordinaires », comme la frustration, l'inquiétude, ou encore le découragement, qui participent progressivement à construire une perception sensible du pouvoir algorithmique (Bucher, 2016).

Ces imaginaires algorithmiques rejoignent ce qu'Eslami et al. (2016) conceptualisent sous le terme de « folk theories ». Les auteurs utilisent cette notion pour désigner les théories informelles que les utilisateurs élaborent afin d'expliquer le fonctionnement des systèmes algorithmiques. Ces théories se construisent principalement à partir des observations des utilisateurs, qui cherchent des régularités dans le comportement des algorithmes à partir de détails concrets de leur expérience quotidienne. Bien que ces théories soient souvent techniquement inexactes, elles restent toutefois socialement importantes, car elles permettent aux individus de produire du sens face à l'opacité des plateformes (Eslami et al., 2016).

Par ailleurs, les imaginaires algorithmiques ne se construisent pas uniquement à l'échelle individuelle. Gandini et al. (2023) montrent en effet qu'ils possèdent aussi une dimension collective importante. Les utilisateurs partagent leurs expériences, échangent des hypothèses et produisent progressivement des interprétations communes du fonctionnement des plateformes. Dans les espaces militants numériques plus particulièrement, ces imaginaires circulent notamment à travers les discussions entre utilisatrices, les conseils informels ou encore les observations partagées sur les variations de visibilité des contenus. Il n'est d'ailleurs pas rare de voir émerger des sortes de « savoirs pratiques » collectifs sur ce qu'il faudrait faire, ou éviter, pour être davantage visible. Les expériences individuelles finissent alors par être généralisées et transformées en connaissances collectives sur le comportement supposé des algorithmes (Gandini et al., 2023).

De plus, ces représentations ne relèvent pas uniquement d'une logique rationnelle ou stratégique. En effet, Ridley (2024) montre que les utilisateurs développent aussi différentes représentations du rôle et du pouvoir des algorithmes eux-mêmes, notamment en ce qui concerne leur capacité d'action et de contrôle. Certains perçoivent l'algorithme comme un outil relativement malléable qui réagirait directement à leurs comportements, tandis que d'autres, à l'inverse, considèrent l'algorithme comme une force largement autonome, presque impossible à maîtriser, qui contrôlerait de manière opaque la visibilité et les interactions sur les réseaux sociaux (Ridley, 2024).

3.2. Littérature algorithmique et apprentissages pratiques

Si les utilisatrices développent des imaginaires autour du fonctionnement des

plateformes, leur rapport aux algorithmes ne se réduit pas pour autant à un ensemble de suppositions abstraites. À force d'utiliser quotidiennement les plateformes numériques, elles acquièrent aussi des savoirs très concrets, souvent empiriques, qui leur permettent d'interpréter certaines logiques de visibilité et d'ajuster leurs comportements en conséquence. Ces savoirs s'élaborent moins par apprentissage explicite que par l'accumulation d'observations situées et de tâtonnements répétés. Ces connaissances ordinaires sont généralement regroupées sous la notion de « littératie algorithmique », définie ici comme l'ensemble des compétences permettant de comprendre les effets produits par les systèmes algorithmiques dans l'environnement numérique (Le Deuff et Roumanos, 2022).

Le Deuff et Roumanos (2022) expliquent par ailleurs que cette forme de compréhension pratique des environnements algorithmiques s'inscrit dans une culture numérique ordinaire, construite progressivement au fil des usages et des interactions avec les dispositifs numériques. Les utilisatrices apprennent alors, parfois sans même formaliser ces savoirs, à reconnaître certains mécanismes susceptibles d'influencer leur visibilité, leur accès à l'information ou encore la circulation de leurs contenus. Dans ce contexte, la compréhension des algorithmes se construit alors moins à partir des discours officiels des plateformes qu'à travers une accumulation d'observations empiriques (Cotter, 2019). Les métriques d'engagement prennent dès lors une importance particulière, en devenant des repères interprétatifs à partir desquels les utilisatrices tentent de décoder les comportements supposés de l'algorithme. Une baisse soudaine de portée peut par exemple être perçue comme une forme de pénalisation, tandis qu'une augmentation rapide de l'engagement sera interprétée comme le signe qu'un contenu a été favorisé par la plateforme.

Dans ses travaux, Seaver (2017) montre que les algorithmes doivent être envisagés comme des objets sociotechniques dont la compréhension ne se construit pas uniquement de manière individuelle, mais également à travers les pratiques sociales et les interactions qui les entourent. Les savoirs algorithmiques circulent donc largement entre utilisateurs, à travers des discussions informelles, des échanges de conseils ou des observations collectives sur les « bonnes pratiques » à adopter en ligne. Meng et al. (2025) montrent également que ces formes de négociation algorithmique reposent largement sur des apprentissages collectifs et affectifs, construits au sein même des communautés

numériques.

3.3. Invisibilisation, autocensure et résistance algorithmique

Les pratiques militantes sur les plateformes numériques évoluent dans un environnement où la visibilité reste particulièrement fragile et difficile à anticiper. Les systèmes algorithmiques qui organisent la circulation des contenus sélectionnent, hiérarchisent et filtrent en permanence les publications selon des critères que les utilisateurs connaissent finalement assez peu (Gillespie, 2018). Dans ce contexte, beaucoup d'utilisatrices ont parfois l'impression que certaines publications « disparaissent » progressivement, sans explication claire, ces dernières semblant atteindre un public plus restreint (Are, 2021).

Are (2021) mobilise ainsi la notion de « shadowban » pour parler des contenus qui restent accessibles, en théorie, mais dont la circulation paraît fortement réduite à l'intérieur de la plateforme. Due à l'opacité des systèmes algorithmiques, les utilisatrices se retrouvent alors dans une situation où elles ne savent pas toujours si une baisse de visibilité est liée à une évolution de l'algorithme, à une sanction implicite ou simplement à un désintérêt du public. Cette ambiguïté entretient alors une forme d'incertitude permanente autour des conditions de visibilité des contenus militants, entraînant une vigilance épuisante et une surveillance constante des métriques, parfois décrite par certaines militantes comme une forme de fatigue vis-à-vis des plateformes (Are, 2021).

Face à cela, les utilisatrices développent progressivement des formes d'adaptation concrètes dans leurs usages numériques. Beaucoup ajustent leurs publications afin de limiter les risques de déclassement algorithmique. Zhang (2025) souligne notamment que les groupes marginalisés ont davantage tendance à modifier leurs pratiques discursives lorsqu'ils perçoivent les plateformes comme des espaces de visibilité contraints. Dans les faits, cela peut passer par l'évitement de certains mots-clés jugés sensibles, par des reformulations ou encore par le choix de registres d'expression considérés comme plus « acceptables » par les logiques implicites des plateformes.

Ces ajustements peuvent parfois aller jusqu'à des formes d'autocensure stratégique. Chang (2025), à partir du cas des militantes féministes chinoises, montre que certaines utilisatrices modifient délibérément leur façon de s'exprimer pour éviter d'être repérées par les systèmes de modération et de recommandation. Cette autocensure n'est

pourtant pas nécessairement un recul politique. Elle peut en effet être considérée comme une façon de continuer à tenir ses positions, tout en changeant la manière de les formuler. D'une certaine manière, il ne s'agit pas tant de se taire que d'apprendre à parler dans une langue que la plateforme ne sanctionne pas.

Ces pratiques ne se limitent d'ailleurs pas à la simple réduction de la parole. Certaines utilisatrices vont plus loin en développant des tactiques pensées pour rendre leurs contenus moins identifiables comme politiques aux yeux des systèmes de recommandation. Meng et ses collègues (2025) évoquent par exemple des pratiques de « camouflage algorithmique », où des contenus militants sont associés à des hashtags plus ordinaires ou intégrés dans des formats visuels moins immédiatement identifiables comme politiques. D'autres stratégies reposent sur l'utilisation d'emojis, de formulations détournées, de métaphores ou encore de références culturelles implicites permettant d'évoquer certains sujets sans employer directement les termes susceptibles d'être pénalisés par les plateformes (Chang, 2025).

Ces pratiques ont été conceptualisées par Steen et al. (2023) sous le terme d'algospeak. Les auteurs décrivent une forme de langage en ligne, qui consiste à contourner les systèmes algorithmiques en abrégant, déformant ou remplaçant certains mots. Ces techniques de camouflage algorithmique sont toutefois assez mouvantes. De fait, dès qu'un terme d'algospeak devient trop reconnu, les plateformes finissent par l'identifier et le sanctionner également, obligeant les communautés à en inventer de nouveaux. Steen et al. (2023) soulignent par ailleurs que l'algospeak est surtout utilisé par les communautés LGBTQIA+, les personnes racisées et les créatrices traitant du féminisme. Ainsi, il apparaît plus comme une négociation qu'une solution, qui dit quelque chose sur qui, exactement, se retrouve contraint.

Ces différentes tactiques rejoignent ce que Bonini et Tréré (2024) regroupent sous le terme de « résistance algorithmique ». Les auteurs montrent que les utilisateurs ne subissent pas passivement les contraintes des plateformes. Au contraire, ils bricolent, contournent et réinterprètent afin de composer avec les mécanismes algorithmiques. Toutefois, cette résistance ne défie pas ouvertement les règles du système et reste généralement discrète et peu visible. Elle ne prend pas la forme d'une opposition frontale aux plateformes, mais s'inscrit davantage dans des ajustements quotidiens, des détournements techniques ou des usages stratégiques des fonctionnalités disponibles.

Cette logique de contournement peut également être rapprochée des travaux de Michel de Certeau (2011) sur les « tactiques » ordinaires développées par les individus au sein des systèmes de pouvoir. Contrairement aux « stratégies », qui supposent la maîtrise d'un espace propre et relativement stable, les tactiques désignent des pratiques plus discrètes, fragmentées et situées, élaborées à l'intérieur même des dispositifs dominants. De Certeau (2011) décrit ainsi différentes formes de « bricolage », par lesquelles les individus parviennent à se réapproprier partiellement des espaces qu'ils ne maîtrisent pourtant pas entièrement

Cette lecture semble particulièrement pertinente dans le cadre des usages militants des plateformes numériques. Les participantes ne disposent d'aucun contrôle réel sur les infrastructures algorithmiques de la plateforme, mais développent, malgré tout une série de micro-pratiques destinées à composer avec les contraintes de visibilité. Ces dernières ne reversent donc pas les logiques de la plateforme, mais permettent parfois de rendre l'environnement numérique un peu plus « exploitable ». La résistance algorithmique apparaît alors comme une série d'ajustements situés, souvent ordinaires, qui permettent de « faire avec » (De Certeau, 2011) les contraintes sociotechniques imposées par les plateformes. Elmimouni et al. (2025) rappellent, par ailleurs, que les réactions des utilisateurs face aux contraintes algorithmiques relèvent davantage d'un continuum d'adaptations que d'une véritable remise en cause des plateformes. Ainsi, ces stratégies traduisent surtout une tentative de préserver des espaces d'expression et de visibilité dans un environnement numérique perçu comme profondément asymétrique.

Chapitre 4 : Problématique et question de recherche

Si Instagram s'est progressivement imposée comme un espace important de circulation des discours féministes militants, la visibilité des contenus sur cette plateforme dépend largement de ses algorithmes de recommandation, ses métriques d'engagement et des logiques de l'économie de l'attention. Les contenus n'y circulent plus selon une logique purement chronologique, mais selon des systèmes de hiérarchisation qui privilégient les publications considérées comme les plus susceptibles de retenir l'attention des utilisateurs (Beer, 2017 ; Gillespie, 2014). Les likes, les commentaires, les partages ou encore les sauvegardes deviennent ainsi des indicateurs centraux de visibilité, voire de légitimité, au sein des espaces numériques (Gerlitz & Helmond, 2013). Ce phénomène s'inscrit dans des dynamiques plus larges de platformisation du web social, c'est-à-dire

l'extension des logiques des plateformes à différents domaines de la vie sociale (Poell et al., 2019). Les mobilisations féministes se déploient ainsi dans des environnements où la visibilité constitue une ressource essentielle, mais inégalement distribuée par les systèmes algorithmiques.

Cette inégalité est d'autant plus difficile à appréhender que le fonctionnement des algorithmes reste largement opaque. En effet, les plateformes communiquent peu sur le fonctionnement réel de leurs algorithmes, sur les critères exacts de recommandation ou encore sur les mécanismes de modération qui influencent la visibilité des contenus (Gillespie, 2018). Les utilisatrices évoluent par conséquent dans des espaces numériques traversés par une forme d'incertitude permanente. Elles observent des variations de portée, des différences d'engagement ou d'autres formes d'invisibilisation, sans pouvoir réellement identifier ce qui produit ces effets (Bucher, 2016).

Dans ce contexte, les utilisatrices sont confrontées à une réelle problématique. Alors même que la plateforme occupe une place centrale dans la circulation des discours féministes militants, les mécanismes qui régissent leur circulation restent largement opaques, rendant difficile l'identification de pratiques susceptibles de favoriser ou, au contraire, de freiner la portée de leurs discours.

Pour aborder cette problématique, ce mémoire se propose d'étudier l'articulation entre ces perceptions et les pratiques militantes concrètes. Il ne s'agit pas d'étudier techniquement Instagram, mais de comprendre comment les utilisatrices se représentent la plateforme, comment elles en interprètent les règles implicites, et ce que ces représentations leur font faire, ou éviter de faire.

Ce travail s'articule ainsi autour de la question suivante : « *Comment les utilisatrices engagées dans la circulation de contenus militants féministes composent-elles avec les logiques algorithmiques d'Instagram ?* ». Plus précisément, il s'agira de saisir, dans un premier temps, les représentations que les utilisatrices développent du fonctionnement algorithmique d'Instagram, notamment en ce qui concerne les logiques de visibilité et de circulation des discours féministes militants. Dans un second temps, nous nous intéresserons aux stratégies et aux formes d'adaptation qu'elles développent, consciemment ou non, face aux contraintes perçues.

Malgré l'abondance des recherches sur les plateformes numériques, les

algorithmes, les usages numériques et le militantisme féministe contemporain, peu de travaux se sont intéressés à la manière dont les utilisatrices engagées dans la circulation de contenus féministes perçoivent concrètement ces logiques algorithmiques et ajustent leurs pratiques quotidiennes en fonction de ces représentations. L'intérêt scientifique de cette recherche réside précisément dans sa volonté d'articuler plusieurs champs souvent étudiés séparément. Plutôt que de se concentrer uniquement sur les dimensions techniques des plateformes, ce travail cherche à déplacer le regard vers les expériences vécues des utilisatrices engagées, en s'intéressant, plus particulièrement, aux pratiques concrètes qu'elles développent pour composer avec les contraintes algorithmiques. Ce mémoire cherche ainsi à contribuer à une compréhension plus fine des conditions de participation politique contemporaines en ligne.

Sur le plan social, cette recherche présente également une certaine pertinence, dans la mesure où les plateformes occupent aujourd'hui une place centrale dans la circulation des discours politiques et militants. Comprendre comment les utilisatrices perçoivent cette opacité algorithmique, et la manière dont elles tentent d'y répondre au quotidien, semble important pour analyser les nouvelles formes d'engagement politique, mais aussi, les inégalités structurelles qui traversent ces espaces numériques.

PARTIE II : DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE ET CONSTRUCTION DU TERRAIN

Cette partie a pour objectif de présenter la démarche méthodologique adoptée dans ce mémoire ainsi que les différents choix ayant structuré l'enquête. Elle revient notamment sur la construction du terrain, la constitution du corpus, les outils de collecte de données mobilisés et les méthodes d'analyse utilisées pour comprendre les pratiques et les perceptions des participantes. Elle permettra également de préciser le positionnement réflexif de cette recherche.

Chapitre 5 : Positionnement méthodologique et dispositif méthodologique

5.1. Approche qualitative et compréhensive

Cette recherche adopte une approche qualitative et compréhensive (Paillé et Mucchielli, 2012), centrée sur les pratiques, les perceptions et les expériences vécues d'utilisatrices impliquées dans la circulation de contenus féministes sur Instagram. L'objectif ici n'est pas de mesurer ni de généraliser, mais de comprendre de l'intérieur le sens que les utilisatrices donnent à ce qu'elles voient, ce qu'elles font et ce qu'elles perçoivent des logiques qui structurent leur environnement numérique.

Ce choix repose sur l'idée que ce que les utilisateurs font sur les plateformes numériques n'est pas réductible à des comportements observables de l'extérieur. En effet, ces pratiques sont traversées par des affects, des représentations et des rapports sociaux, qui rendent nécessaire une analyse plus attentive au sens que les personnes donnent elles-mêmes. Les usages numériques sont étudiés ici comme des pratiques situées, inscrites dans des contextes sociaux précis et porteuses de significations, qui ne peuvent être véritablement saisies que « de l'intérieur ». Dans cette perspective, ce mémoire s'inscrit dans une démarche compréhensive, telle qu'elle est développée par Paillé et Mucchielli (2012), pour lesquels l'analyse qualitative vise à comprendre le sens que les individus attribuent à leurs expériences vécues plutôt qu'à en dégager des lois générales.

Cette démarche implique également de considérer les participantes comme des actrices interprétatives, capables de produire un savoir sur leurs propres usages. Cette posture rejoint notamment l'approche développée par Kaufmann (2016), qui envisage

l'entretien comme un espace d'accès aux logiques pratiques des individus, à leurs hésitations, à leurs contradictions ainsi qu'à leurs rationalisations ordinaires. Les discours recueillis n'ont donc pas été traités comme de simples opinions arbitraires, mais comme des formes de mise en récit et de mise en sens de l'expérience vécue. Ce positionnement méthodologique apparaissait particulièrement pertinent dans le cadre de ce mémoire, dans la mesure où les perceptions des algorithmes reposent largement sur des expériences subjectives, fragmentées et parfois incertaines.

5.2. Épistémologie féministe et réflexivité

Cette recherche s'inscrit également dans une épistémologie féministe, qui remet en question l'idée d'une neutralité scientifique totalement objective en affirmant que toute production de connaissance est nécessairement construite depuis une position sociale, historique et politique particulière. Selon cette perspective, produire du savoir implique donc de reconnaître sa position de chercheuse et de la rendre visible, plutôt que de tenter de l'effacer (Haraway, 1988). La subjectivité n'est pas considérée ici comme un simple biais qu'il faudrait camoufler, mais comme une dimension à reconnaître et à interroger de manière réflexive, afin de garantir davantage d'honnêteté scientifique.

Dans le cadre de ce mémoire, cette posture réflexive s'est imposée progressivement tout au long de la recherche. En tant que femme, utilisatrice régulière des plateformes numériques et familière des espaces féministes en ligne, une certaine proximité avec le terrain s'est progressivement installée au cours de l'enquête. Cette position a parfois facilité les échanges durant les entretiens, plusieurs participantes mobilisant spontanément des références, des pratiques ou des expériences qui m'étaient déjà relativement familières. Cette proximité contribuait ainsi à rendre certaines discussions plus fluides et plus directes. Elle nécessitait toutefois une vigilance méthodologique particulière. Le fait de partager certains codes ou certaines expériences avec les enquêtées pouvait parfois rendre plus floue la distance analytique nécessaire au travail de recherche. Il était donc important de rester attentive afin d'éviter de projeter certaines interprétations personnelles sur les discours recueillis.

Cette attention réflexive a notamment influencé la manière dont les entretiens ont été construits, puis, conduits. Dès les premiers échanges, il est apparu important de ne pas imposer certaines catégories aux participantes, en évitant, par exemple, d'employer des

termes comme celui de « censure », déjà fortement chargé politiquement et théoriquement. Les questions ont donc été formulées volontairement de manière assez ouverte pour laisser émerger les catégories directement depuis les expériences racontées par les enquêtées. Les notions théoriques présentes dans le cadre théorique ont ainsi été progressivement ajustées au fil du terrain dans le but de laisser davantage de place aux hésitations, aux nuances ou aux formes d'incertitude présentes dans les discours.

Cette posture épistémologique est par ailleurs indissociable d'une lecture critique du numérique comme espace de pouvoir. Les plateformes numériques sont considérées ici comme des espaces traversés par des logiques algorithmiques qui déterminent la visibilité des contenus et peuvent reproduire ou amplifier des biais sociaux déjà existants (Gillespie, 2018 ; Noble, 2018). Dans ce contexte, analyser les pratiques des utilisatrices engagées dans la circulation de contenus féministes militants implique de rendre visibles les contraintes structurelles des plateformes ainsi que leurs marges de manœuvre.

Chapitre 6 : Construction du terrain et constitution du corpus

6.1. Questionnaire exploratoire

Afin de construire progressivement le terrain de recherche et de mieux contextualiser les pratiques étudiées, un questionnaire exploratoire (annexe 1) a été diffusé en ligne entre le 21 février 2026 et le 16 mai 2026. Il a principalement été partagé dans les commentaires de comptes Instagram publiant des contenus féministes militants, éducatifs ou, plus largement, engagés. Ce mode de diffusion avait pour objectif d'atteindre des utilisatrices déjà familières de ces espaces numériques et susceptibles d'interagir régulièrement avec ce type de contenus sur Instagram. Au total, 74 réponses ont été recueillies.

Ce questionnaire a été réalisé avant tout dans un but exploratoire, afin de saisir certaines tendances générales liées aux usages militants de la plateforme, aux perceptions du fonctionnement algorithmique ainsi qu'aux différentes manières de faire circuler les contenus féministes sur Instagram. Cette première phase a ainsi constitué une forme de cartographie progressive du terrain. Elle a permis d'orienter progressivement la construction de la grille d'entretien et d'identifier plusieurs thématiques qui revenaient de manière récurrente au fil des échanges. Il a également joué un rôle concret dans le

recrutement des participantes aux entretiens semi-directifs réalisés par la suite.

Le questionnaire comportait des questions portant sur les usages de la plateforme, les types d'interactions réalisées avec les publications féministes ou encore les perceptions du fonctionnement d'Instagram et des logiques de visibilité. Plusieurs questions ouvertes permettaient également aux répondantes de développer plus librement leurs expériences et leurs représentations des algorithmes.

6.2. Entretiens semi-directifs

La partie centrale du dispositif méthodologique repose sur la réalisation de douze entretiens semi-directifs menés auprès d'utilisatrices engagées, à différents degrés, dans la circulation de contenus féministes militants sur Instagram. Ce choix méthodologique s'est rapidement imposé au regard des objectifs de la recherche, notamment parce qu'il permettait d'accéder à des expériences situées et aux interprétations que les utilisatrices construisent elles-mêmes à propos des logiques algorithmiques de la plateforme. L'entretien semi-directif apparaissait particulièrement pertinent dans ce cadre, dans la mesure où il offre un équilibre entre une structure thématique préalable et une certaine souplesse dans le déroulement des échanges.

L'entretien est envisagé ici comme un espace de co-construction de sens, dans lequel la parole des participantes constitue le point de départ de l'analyse. L'objectif ici était donc de laisser émerger les significations à partir du vécu des enquêtées, sans plaquer un cadre théorique préétabli sur les données. Cette démarche inductive cherchait avant tout à partir des expériences vécues plutôt qu'à vérifier des hypothèses formulées en amont, afin de produire une analyse plus située et plus proche de la réalité des participantes (Kaufmann, 2016). L'objectif était moins de confirmer un cadre théorique déjà fixé, que de laisser émerger, au fil des échanges, les logiques, tensions et perceptions, qui structurent leurs usages des plateformes.

Une grille d'entretien (annexe 2) avait néanmoins été construite à partir du cadre théorique et des premières tendances observées dans les réponses au questionnaire. Elle s'organisait autour de plusieurs grands axes thématiques, tels que les usages d'Instagram, les formes d'engagement féministe, les perceptions du fonctionnement de la plateforme, les expériences de visibilité ou d'invisibilisation, ainsi que les pratiques d'adaptation développées par les participantes. La grille n'a toutefois pas été appliquée de manière

totallement rigide afin de laisser aux enquêtées la possibilité de développer librement leur expérience et leurs usages.

Par ailleurs, les profils des participantes étaient assez différents les uns des autres. Certaines créaient régulièrement du contenu féministe, tandis que d'autres ne publiaient rien mais partageaient, commentaient, relayaient. Dans ce mémoire, « être engagée dans la circulation de contenus féministes » recouvre donc la production et la diffusion de contenus féministes militants, mais aussi l'interaction régulière avec ces contenus. Cette définition délibérément large avait pour objectif de ne pas réduire l'engagement à ses formes les plus visibles.

6.3. Critères de sélection et logique d'échantillonnage

Le corpus a été constitué selon une logique d'échantillonnage raisonné (Patton, 2002), qui ne cherche pas la représentativité au sens statistique, mais la sélection intentionnelle de cas susceptibles d'être riches en informations au regard de l'objet étudié.

Le recrutement s'est fait principalement via le questionnaire exploratoire et par contact direct avec certaines utilisatrices engagées. Les critères de sélection reposaient moins sur des caractéristiques sociodémographiques précises, que sur le rapport entretenu avec les contenus féministes militants. Toutefois, nous avons choisi de limiter l'échantillon aux femmes afin d'homogénéiser le terrain d'enquête. Ce choix méthodologique nous a ainsi permis de nous concentrer sur un groupe partageant une expérience sociale relativement comparable.

Notre objectif était, avant tout, de sélectionner des participantes impliquées, à des degrés différents, dans la circulation de ces contenus. Ainsi, la qualité de notre corpus dépendait donc moins de sa représentativité statistique que de sa capacité à rendre compte d'expériences significatives au regard de l'objet étudié.

Un corpus de douze participantes nous a, par conséquent, permis d'accéder à une diversité de profils et de trajectoires, tout en conservant un niveau d'analyse approfondie des discours et des pratiques évoquées lors des entretiens.

Chapitre 7 : Collecte et traitement de données

7.1. Données quantitatives

Le questionnaire exploratoire a été administré en ligne via Google Forms, puis exporté sous Excel afin de faciliter l'organisation des réponses et l'identification de certaines tendances générales. Le fichier comprenait initialement 74 répondantes et 45 variables correspondantes aux différentes questions du questionnaire.

Dans un premier temps, nous avons vérifié la conformité des réponses avec les critères d'inclusion définis en amont de la recherche, à savoir s'identifier comme femme et consommer régulièrement des contenus féministes militants sur la plateforme. Un filtrage a ainsi été appliqué à la question « Consultez-vous des contenus féministes à visée militante ou éducative sur Instagram ? » afin de ne retenir que les réponses « oui, assez régulièrement » et « oui, très régulièrement ». L'application de ces critères a conduit à l'exclusion de 29 répondantes ayant indiqué une consommation occasionnelle (23), rare (4) ou inexistante (2) de contenus féministes à visée militante ou éducative sur Instagram. Ce resserrement des critères visait à garantir que les perceptions algorithmiques et les pratiques d'engagement observées s'appuyaient sur une exposition suffisamment fréquente aux contenus étudiés.

7.2. Données qualitatives

L'ensemble des entretiens a fait l'objet de retranscriptions manuelles (annexes 3 à 13) réalisées par la chercheuse. Ce choix répondait à une volonté de se familiariser avec les données, en portant une attention particulière aux formulations utilisées, aux hésitations, aux reformulations ou encore à certains éléments récurrents dans les discours. Les formulations des enquêtées ont été préservées autant que possible, afin de respecter la manière dont elles exprimaient leurs expériences et construisaient leurs interprétations. Les retranscriptions ont ensuite été anonymisées par un processus de pseudonymisation et par la suppression d'éléments permettant une identification directe des participantes. Les retranscriptions des entretiens ont été réalisées sur Word et ces derniers ont été codés sur le logiciel LibreQDA pour faciliter l'analyse transversale.

Chapitre 8 : Méthode d'analyse des données

8.1. Calcul de fréquence et de pourcentages

L'analyse des données quantitatives repose sur une approche descriptive fondée sur le calcul de fréquences et de pourcentages. Afin de faciliter l'interprétation des échelles de Likert, les modalités 4 et 5 ont été regroupées afin de traduire une forte adhésion, tandis que les modalités 1 et 2 ont été associées à un désaccord. Ce choix analytique visait à dégager des tendances générales au sein de l'échantillon, sans prétendre à une quelconque représentativité statistique. Les variables ont ensuite été regroupées en trois catégories analytiques construites à partir de la structure du questionnaire et des objectifs de la recherche : variables descriptives (profil des répondantes), variables relatives aux représentations de l'algorithme, et variables portant sur les pratiques d'engagement.

8.2. Analyse thématique et codage mixte

L'analyse des données qualitatives repose principalement sur une analyse thématique des entretiens, avec l'objectif d'identifier des régularités dans les discours recueillis, mais aussi des tensions, des hésitations et parfois des contradictions plus discrètes. Les entretiens ont ensuite été analysés à partir d'un codage mixte combinant une approche inductive et une approche plus déductive. Dans un premier temps, les notions de folk theories, de littératie algorithmique, de plateforme ou encore de résistance algorithmique, issues du cadre théorique, ont servi de premiers points d'entrée dans l'analyse des données. Au fil de l'analyse des entretiens, d'autres dimensions sont progressivement apparues dans les discours et ont été ajoutées à la grille de codage. C'est ce va-et-vient entre le terrain et la théorie qui a guidé la construction des axes d'analyse.

1) Construction de la grille de codage

Le travail de codage s'est appuyé sur une grille de codage (annexe 14) articulée autour de plusieurs niveaux d'analyse. Le premier niveau correspondait au verbatim lui-même, c'est-à-dire aux extraits retranscrits des entretiens. Le deuxième niveau concernait les indicateurs, utilisés pour repérer plus concrètement les pratiques, perceptions ou expériences évoquées dans les discours. Enfin, un troisième niveau regroupait les axes davantage liés aux enjeux théoriques de la recherche. Il s'agissait de sept grands axes : les usages d'Instagram et le rapport à la plateforme, les formes d'engagement féministe, la

circulation et la visibilité des contenus, les perceptions et imaginaires algorithmiques, les ajustements et tactiques développés par les utilisatrices, les contraintes et tensions ressenties, ainsi que les formes de résistance ou de négociation observées dans les pratiques.

Les entretiens ont été analysés individuellement afin d'identifier les thèmes récurrents, les expériences plus spécifiques, les contradictions internes aux récits ainsi que certains éléments particulièrement significatifs pour la recherche. Ce travail a aussi permis de garder une trace des nuances propres à chaque participante, ce qui était important pour éviter une lecture trop homogénéisante des discours

2) *Analyse transversale des entretiens*

L'analyse ne s'est pas limitée à une lecture isolée de chaque entretien. Les fiches analytiques ont ensuite servi de base à un travail transversal de regroupement des données, afin d'identifier des régularités dans les discours, tout en maintenant une attention aux différences entre les profils rencontrés.

Cette analyse cherchait donc à articuler les récits individuels à des dynamiques plus larges, sans pour autant effacer la dimension située des expériences recueillies. Les résultats présentés dans ce mémoire reposent ainsi sur un travail d'interprétation visant à comprendre comment certaines logiques se construisent concrètement à travers les expériences vécues des participantes.

Les discours recueillis ne sont ainsi pas envisagés comme de simples « données brutes », mais comme des constructions situées, traversées par des contextes d'usage, des représentations sociales et des expériences personnelles. L'attention portée aux formulations, aux manières de raconter les pratiques numériques ou aux choix lexicaux employés par les participantes s'inscrit directement dans la posture épistémologique adoptée dans cette recherche.

Chapitre 9 : Considérations éthiques

Cette recherche s'inscrit dans une démarche attentive aux enjeux éthiques propres aux méthodologies qualitatives, notamment lorsqu'elles concernent des pratiques militantes et des représentations situées. Dans ce cadre, plusieurs précautions ont été prises dans le but de garantir l'éthique de la recherche.

Tout d'abord, la participation à cette étude reposait sur un consentement libre et éclairé. Préalablement à la collecte de données, ce projet de recherche a reçu un avis favorable du Comité d'éthique de la recherche Lettres et sciences humaines (CER-LSH). Les répondantes au questionnaire ainsi que les participantes aux entretiens ont ensuite été informées des objectifs de la recherche, des modalités de collecte des données et de l'usage qui en serait fait. Elles ont également été informées de leur droit de se retirer de la recherche à tout moment, sans justification. Une attention particulière a également été portée à l'anonymat des participantes. Les données collectées ont été anonymisées, notamment en attribuant des prénoms fictifs aux participantes et en supprimant toute information permettant une identification. Par ailleurs, dans la continuité de l'épistémologie féministe adoptée, les rapports de pouvoir entre la chercheuse et les participantes ont fait l'objet d'une attention spécifique. Nous pensons que le partage de certaines caractéristiques entre la chercheuse et les enquêtées, notamment la tranche d'âge, l'identité de genre, les usages des plateformes numériques et la sensibilité aux enjeux féministes, a pu favoriser un climat de confiance et faciliter la prise de parole. Il a également été nécessaire de porter une réflexion sur cette proximité pour ne pas projeter les expériences de la chercheuse sur celles des participantes.

PARTIE III : PERCEPTIONS ALGORITHMIQUES ET PRATIQUES MILITANTES

Dans cette partie, nous nous intéresserons à la manière dont les participantes perçoivent les logiques algorithmiques des plateformes numériques ainsi qu'à la façon dont ces représentations influencent leurs pratiques ordinaires de circulation de contenus féministes. Les perceptions des algorithmes et les ajustements qu'elles produisent apparaissent ici étroitement liés et ne peuvent finalement être pensés séparément dans le cadre de cette recherche. En effet, les représentations que les participantes construisent de l'algorithme produisent directement des effets sur leurs représentations et leurs pratiques, en retour, nourrissent et réajustent constamment leurs représentations. Cette partie est par conséquent organisée autour de la tension entre les contraintes algorithmiques perçues et la capacité d'action des utilisatrices, qui ne sont ni totalement soumises aux logiques des plateformes, ni totalement libres de militer sans contrainte algorithmique.

Chapitre 10 : Comprendre et interpréter les logiques algorithmiques

10.1. Comprendre sans savoir : imaginaires algorithmiques et savoirs pratiques

L'un des premiers résultats qui ressort à la lecture des entretiens est le décalage entre la conviction que l'algorithme joue un rôle déterminant dans la visibilité du contenu et la difficulté à en décrire concrètement le fonctionnement. Toutes les participantes, ou presque, partagent la certitude que l'algorithme structure ce qu'elles voient, oriente les contenus qui circulent et influence, d'une manière ou d'une autre, la visibilité des discours féministes. Cette conviction est d'ailleurs cohérente avec les résultats du questionnaire exploratoire, où 84.4% des répondantes considèrent que l'algorithme décide de la visibilité des contenus et où 95.6% déclarent ne pas lui faire confiance pour diffuser équitablement les contenus.

Pourtant, bien que la conviction soit forte, le savoir réel est partiel. Les participantes mobilisent des registres très différents pour décrire ce qu'elles pensent comprendre du fonctionnement de l'algorithme. Certaines évoquent le rôle du temps de visionnage, tandis que d'autres mentionnent les likes, les sauvegardes, les hashtags ou les heures de publication. Hannah explique par exemple qu'elle pense que l'algorithme « *prend plusieurs choses en compte* », notamment « *ce que les gens aiment voir* », le « *temps*

de visionnage », la taille de la communauté ou encore les recherches dans la barre de recherche. Agatha adopte elle aussi une posture assez similaire :

*« [...] ils sont déjà très opaques et on n'a pas toutes les informations sur les algorithmes [...] j'ai une compréhension minimale, on va dire »
(Agatha)*

Ce qui ressort finalement de l'ensemble des entretiens est donc moins un savoir technique qu'un ensemble de représentations pratiques, construites progressivement à partir de l'observation des effets de la plateforme sur les contenus. Lili résume assez bien cette posture lorsqu'elle explique que l'algorithme est « *un peu bête et méchant* » et qu'il suffit de « *parler de l'actualité et poster régulièrement* » pour qu'il « *fonctionne* ». Cette formulation condensée traduit en fait une compréhension pratique des logiques de production que la plateforme valorise, sans prétendre à une exactitude technique.

Les participantes ont donc développé des théories informelles sur le fonctionnement de l'algorithme, correspondant exactement à ce que Bucher (2016) désigne comme des « imaginaires algorithmiques » et Eslami et al. (2016) comme des « folk theories », c'est-à-dire des représentations bricolées, situées et constamment réajustées, qui ne prétendent pas à l'exactitude technique, mais qui produisent néanmoins des effets concrets sur les pratiques. Ces théories apparaissent dans ces contextes incertains comme des ressources cognitives et pratiques, qui permettent aux utilisatrices d'agir dans un environnement numérique largement opaque. Plusieurs enquêtes mobilisent d'ailleurs spontanément les termes d'hypothèses, de test ou de logique pour qualifier leurs propres représentations :

*« [...] après, ça reste hypothétique, donc je sais pas si ça fonctionne [...] »
(Nina)*

« [...] j'essayais vraiment de voir ce qui marchait, tester les limites, voir quelles vidéos allaient passer [...] » (Hannah)

« [...] c'est ma logique, je sais pas si ça fonctionne vraiment, mais j'ai l'impression. » (Ines)

Cette dimension expérimentale est particulièrement intéressante analytiquement, car elle montre que les participantes ne subissent pas passivement l'algorithme. Au contraire, ces dernières l'observent, le testent, l'interprètent, et ajustent leurs comportements en conséquence. Ainsi, elles réalisent une activité interprétative permanente, qui est, en elle-même, une forme d'agentivité, même lorsqu'elle repose sur des représentations incertaines ou partiellement erronées. C'est d'ailleurs précisément parce qu'elles ne comprennent pas entièrement le système qu'elles développent des tactiques d'exploration et d'adaptation.

Il est également intéressant de noter que cette tension entre conviction et incertitude n'est pas vécue de la même manière par toutes les participantes. Celles qui ont une expérience de création de contenu, comme Hannah, Lili, Lamy ou Agatha, ont en effet développé des représentations plus conscientes et plus formalisées, davantage orientées vers les métriques et les formats. D'autres enquêtées, comme Inès, Alex ou Claire, restent quant à elles dans une posture plus intuitive, agissant en fonction de ce qui leur semble juste sans chercher à théoriser davantage.

10.2. Opacité algorithmique au quotidien

L'opacité algorithmique est vécue par les enquêtées comme une expérience quotidienne et structurante de leur rapport à la plateforme. Les participantes décrivent régulièrement des situations dans lesquelles le comportement de la plateforme leur semble inexplicable ou imprévisible, comme des contenus qui disparaissent sans raison, des comptes qui ne s'affichent plus ou des fluctuations de visibilité perçues comme soudaines et injustifiées. Cette imprévisibilité est ainsi constitutive du cadre numérique dans lequel s'inscrivent toutes leurs pratiques de militantisme.

Alex illustre assez bien cette expérience de l'opacité en évoquant « *des publications de médias très visibles et complètement opposés à ses convictions* » qui apparaissent dans son feed, « *[...] alors qu'en principe [elle] est censée voir ce qu'[elle] est susceptible de consommer* ». Elle en conclut que l'algorithme « *met certainement certains comptes plus en avant indépendamment de ce qu'[elle] fait vraiment* ». Ce sentiment de manque de contrôle revient régulièrement dans les entretiens, d'autant plus que l'algorithme et ses critères sont perçus comme mouvant et instables :

« Mais en fait le truc, c'est que t'essayes toujours de faire ce qui marche, mais l'algorithme change assez régulièrement j'ai l'impression [...] des fois, en voulant jouer « pour » l'algorithme, j'ai joué « contre » sans faire exprès. » (Hannah)

« [...] c'est un espace important, mais trop instable [...] t'as l'impression d'essayer de contourner quelque chose que tu comprends jamais vraiment » (Lamy)

« [...] même si j'essaie de le contrôler, c'est lui qui me contrôle. » (Nina)

Ces trois verbatims décrivent parfaitement une même expérience de l'asymétrie fondamentale entre utilisatrices et plateforme. Les utilisatrices engagées dans la circulation de contenus féministes militants doivent ainsi négocier en permanence avec un système dont les règles changent, tout en demeurant opaques.

10.3. Apprentissages collectifs et circulation des théories informelles

Bien que les imaginaires algorithmiques se construisent en partie à travers l'expérience individuelle de la plateforme, ils ne se forment pas pour autant de manière isolée. Les entretiens montrent en effet que les participantes ne développent pas leurs représentations de l'algorithme toutes seules, mais qu'elles les construisent à travers des échanges avec d'autres utilisatrices, des conseils partagés dans les espaces militants numériques, des témoignages de créatrices de contenus, ou encore des discours qui circulent sur les plateformes elles-mêmes. Les théories informelles algorithmiques sont ainsi comprises comme des constructions sociales situées, dont la circulation collective leur confère une crédibilité qui dépasse la simple expérience individuelle.

Plusieurs participantes évoquent explicitement des savoirs transmis. Lili précise que certaines de ses tactiques de contournement, comme le fait d'éviter certains mots, lui viennent directement de *« conseils qui circulent dans les sphères militantes »*. Agatha explique comment elle a découvert la pratique du blocage en visionnant des vidéos de personnes qui décrivaient cette stratégie, avant de l'intégrer progressivement dans son propre usage. Hannah raconte avoir appris certaines techniques à la fois *« par expérience personnelle »* et en *« voyant des personnes qui conseillaient comment pousser ce type de*

contenus ». Alex formule plutôt clairement le mécanisme de crédibilisation de ces théories collectives :

« [...] je ne sais pas si c'est vraiment prouvé, mais c'est une idée qui circule beaucoup, donc j'imagine que ça doit venir de quelque part. » (Alex)

Cette phrase permet de montrer comment des hypothèses non vérifiées acquièrent une forme de crédibilité sociale simplement par la répétition et la circulation dans les réseaux de pairs.

Dans ce contexte, un phénomène particulièrement révélateur de ce processus est celui du shadowban, c'est-à-dire la croyance selon laquelle certains contenus seraient délibérément rendus moins visibles par les plateformes sans que les créatrices en soient explicitement informées. Plusieurs participantes en parlent, tout en admettant ne pas l'avoir directement vérifié :

« [...] moi je pense que c'est pas équitable. Je me souviens que des créatrices militantes avaient parlé de certains contenus politiques qui disparaissaient vite ou qui faisaient moins de vues » (Claire)

« Moi personnellement, je ne m'en rends pas toujours compte directement, mais je vois souvent des comptes féministes se plaindre qu'il y a une baisse soudaine d'engagement surtout lorsqu'elles abordent certains sujets [...] je me doute qu'il y a des choses qui se passent « derrière », auxquelles je n'ai pas accès. » (Alex)

« Je me suis jamais fait la réflexion moi-même, genre je l'ai jamais vu/observé, mais j'ai déjà vu plusieurs créatrices dire qu'elles étaient shadowban, donc je pense que ça doit exister. » (Ines)

Le shadowban constitue ainsi un cas exemplaire de folk theory algorithmique. Même si son fonctionnement réel demeure difficile à établir, ses effets sur les pratiques restent concrets. Le simple fait de croire à l'existence d'une forme de pénalisation algorithmique conduit plusieurs participantes à modifier leur manière de publier, à contourner certains mots ou à adapter leurs formulations. Ces représentations dépassent

d'ailleurs le cadre du militantisme féministe. Plusieurs enquêtées évoquent également la question palestinienne comme exemple de censure perçue sur les plateformes numériques. Lili, Alex, Claire, Marie, Chloé et Agatha évoquent spontanément la faible visibilité des contenus relatifs au conflit israélo-palestinien comme preuve de la non-neutralité politique des plateformes. Ce recours à un cas extérieur au féminisme nous a paru important dans notre travail d'analyse, car il montre que les participantes élargissent leurs représentations de l'algorithme au-delà d'une logique purement commerciale pour y inclure une dimension politique plus explicite. Certaines évoquent des pressions d'États ou de lobbys sur les plateformes, témoignant d'une perception de l'algorithme comme acteur politique indirect, sensible aux rapports de force qui traversent l'espace public.

« [...] c'est ça que j'entends par le lobbying. Si les politiciens sont en mode « nous on veut pas trop que ça passe », ils ont l'argent et les moyens de pression face à la plateforme [...] » (Claire)

« [...] j'ai l'impression que Meta ne veut pas qu'on parle de certains sujets. L'exemple qui me vient en tête là, bon c'est pas le féminisme, mais c'est par rapport aux post sur la Palestine, ou même globalement sur des sujets politiques hyper sensibles [...] » (Alex)

« [...] le fait d'être dans un pays qui ne prône pas ces idées-là. Les modalités sur les réseaux font que ton contenu sera moins visible sur un sujet qui ne correspond pas aux valeurs du pays. » (Chloé)

Les imaginaires algorithmiques produits par les participantes articulent ainsi enjeux militants, soupçons de censure et critique de la prétendue neutralité des infrastructures numériques.

Chapitre 11 : Négocier la visibilité sur les plateformes

Si le chapitre 10 a montré comment les participantes perçoivent et interprètent les logiques algorithmiques, ce chapitre s'intéresse à la manière dont elles agissent dans cet environnement perçu comme structurellement peu favorable aux contenus militants. Ces pratiques sont pensées ici comme des tactiques au sens de De Certeau (2011), c'est-à-dire

des manières de « faire avec » un système dont on ne contrôle pas les règles, en en exploitant les failles et les marges.

11.1. Performer pour être visible : normes et logiques de visibilité

L'une des tensions les plus récurrentes dans les entretiens est celle entre la volonté de faire exister des contenus militants et les normes attentionnelles imposées par les plateformes numériques. Les participantes décrivent des environnements numériques dans lesquels la visibilité n'est jamais réellement acquise. Elle doit en effet être constamment produite, performée, maintenue à travers des formes d'engagement qui répondent aux attentes implicites des algorithmes. Cette logique de performance est perçue ici comme la condition d'accès à la visibilité, et donc, à la portée politique du discours.

Cette logique touche d'abord les formats. Lamy explique que « *même des comptes très militants sont obligés de faire des reels* » parce que « *sinon ils perdent en visibilité* ». Hannah observe que les contenus humoristiques ou plus légers semblent davantage mis en avant que les publications jugées sérieuses ou politiquement sensibles, tandis qu'Agatha souligne l'importance croissante des *hooks*, ces premières secondes d'accroche qui déterminent si la vidéo sera regardée jusqu'au bout. Elle note que de plus en plus de créateurs militants les utilisent délibérément pour tromper les mécanismes de détection algorithmique :

« [...] des hooks qui n'ont rien à voir avec leurs vidéos, juste pour que l'algorithme considère la vidéo et que les gens restent un peu plus longtemps. [...] commencé sa vidéo en disant « ah mais vous avez vu le nouveau maquillage de... » justement pour tromper les utilisateurs et en même temps l'algorithme [...] » (Agatha)

La contrainte porte également sur le rythme. Lili décrit les plateformes comme fonctionnant selon des « *logiques de production* » qui exigent une présence constante et une réactivité immédiate à l'actualité :

« Il faut parler de l'actualité, poster régulièrement [...] ça respecte vraiment des logiques de production où il faut vraiment produire beaucoup. » (Lili)

Lamya évoque la même pression lorsqu'elle explique qu' « *il faut pas rester plusieurs jours sans poster ou interagir* ». Les exigences de régularité, de réactivité et de visibilité imposées par les plateformes entrent également en tension avec les temporalités d'un engagement militant qui nécessite souvent davantage de réflexion, de nuance et de temps de travail.

Ces normes concernent aussi les formes de présentation de soi. Lili explique notamment avoir observé des écarts importants de visibilité selon son apparence dans les vidéos qu'elle publiait : « [...] je considérais que ce qui importait, c'était ce que je disais. Mais pas du tout. Une femme, ce qui importe, c'est sa manière de se présenter. Si t'es maquillée, coiffée, manucurée, ça fera la différence. » À travers ce constat, l'enquêtée ne décrit pas seulement une adaptation aux logiques de la plateforme, mais souligne également une dimension profondément genrée des mécanismes de visibilité. Le corps féminin devient lui-même un support de performance algorithmique. Les normes esthétiques ne disparaissent donc pas dans les espaces numériques ; elles semblent au contraire être réactivées à travers les logiques de circulation des contenus.

Hannah approfondit ce point en racontant une expérience de restriction de visibilité directement liée à son apparence : « [...] *il y a une période où si j'avais juste un débardeur, un crop top, etc. ça m'interdisait de poster. Alors que pour le coup, on voyait des hommes avec des débardeurs [...]* ». Cette asymétrie de traitement, même si elle relève d'une perception et non d'une vérification technique, témoigne d'une expérience vécue de discrimination genrée par les mécanismes de modération des plateformes.

11.2. Féminismes plus visibles que d'autres : mise en visibilité et hiérarchisation

Si 88,9 % des répondantes au questionnaire estiment que certains contenus féministes sont moins visibles que d'autres, et 91,1 % pensent que les contenus esthétiques ou consensuels sont favorisés, les entretiens permettent de comprendre plus finement ce que recouvre cette perception de hiérarchisation. Celle-ci n'est pas seulement liée aux formats et aux logiques commerciales de la plateforme, mais elle est également conjoncturelle et historiquement située.

Une distinction revient d'ailleurs fréquemment dans les entretiens : celle entre un féminisme perçu comme « soft », « acceptable » ou « consensuel », et des formes de féminisme considérées comme plus « radicales », « intersectionnelles » ou politiquement

conflictuelles. Les contenus liés au self-love, à l'empowerment individuel ou au développement personnel sont souvent cités comme davantage compatibles avec les logiques commerciales des plateformes. Lamya estime par exemple que ces contenus sont plus facilement récupérables par les marques, tandis qu'Hannah évoque des féminismes « débutants », plus accessibles et donc plus visibles.

« Je pense que le féminisme qui reste très consensuel, qui remet pas trop les choses en questions, quand on parle pas de racisme, de classe, de la police, ça c'est acceptable, on ne dérange pas trop. » (Alice)

À l'inverse, les discours articulant rapports de genre, de race ou de classe sont généralement perçus comme moins valorisés par les algorithmes. Plusieurs d'entre elles évoquent notamment des sujets spécifiquement pénalisés, tels que les violences sexuelles, les discriminations raciales et les transidentités, ce qui confirme le questionnaire, avec 77,8 % des répondantes estimant que ces contenus sont davantage pénalisés.

Cette hiérarchisation entre les contenus féministes, eux-mêmes, se comprend en partie par les logiques commerciales qui structurent les plateformes. Plusieurs participantes identifient clairement que la visibilité algorithmique n'est pas indépendante des intérêts économiques de la plateforme et que, ce qui devient visible est ce qui vend. Hannah formule cela de manière directe en distinguant les contenus liés à des « *placements de produits* » et au lifestyle, qui seraient « *plus vendeurs pour la plateforme* », des contenus militants, que les annonceurs éviteraient. De ce point de vue, la hiérarchisation des féminismes n'est pas qu'un simple effet secondaire des algorithmes de recommandation. Elle reflète en effet une économie politique des plateformes, dans laquelle certaines formes de discours militant deviennent, « *compatibles* » avec les intérêts de la plateforme.

« [...] je pense qu'Insta cherche des annonceurs et voudra mettre en avant les contenus qui dérangent moins pour pouvoir les vendre. Et je doute que des contenus qui parlent de viol ou d'avortement soit très vendeurs, c'est pas très intéressant pour eux. » (Alice)

En outre, une grande partie des enquêtées soulignent également le rôle du profil social de la créatrice dans les dynamiques de visibilité. Ophélie rapporte le témoignage d'une créatrice qui décrit consciemment comment sa blancheur et son langage soutenu contribuent à sa visibilité, même lorsque ses positions sont relativement radicales : « *Il y a une créatrice que je suis [...] elle parlait du fait que...qu'elle est blanche, qu'elle a un langage soutenu et que tout ça, ça l'aide à être poussé.* ». Agatha décrit des créatrices « *plutôt minces, plutôt blanches, plutôt bourgeoises* » comme celles qui correspondent le mieux aux modèles de féminité valorisés par les algorithmes. Claire est la participante qui formule ce constat de la manière la plus directe :

« Les femmes noires, il faut que ce soit un drame pour qu'elle ait de la visibilité. Et encore, ça ne touche que notre communauté. Donc oui, le véhicule, la personne qui parle, sa place dans la société, joue sur sa visibilité. » (Claire)

De plus, presque toutes les participantes s'accordent à dire que le féminisme intersectionnel semble moins favorisé sur les plateformes numériques. Nina observe d'ailleurs qu'« *historiquement, c'est pas le féminisme intersectionnel qui a été mis le plus en avant, c'est le féminisme blanc bourgeois* », et que cette hiérarchie persiste et se reproduit sur les plateformes. Les entretiens donnent ainsi à voir une reproduction, dans les espaces numériques, de certaines inégalités déjà présentes dans l'espace public plus large.

« [...] le féminisme [...] qui comprend les femmes racisées et les femmes trans, surtout, va être moins poussé [...] il est moins accepté par la société at large. » (Hannah)

Cette hiérarchisation des formes de féminisme n'est toutefois pas perçue comme totalement figée. Hannah situe par exemple l'année 2020 comme une période de forte visibilité des contenus queer et féministes sur les plateformes, avant un recul progressif qu'elle associe au « climat politique actuel » et à une évolution des logiques algorithmiques. Agatha, qui remonte jusqu'à Twitter vers 2009, note que certaines militantes féministes intersectionnelles ont « *disparu* » des plateformes, « *notamment à cause des algorithmes et de la façon dont elles ont été traitées* ». Ophélie observe quant à

elle un déplacement progressif des contenus militants d'Instagram vers TikTok au cours des quatre dernières années.

Ces témoignages nous montrent que la visibilité algorithmique est historiquement située, dépendante des cycles politiques et des évolutions des politiques de modération des plateformes. Le mouvement #MeToo est régulièrement évoqué comme un moment charnière, ayant produit une reconfiguration durable des contenus circulant sur les réseaux. Il convient donc de prendre en compte cette dimension temporelle dans notre analyse de la visibilité des contenus féministes.

11.3. Construire et entretenir un feed féministe

Face à une plateforme perçue comme structurellement peu favorable aux contenus militants, de nombreuses participantes ont développé des pratiques visant à construire et maintenir un environnement informationnel cohérent avec leurs engagements politiques. La construction du feed est également décrite par plusieurs participantes comme une manière de reprendre partiellement le contrôle sur leur environnement numérique. Le fait de sélectionner certains contenus, d'en masquer d'autres ou encore « d'entraîner » l'algorithme apparaît alors comme une forme d'appropriation plus active de l'espace numérique.

Ophélie explique par exemple être « fière de [son] algorithme », qu'elle considère comme suffisamment « éduqué » pour lui proposer des contenus correspondant à ses attentes militantes. Agatha tient un discours proche lorsqu'elle explique mettre « *un point d'honneur à entraîner [son] algorithme* » pour avoir « *un maximum de contenus* » qui lui « *apportent quelque chose* ». L'utilisation des termes « éduquer », « entraîner », « former », dans ce contexte, n'est pas anodine. Elle témoigne en effet d'une conception relationnelle et active de l'algorithme, perçu non comme un système entièrement subi, mais comme un espace qu'il est possible de façonner.

Concrètement, ce travail de construction d'entretien du feed passe par trois types de pratiques. La première est l'abonnement sélectif. Nina décrit l'abonnement à des comptes militants comme un « *acte militantiste* » en tant que tel, dans la mesure où il lui permet d'influencer ses recommandations futures. Alex formule explicitement cette technique en expliquant comment elle avait essayé d'orienter son *feed* :

« J'ai déjà essayé d'orienter mon feed en faisant un tri volontaire des comptes que je suivais [...] j'ai arrêté de suivre quasiment tous les influenceurs et beaucoup d'artistes, justement pour laisser plus de place aux contenus féministes qui m'intéresse vraiment. » (Alex)

La deuxième pratique est celle de l'interaction volontaire. Lamy explique par exemple qu'elle interagit délibérément avec des publications militantes pour éviter qu'Instagram lui « *remette du contenu plus commercial ou divertissant* ». Inès, quant à elle, va directement consulter les profils des créatrices lorsque leurs publications n'apparaissent pas automatiquement dans son feed.

« Moi je sais que je m'abonne souvent, comme ça je peux aller moi-même sur leur compte voir ce qu'elles ont posté, au cas où on me le montre pas directement [...] » (Ines)

La troisième pratique est celle du rejet actif. Chloé mentionne l'usage du bouton « *pas intéressé* » pour nettoyer son feed, Lili et Agatha décrivent avoir bloqué des créateurs aux positions politiques opposées aux leurs, tandis qu'Alice évite volontairement certains contenus « *pop féministes* » pour empêcher l'algorithme d'en proposer davantage. Agatha va jusqu'à passer très vite les vidéos indésirables, pour ne pas « *aider la vidéo à avancer* » algorithmiquement. Elle décrit d'ailleurs ces pratiques de construction du *feed* comme une véritable « *bataille de l'algorithme* ».

Ce travail de construction a toutefois des limites importantes. Marie souligne que la bulle construite reste instable, les plateformes cherchant constamment à réintroduire d'autres types de contenus pour maintenir l'attention. Ophélie note également que son algorithme actuel résulte d'un travail fait « *au début* » dont elle ne se souvient plus précisément, et qu'une modification involontaire des paramètres pourrait tout remettre en cause. Elle évoque notamment le réglage Instagram permettant de choisir si l'on veut du contenu politique :

« [...] à un moment, Instagram a changé dans ses réglages, où tu pouvais choisir si tu voulais du contenu politique ou pas. Et je me souviens que moi

j'avais dit « oui, j'en veux » [...] mais j'ai l'impression en ce moment que c'est vrai que sur Instagram, j'ai moins de contenu politique » (Ophélie)

Ces limites rappellent finalement que la construction d'un feed militant est un travail permanent et fragile, constamment susceptible d'être défait par des changements de paramètres algorithmiques.

11.4. Contourner les contraintes algorithmiques

Au-delà de la construction et de l'entretien du feed, les participantes développent des tactiques plus ciblées pour contourner les contraintes perçues de visibilité. Ces tactiques se déploient à différents niveaux et reposent souvent sur l'idée que certains sujets, mots ou comportements seraient plus ou moins sanctionnés par les algorithmes. Les utilisatrices tentent ainsi, par ces tactiques, d'exploiter les marges du système algorithmique pour maintenir la visibilité de contenus que ce système tendrait à invisibiliser.

La tactique la plus utilisée par les participantes est celle de la substitution lexicale. En effet, plusieurs d'entre elles décrivent l'usage d'une orthographe alternative, d'emojis ou d'autres formulations, pour éviter la détection de certains termes par l'algorithme. Hannah explique ainsi que certaines militantes utilisent la lettre « V » pour parler du viol, tandis que Claire évoque l'utilisation des astérisques pour éviter la censure. Elle explique toutefois que ces modifications lexicales restent compréhensibles pour leur communauté : *« Tout le monde comprend, quand on met un emoji, on sait de quoi on parle. »* Ces substitutions linguistiques constituent une forme de langue parallèle, élaborée et partagée dans les espaces militants pour contourner les mécanismes perçus de censure. Elles témoignent ainsi de l'adaptation du langage militant aux contraintes de la plateforme. Le discours n'est donc pas abandonné, mais réencodé dans un langage compréhensible par la communauté.

D'autres tactiques portent sur les mécanismes d'engagement eux-mêmes. D'autres tactiques portent cette fois sur les métriques d'engagement elles-mêmes. Hannah, par exemple, raconte qu'avant de publier un contenu perçu comme étant sensible, elle poste des vidéos simples ou humoristiques, afin de « booster » la visibilité de son compte et ainsi améliorer, par la suite, la portée du contenu militant risqué. Elle utilise également des

hashtags assez généraux et encourage les partages pour « pousser l'algorithme dans le bon sens ». En ce qui concerne Agatha et Ines, elles évoquent certaines pratiques, comme le fait de regarder plusieurs fois la même vidéo ou d'utiliser différents comptes, afin d'augmenter artificiellement l'engagement des contenus sensibles.

Certaines participantes développent également des pratiques de soutien collectif. Elles expliquent que lorsqu'une créatrice signale une baisse d'engagement ou qu'un contenu semble susceptible d'être invisibilisé, la communauté like, partage et commente de manière concentrée pour relancer la visibilité du compte. Chloé le formule assez explicitement lorsqu'elle déclare : « c'est à nous aussi de partager », soulignant que la responsabilité de la visibilité militante est perçue comme collective. Cette forme de solidarité algorithmique constitue donc une forme de militantisme en soi.

« [...] c'est pour ça que c'est vraiment important [...] quand on est sur les réseaux et qu'on voit des idées sur le féministe, qui ont aucun lien avec les attentes de la société, c'est à nous aussi de partager. » (Chloé)

« [...] quand je vois les rares vidéos qui passent avec des mots très crus etc., j'essaie de les liker pour pousser ce type de contenu là. [...] » (Hannah)

« [...] quand je vois qu'un compte féministe dit que son engagement est bas, je vais faire plus attention à liker, voire partager » (Alex)

Ces pratiques sont souvent présentées, avec humour, autodérision et incertitude, comme des gestes qui « valent ce qu'ils valent », mais qui permettent de maintenir une forme de prise sur le système.

« Je sais pas si je parlerais de « techniques » [...] je sais pas si ça fonctionne, mais par exemple je regarde tout le temps les vidéos jusqu'au bout, toujours [...] j'ai l'impression que ça joue. Du moins, ça me donne l'impression d'avoir une prise. » (Alice)

Il convient également de ne pas surestimer le degré de conscience stratégique de ces pratiques. Pour la plupart des participantes, ces ajustements sont ordinaires, voire

inconscients. Nina explique de son côté qu'elle sait que certaines actions, comme le fait de liker une publication ou de passer davantage de temps sur celle-ci, influencent probablement l'algorithme, tout en précisant ne pas avoir développé de « vraie stratégie ». Ces pratiques relèvent souvent davantage d'ajustements progressifs et empiriques que d'un calcul pleinement rationnel. Cela rappelle que l'agentivité algorithmique ne repose pas nécessairement sur des stratégies entièrement conscientes. C'est précisément parce que ces pratiques sont ordinaires et intégrées aux usages quotidiens qu'elles occupent une place centrale dans les formes contemporaines de composition avec les plateformes numériques.

Chapitre 12 : Tensions du militantisme féministe sur les plateformes numériques

Les pratiques décrites dans le chapitre 11 s'inscrivent dans un environnement spécifique qui en détermine la portée et la durabilité. Dans ce contexte, ce chapitre a pour objectif d'examiner les limites structurelles que les algorithmes imposent au militantisme numérique féministe, ainsi que les coûts, souvent invisibles, que ces pratiques d'adaptation engendrent.

12.1. Bulles algorithmiques et circulation limitée de discours

L'une des tensions les plus profondes que les entretiens mettent en évidence est celle entre le potentiel de diffusion que les plateformes offrent et les effets d'enfermement que les algorithmes produisent. Les participantes sont nombreuses à percevoir leur espace numérique militant comme une bulle relativement homogène, dans laquelle les contenus féministes circulent principalement auprès d'audiences déjà sensibilisées. Le questionnaire confirme cette perception avec 66,7 % des répondantes qui estiment que l'algorithme limite la diversité des contenus qu'elles consultent.

Ophélie décrit avec précision sa « *petite bulle algorithmique construite* », dans laquelle elle retrouve surtout des « *points de vue plus radicaux* » et très peu de contenus qui entreraient en dissonance avec ses convictions. Elle illustre la différence entre son feed personnalisé et le flux par défaut qu'elle retrouve en ouvrant Instagram sur un ordinateur non connecté à son compte, c'est-à-dire la plateforme sans le filtre de son algorithme personnel.

« [...] du coup, il me montre ce qui est poussé, sans compte et souvent ce qui est poussé, c'est pas du féminisme. C'est des contenus divertissants, nuls et bizarres (rires). » (Ophélie)

Cette comparaison entre le feed personnalisé et le flux par défaut montre clairement que la bulle militante n'est pas une donnée spontanée, mais qu'elle est le résultat d'un long travail en amont.

Cette bulle est à la fois recherchée et critiquée. Alice explique être consciente d'être dans une bulle idéologique, sans que cela ne la dérange particulièrement. Elle explique en effet apprécier cette dimension communautaire qui « conforte ses idées » et « légitime ce qu'[elle] ressent ». Ces espaces sont ainsi perçus par plusieurs participantes comme des lieux de construction d'une identité collective militante, mais qui tend à homogénéiser le discours produit et à en limiter la portée. Cette ambivalence est commune à plusieurs participantes et pointe une tension inhérente à ces espaces, qui permettent la construction d'une identité collective militante, mais produisent également une homogénéité relative qui limite la portée politique des discours produits. Ainsi, la bulle possède une dimension de protection et d'isolement.

Dans ce contexte, la question de la portée des discours militants au-delà des espaces déjà convaincus revient régulièrement. Agatha la formule clairement : « *les algorithmes montrent aux gens ce qu'ils veulent voir et ce qu'ils ont l'habitude de voir* ». Elle doute que des contenus féministes militants puissent réellement atteindre des jeunes filles évoluant dans des sphères idéologiques très éloignées. Alex développe un raisonnement similaire lorsqu'elle explique que quelqu'un de moins sensibilisé au féminisme « *ne tomberait pas autant* » sur ces contenus qu'elle, qui interagit déjà beaucoup avec ceux-ci. La personnalisation algorithmique tend donc, en optimisant l'exposition aux contenus que l'on consomme déjà, à reproduire et à renforcer des dispositions déjà existantes.

« [...] je pense que, comme c'est déjà un sujet sensible pour moi, j'ai peut-être plus interagi avec ce type de contenu, donc on m'en propose plus. Je pense que quelqu'un qui n'est pas plus intéressé que ça, ne va pas tomber

autant que moi sur ce genre de contenu. » (Alex)

De plus, plusieurs participantes mentionnent un déplacement perçu des contenus militants vers TikTok, avec des nuances importantes. Claire explique tomber « *plus facilement sur des contenus engagés* » sur TikTok, dont la For You Page lui semble « *plus militante* » qu'Instagram, ce qu'Ophélie confirme en estimant que les contenus féministes se sont progressivement déplacés vers cette plateforme.

Ces différences perçues entre les plateformes ne tiennent pas seulement à leurs caractéristiques techniques, mais dépendent également des pratiques et des représentations construites par les utilisatrices, qui s'y engagent différemment selon les usages qu'elles en font. Toutefois, le point commun qui ressort des entretiens est que, face aux limites d'un espace, les militantes en investissent d'autres, en adaptant leurs pratiques aux affordances perçues de chaque plateforme. Il s'agit alors d'une autre forme de tactique d'adaptation, mais cette fois, à l'échelle du paysage numérique dans son ensemble.

« Moi, j'influence mon algorithme en fonction des réseaux. Sur Instagram, je laisse l'algorithme faire ce qu'il veut. Même si je consomme du contenu féministe, je consomme aussi d'autres contenus. Mais pas sur Tiktok [...] parce que je sais que TikTok, c'est plus addictif. Alors j'essaie de faire en sorte que le contenu que j'y consomme m'apporte plus de choses [...] ».
(Chloé)

12.2. Fatigue algorithmique et charge émotionnelle

Les entretiens mettent en évidence un coût rarement nommé comme tel dans les discours sur le militantisme numérique : celui de la fatigue. La fatigue peut être à la fois émotionnelle, liée à une exposition constante à des contenus violents ou épuisants, et peut être également algorithmique, c'est-à-dire due à l'épuisement lié au travail invisible d'adaptation aux logiques de la plateforme.

Lamya nomme explicitement une « *vraie fatigue militante* » associée à l'exposition

permanente aux violences, aux débats, aux réactions agressives, et à la nécessité de produire du contenu qui « *fonctionne* ». Pour Ophélie, être exposée continuellement à des contenus militants a fini par « *plomber [son] moral* », la conduisant progressivement à réduire les interactions avec ces contenus. Elle décrit une forme de protection psychologique face à la charge émotionnelle que crée un flux continu de contenus liés à la violence, aux discriminations et aux injustices. Ainsi, elle relève une dimension assez paradoxale des plateformes, qui, en exposant les militantes aux pires manifestations des inégalités qu'elles combattent, peut les décourager à continuer le combat.

« [...] parce que comme mon algorithme était entraîné pour ça, j'en avais quand même beaucoup. Et, au bout d'un moment, moi, ça me plombait un peu le moral. Donc à un moment, j'ai un peu désengagé de ces contenus. »
(Ophélie)

Par ailleurs, la charge algorithmique, qui est moins souvent visible et nommée comme telle, est cependant omniprésente dans les descriptions des pratiques des créatrices. La comparaison entre Lili et Lamya est ici particulièrement intéressante pour notre analyse. D'un côté, Lili fait « *tout pour aller dans le sens de l'algorithme* », que ce soit en adaptant ses formats, en surveillant ses métriques ou encore en produisant régulièrement du contenu en lien avec l'actualité. Cette adaptation est d'ailleurs présentée comme une évidence, parce qu'il lui semblerait « *inutile* » d'aller contre les logiques de la plateforme :

« [...] parce que sinon je trouve c'est un peu inutile de créer du contenu pour aller à l'encontre. Ça prend du temps de créer du contenu militant, qui déjà, n'est pas rémunéré, donc en plus si je dois aller à l'encontre de l'algorithme (rires) » (Lili)

De l'autre côté, Lamya, à l'inverse, se montre assez critique de ces logiques d'adaptation que nécessite la plateforme. Elle nomme la fatigue et ses tentatives de résistance à cette absorption algorithmique du militantisme, qui l'incite à produire du contenu, en essayant de « *ne pas trop se plier aux règles des algorithmes* ». Ces deux

visions ne s'opposent pas nécessairement, mais illustrent deux modalités différentes de composition avec la contrainte algorithmique, chacune avec ses propres coûts et ses propres compromis.

Même si elle y prend des formes plus discrètes, la charge algorithmique touche également les consommatrices. Alice explique qu'elle fait attention à ne pas cliquer sur certains contenus « *pop féministes* » pour ne pas orienter son algorithme dans une direction qu'elle ne souhaite pas. Cette pratique traduit ainsi une forme de surveillance permanente de ses propres interactions et représente un travail invisible de gestion des signaux envoyés à la plateforme.

12.3. Autocensure, exposition et vulnérabilité numérique

La troisième tension qui traverse les entretiens est celle de l'exposition, du risque et de l'autocensure. Les participantes décrivent différentes formes de retenue dans leurs propres prises de parole, qui tiennent autant à la peur des réactions des autres utilisateurs qu'à la crainte des mécanismes de modération de la plateforme elle-même. Ces formes d'autocensure structurent profondément ce qui est dicible ou non, dans le militantisme féministe numérique.

La forme la plus répandue d'autocensure et aussi la plus discrète est la réticence des participantes à commenter. Nina explique qu'elle « évite » généralement de laisser des commentaires parce qu'elle trouve cela « *trop exposé* », Marie hésite également à commenter par peur du « *regard des autres* » ou par « *honte* », et Alex, Ines et Alice rapportent ne jamais, ou alors très rarement, commenter. Claire rajoute qu'elle préfère ne pas trop s'étaler publiquement en commentaires. Toutes ces déclarations permettent de définir l'espace des commentaires comme un espace vécu comme risqué, dans lequel la prise de parole expose à des réactions potentielles négatives. En outre, les répondantes au questionnaire exploratoire déclarent également à 57,8 % ne jamais commenter une publication.

Cette forme d'autocensure est encore plus visible chez les créatrices de contenus. Hannah raconte par exemple qu'elle a arrêté de publier certains contenus après une période de suppressions de vidéos par peur d'être bannie. Lili la rejoint lorsqu'elle décrit le développement de certaines tactiques d'euphémisation pour ne pas voir ses vidéos sanctionnées par l'algorithme. Dans ce contexte, le discours féministe n'est certes pas

abandonné, mais il est reformulé, voire atténué, pour ne pas être détecté par l'algorithme. La croyance au *shadowban* produit ici des effets concrets et mesurables sur les formes d'expression militante.

En outre, Agatha évoque une dimension particulièrement importante de la vulnérabilité numérique, qui est la peur de l'exposition personnelle. Elle explique ne pas vouloir être « *trop visible* » sur les plateformes, car l'exposition publique peut déclencher des conséquences dans sa vie réelle. Elle explique avoir vu ce qui arrive parfois aux féministes qui parlent trop fort en ligne :

« [...] j'aimerais pas être trop visible non plus, parce que je sais justement que ça peut être dangereux. Ça peut être dangereux de porter des idées politiques par rapport au job dans lequel je suis par exemple [...] C'est vrai que ça peut être un frein aussi à la création. » (Agatha)

Lamya souligne également que ces violences ne frappent pas tout le monde de la même façon. Elle explique que les femmes racisées, trans ou queer « subissent le harcèlement, les raids de commentaires, les menaces » de manière plus intense. Cette gradation des violences selon les positions sociales des militantes montre que les coûts de l'exposition publique ne sont pas uniformément distribués, et que, militer en ligne, n'expose pas au même risque selon qu'on soit blanche ou racisée, cisgenre ou trans, dans un environnement professionnel ou militants.

Les mécanismes de modération de la plateforme sont eux-mêmes vécus comme inégaux et asymétriques. Agatha décrit notamment une asymétrie de traitement dans les signalements :

« [...] tu peux te faire insulter, mais bien bien copieusement en commentaire et signaler, il va rien se passer du tout [...] Alors que l'inverse, [...] on prend des blâmes beaucoup plus facilement, avec un petit mot de travers. » » (Agatha)

Chloé parle quant à elle des signalements massifs d'utilisateurs opposés politiquement, qui peut entraîner une suppression ou une sanction algorithmique.

*« [...] par exemple, des hommes qui sont pas d'accord avec ton contenu vont signaler et à partir de ce moment, ta vidéo peut être supprimée [...] »
(Chloé)*

Ces expériences alimentent ainsi une perception d'injustice structurelle dans les mécanismes de modération, qui est certes difficile à vérifier techniquement, mais qui est vécue avec une certaine intensité.

Ces différentes formes d'autocensure et de retenue dessinent finalement un portrait assez nuancé de l'agentivité des participantes, qui ne sont ni totalement passives face aux logiques de la plateforme, ni totalement libres de militer sans contrainte. Elles naviguent ainsi dans un espace avec de nombreuses tensions, qui constitue l'expérience même du militantisme féministe à l'ère du numérique.

Finalement, les entretiens montrent que l'espace numérique militant n'est jamais pleinement libre ni pleinement contrôlable. Les plateformes sont des infrastructures privées dont les logiques économiques, les politiques de modération et les systèmes algorithmiques façonnent profondément ce qui peut être dit, par qui et dans quelles conditions.

Ces tensions, entre visibilité et invisibilisation, entre engagement et fatigue, entre prise de parole et autocensure, constituent précisément les points que la discussion qui suit se propose d'approfondir.

PARTIE IV : DISCUSSION DES RÉSULTATS

Les résultats présentés dans la partie précédente de ce travail peuvent être mis en lien avec plusieurs notions mobilisées dans le cadre théorique de ce mémoire. Cette discussion des résultats a pour objectif de montrer ce que les données récoltées confirment, ce qu'elles nuancent et, dans certains cas, ce qu'elles permettent de penser autrement que ce que proposaient les travaux déjà existants. Quatre axes structurent cette discussion, en remontant progressivement d'une échelle micro, en ce qui concerne les pratiques individuelles, à une échelle plus macro, celle des effets plus larges du militantisme à l'ère des plateformes numériques.

Chapitre 13 : Perceptions algorithmiques et savoirs pratiques

13.1. Construction sociale des folk theories

L'un des résultats les plus frappants de l'enquête est la façon dont les participantes construisent leurs représentations du fonctionnement de l'algorithme. Toutes les participantes, sans exception, ont développé une forme de théorie sur ce que fait la plateforme. Ces théories sont souvent incertaines, mais elles guident toutefois le comportement des utilisatrices sur la plateforme. C'est exactement ce que Bucher (2016) appelle les « imaginaires algorithmiques ». Les représentations sont situées, sans prétention technique, mais bien opérantes. Ces représentations ne reposent pas sur une connaissance technique du fonctionnement réel des algorithmes, mais sur l'observation répétée et empirique de régularités supposées dans le comportement de la plateforme. Elles correspondent précisément à ce qu'Eslami et al. (2016) conceptualisent sous le terme de « *folk theories* », soit des théories informelles, socialement construites, qui permettent aux utilisatrices d'agir dans un environnement largement opaque.

Les données recueillies invitent cependant à prolonger cette notion. Bucher (2016) insiste particulièrement sur la dimension individuelle de ces imaginaires, mais ce que les entretiens montrent, c'est que ces représentations possèdent une dimension collective toute aussi centrale. Elles se construisent entre militantes, s'affinent en comparant les observations et se valident collectivement. Les imaginaires algorithmiques apparaissent donc comme une co-production au sein des communautés militantes. Cette dimension rejoint les travaux de Gandini et al. (2023) sur la socialisation des imaginaires

algorithmiques, dans lesquels les auteurs expliquent que les croyances collectives sur le fonctionnement des plateformes acquièrent une crédibilité et une effectivité sociale qui dépassent largement l'expérience individuelle.

Le phénomène du *shadowban* en est l'illustration la plus frappante. Personne parmi les participantes ne peut en démontrer l'existence technique, mais presque toutes s'y réfèrent comme une réalité établie. Cette construction collective d'une explication face à l'opacité des plateformes rappelle la dynamique décrite par Seaver (2017). L'auteur montre que les algorithmes sont des objets sociotechniques dont la compréhension se construit moins dans la documentation officielle des plateformes que dans les pratiques sociales et les échanges qui les entourent. Ce que les participantes désignent par « *shadowban* » n'est donc peut-être pas une description techniquement exacte, mais c'est une ressource interprétative socialement efficace, qui permet de donner du sens à des variations de portée autrement inexplicables et d'en tirer des orientations pratiques pour l'action militante.

13.2. Incertitude comme condition ordinaire d'action

Un deuxième résultat significatif concerne le rapport des participantes à l'incertitude algorithmique. Les travaux sur les effets des algorithmes tendent à présenter l'opacité des systèmes de recommandation comme une source de paralysie ou de désengagement (Gillespie, 2018), ce que les données de cette recherche invitent à nuancer. Ce travail démontre effectivement que l'incertitude n'est pas vécue comme un problème à résoudre, mais comme une condition ordinaire du terrain dans lequel les participantes militent. Ces dernières ont d'ailleurs appris à le lire, en le testant et à s'ajuster. Ainsi, cette opacité finit souvent par intensifier les pratiques d'observation et d'expérimentation

Les « affects ordinaires » des plateformes (Bucher, 2016) prennent ici une forme très concrète. La frustration, le découragement ou encore l'inquiétude ne sont pas des états passagers. Ils sont en réalité des conditions de fond, qui poussent les participantes à observer encore plus attentivement, à chercher des explications et à expérimenter davantage. L'incertitude algorithmique, en ce sens, est autant un obstacle à l'engagement, qu'un moteur d'apprentissage et d'adaptation.

Cette observation invite également à reconsidérer la notion d'agentivité dans le contexte des usages militants numériques. Les participantes ne disposent d'aucun contrôle

réel sur les infrastructures algorithmiques, mais elles développent néanmoins une capacité d'action dans les « marges du système » (De Certeau, 2011). Toutes les tactiques qui ont pu être observées ne renversent pas réellement les logiques de la plateforme. Elles apparaissent plutôt comme des moyens de composer avec ces dernières. L'agentivité des utilisatrices est donc réelle, mais fortement encadrée par les infrastructures de la plateforme et doit être sans cesse renégociée, dans un environnement numérique qui évolue rapidement.

Par ailleurs, les tactiques décrites dans les entretiens invitent à penser simultanément l'agentivité et la contrainte, sans réduire ni l'une ni l'autre. Le cadre de la gouvernementalité algorithmique développé par Rouvroy et Berns (2013) est ici particulièrement éclairant. Ce que les militantes vivent comme un contournement contribue en réalité à rendre leur profilage comportemental plus précis. Plusieurs participantes reconnaissent d'ailleurs, non sans ironie, alimenter involontairement le système même qu'elles critiquent. C'est peut-être dans cet entre-deux, entre résistance et reproduction des logiques de la plateforme, que réside la condition la plus ordinaire du militantisme féministe numérique contemporain.

13.3. Visibilité comme compétence militante

Un troisième apport de ces résultats concerne la transformation du travail militant lui-même. Les données montrent que la circulation des contenus féministes sur les plateformes ne dépend plus uniquement de la force argumentative ou de la pertinence politique du message porté. Elle dépend aussi de plus en plus de la capacité des militantes à anticiper les logiques de mise en visibilité de la plateforme. Ainsi, la maîtrise des systèmes algorithmiques devient une forme de compétence militante nécessaire.

Cette évolution prolonge les analyses de Cotter (2019) sur l'intégration des logiques algorithmiques dans les pratiques de création de contenus. Les entretiens confirment le fait que cette intégration constitue un vrai travail qui s'ajoute au travail militant, sans que les utilisatrices ne soient rémunérées. Ces données soulèvent d'ailleurs une question importante sur les inégalités de compétences au sein des mobilisations féministes. Les militantes qui ont développé une meilleure littératie algorithmique semblent accéder plus facilement à la visibilité, que d'autres, ce qui peut contribuer à reproduire des hiérarchies au sein du mouvement. Cette observation rejoint également les

travaux de Terranova (2000) sur le *digital labor*, dans lequel l’auteure explique que le travail d’éducation de l’algorithme constitue un travail numérique gratuit dont les plateformes extraient de la valeur, sans que les militantes en soient nécessairement conscientes.

Chapitre 14 : Plateformes, visibilité et hiérarchisation des féminismes

14.1. Règles implicites de visibilité au-delà de la neutralité technique

Les résultats permettent de confirmer les travaux de Gillespie (2014) et de Beer (2017), dans lesquels ils évoquaient le caractère non neutre des algorithmes. En effet, selon les participantes, la visibilité ne serait pas distribuée équitablement. Elle serait de fait dépendante de normes implicites de genre, de race et de respectabilité politiques. Ainsi, certains corps sont perçus comme moins soumis à l’invisibilisation algorithmique, car ils correspondent à ce que les plateformes et les annonceurs souhaitent mettre en avant.

De plus, cette invisibilisation semble toucher des thématiques très précises, comme les violences sexuelles, les corps féminins ou encore l’intersectionnalité, confirmant les analyses de Are (2021). Dans ses travaux, l’auteure montre que les formes de restriction portent particulièrement sur certains contenus féministes. Ces perceptions incitent les utilisatrices à ajuster leurs pratiques pour passer sous le radar des algorithmes.. Ce que Lorenz (2022, citée dans Steen et al., 2023) a conceptualisé sous le terme *d’algospeak* constitue ainsi une adaptation ordinaire et collective du langage militant aux contraintes de la plateforme.

Un apport spécifique de cette recherche concerne la perception que les participantes ont des mécanismes de modération. Les données montrent que ces décisions sont vécues comme profondément asymétriques et inégales. Cette perception d’injustice structurelle, même si elle ne peut être vérifiée techniquement à partir de ces seules données, constitue un fait social en tant que tel, qui nourrit une méfiance vis-à-vis des plateformes. Elle contribue également à renforcer le sentiment que les espaces numériques ne constituent pas des terrains politiquement neutres pour les militantes féministes.

14.2. Popular feminism, logiques marchandes et hiérarchies internes

Les données empiriques permettent de confirmer et d’enrichir les analyses de

Banet-Weiser (2018) sur le *popular feminism*. Les participantes perçoivent de manière quasi unanime une hiérarchisation des formes de féminisme visibles sur les plateformes, opposant un féminisme qualifié de « soft », esthétique et consensuel, à des formes de féminisme plus politiquement radicales ou intersectionnelles.

Un des résultats qui ressort clairement des entretiens concerne le lien que les participantes font entre ce qui est visible et ce qui est vendable. Plusieurs participantes estiment que les contenus centrés sur le self-love, le développement personnel et l’empowerment individuel sont mis en avant, car ils ne dérangent pas les annonceurs et s’intègrent par conséquent dans une logique de monétisation. À l’inverse, les formes de féminisme mêlant rapports de domination et revendications politiques paraissent davantage exposés à des formes de déclassement algorithmique, car ils apparaissent comme moins récupérable économiquement. Ainsi, les plateformes ne reflètent pas seulement les inégalités préexistantes, mais elles en produisent également, lorsqu’elles valorisent certaines formes de féminisme plutôt que d’autres.

Il est également intéressant de noter la dimension temporelle de ces hiérarchies qui semblent être situées historiquement et dépendre des cycles politiques.

14.3. Intersectionnalité et invisibilisation différenciée

Enfin, les entretiens montrent que ces inégalités de visibilité ne touchent pas les militantes de la même manière. En effet, certaines formes de militantisme, certaines thématiques et certaines identités semblent plus affectées par l’invisibilisation algorithmique. Les participantes citent notamment les contenus traitant des enjeux LGBTQIA+, ceux produits par des femmes racisées et les critiques qui s’attaquent aux structures de domination, plutôt qu’aux comportements individuels. Ces observations rejoignent les analyses de Thapa (2025) sur les biais sociaux des systèmes algorithmiques, qui tendent à reproduire des hiérarchies sociales préexistantes dans leurs mécanismes de sélection et de recommandation.

Un apport empirique spécifique de cette recherche concerne le lien établi par les participantes entre le profil social de la créatrice et sa visibilité algorithmique. Les observations des participantes trouvent un ancrage théorique solide dans les travaux de Noble (2018) sur l’oppression algorithmique. La distinction entre féminisme « soft » et féminisme intersectionnel n’est donc pas seulement politique, mais elle est aussi

algorithmique. Les coûts de l'adaptation aux normes de visibilité des plateformes ne sont donc pas distribués équitablement au sein du militantisme féministe. L'ajustement apparaît comme minimal pour celles dont les discours et les identités correspondent déjà à ce que la plateforme valorise implicitement, tandis que pour d'autres il suppose de reformuler et de se rendre acceptables.

Chapitre 15 : Engagement numérique et dépendance aux plateformes

15.1. Limites structurelles du militantisme sur les plateformes

Les résultats de cette recherche confirment les analyses de Poell et al. (2019) sur la plateformes des pratiques militantes. Instagram n'est pas un espace neutre, dont les militantes féministes peuvent se servir à leur guise. Il s'agit au contraire d'une infrastructure privée avec ses propres logiques économiques et ses métriques, qui configurent en profondeur les conditions de visibilité, d'expression et de participation politiques. Les participantes doivent ainsi tout le temps réfléchir à ce qu'elles veulent dire et à la façon dont il faut le dire.

Ce phénomène renvoie à ce que Rouvroy et Berns (2013) ont conceptualisé sous la notion de « gouvernementalité algorithmique ». Les plateformes, sans interdire explicitement, réussissent toutefois à orienter progressivement les comportements de ses utilisateurs, dans son intérêt. Les résultats de ce mémoire permettent toutefois de nuancer cette notion, en montrant que, même si les tactiques des utilisatrices ne renversent pas les rapports de pouvoir, elles leur permettent de « faire avec », les empêchant d'être entièrement soumises aux plateformes.

Les résultats montrent cependant que cette résistance reste coûteuse, fragile et constamment renégociée. Ce que Elmimouni et al. (2025) décrivent comme un continuum d'adaptations se révèle ici moins linéaire qu'il n'y paraît, celui-ci étant ponctué de moments de fatigue, de découragement et de remise en question du sens même du militantisme numérique.

15.2. Fatigue algorithmique et soutenabilité de l'engagement

L'un des apports les plus originaux de cette recherche concerne la mise en évidence d'une fatigue algorithmique spécifique, distincte de la charge émotionnelle classique associée au militantisme féministe. Cette fatigue peut être expliquée par le travail invisible

d'adaptation permanente aux logiques des plateformes que réalisent les utilisatrices. Même s'il est rarement défini comme tel, il constitue un travail qui s'ajoute à une charge militante ordinaire, contribuant à fragiliser la durabilité de certains engagements.

La comparaison entre Lili et Lamya est ici particulièrement éclairante. D'un côté, Lili fait « *tout pour aller dans le sens de l'algorithme* » et présente cette adaptation comme une évidence pratique, puisqu'il lui semblerait inutile d'aller contre les logiques de la plateforme. De l'autre, Lamya se montre critique de ces logiques d'adaptation et tente de « *ne pas trop se plier aux règles des algorithmes* », au prix d'une tension plus constante avec la plateforme. Ces deux modalités de composition avec la contrainte algorithmique ne s'opposent pas nécessairement, mais possèdent chacune ses propres coûts et ses propres compromis.

Une question que les données posent sans vraiment y répondre est celle de la soutenabilité à long terme des formes d'engagement militant féministe sur les plateformes. Ces dernières fonctionnent sur une logique de présence permanente, de réactivité immédiate et d'engagement constant, un rythme qui est difficilement compatible avec le temps long de la réflexion et de la mobilisation politique.

Chapitre 16 : Précautions interprétatives

L'ensemble de cette discussion repose sur des perceptions situées des algorithmes et non sur une analyse technique de leur fonctionnement réel. Les effets documentés, qu'il s'agisse de l'invisibilisation de certains contenus, de la hiérarchisation des formes de féminisme, de la fatigue produite par l'adaptation aux logiques de la plateforme ou encore des mécanismes de solidarité algorithmique développés par les militantes, sont des expériences vécues et construites à partir d'expériences individuelles et de théories informelles collectives. Cela ne remet toutefois pas en question leur réalité sociale. En effet, comme le montrent Bucher (2016) et Eslami et al. (2016), ces représentations influencent concrètement ses pratiques. Cette précaution interprétative a davantage pour objectif de montrer que l'on ne peut, à partir de ces seules données, prouver que les plateformes censurent délibérément certaines formes de militantisme féministe.

Par ailleurs, les participantes entretiennent un rapport relativement conscient et réflexif aux logiques algorithmiques, ce qui ne représente pas le profil ordinaire de

l'utilisatrice d'Instagram. Les résultats documentent donc les pratiques et les représentations d'utilisatrices particulièrement investies dans la circulation de contenu féministe, sans prétendre rendre compte de l'ensemble du spectre des usages féministes de la plateforme.

CONCLUSION

Ce mémoire est né d'un constat souvent répété dans les espaces militants en ligne : les plateformes numériques, en raison de leurs contraintes propres, favorisent la circulation de certains discours féministes tout en en limitant d'autres. À partir de cette observation, cette recherche s'est intéressée aux des utilisatrices engagées dans la diffusion de contenus féministes sur Instagram, et plus précisément, à la manière dont elles composent avec les logiques algorithmiques de la plateforme. Cette première réflexion nous a rapidement conduits vers une question plus large, dans la mesure où ces pratiques restent étroitement liées à la manière dont les utilisatrices perçoivent et interprètent les logiques algorithmiques dont elles dépendent pour militer, sans pour autant en maîtriser pleinement les règles.

La recherche s'est donc construite autour de la question suivante : *comment les utilisatrices engagées dans la circulation de contenus militants féministes composent-elles avec les logiques algorithmiques d'Instagram ?* L'objectif ici n'était pas de vérifier techniquement le fonctionnement réel des algorithmes, mais de comprendre la manière dont les participantes se les représentent, les interprétations collectives qu'elles construisent autour de ces dispositifs et, surtout, les effets concrets que ces perceptions produisent sur leurs pratiques militantes. Plus largement, ce travail invite à considérer les perceptions ordinaires des algorithmes comme un véritable objet de recherche et pose des questions très concrètes sur les conditions de visibilité, de prise de parole et d'engagement politique.

Pour répondre à cette question, ce travail s'appuie sur une méthodologie mixte, articulant un questionnaire exploratoire ainsi que douze entretiens semi-directifs, menés dans une démarche qualitative et compréhensive. Ce choix méthodologique avait pour objectif de saisir des expériences situées, parfois contradictoires, et des formes d'adaptation ordinaires, qui échappent souvent aux catégories plus générales utilisées pour analyser les usages numériques. Le cadre théorique mobilisé articule les notions d'imaginaires algorithmiques et de folk theories (Bucher, 2016 ; Eslami et al., 2016), de plateformes (Poell et al., 2019), de gouvernementalité algorithmique (Rouvroy et Berns, 2013), de tactiques ordinaires (De Certeau, 2011) et d'oppression algorithmique (Noble, 2018). Ces notions ont ainsi été confrontées aux données empiriques, dans un

mouvement constant d’aller-retour entre le terrain et la théorie, pour tenter de répondre à notre question de recherche.

Les résultats qui se dégagent de cette recherche sont à la fois convergents et nuancés. La quasi-totalité des participantes partagent la conviction que l’algorithme joue un rôle déterminant dans la visibilité des contenus. Ce rôle est d’ailleurs perçu comme structurellement défavorable aux discours féministes les plus engagés politiquement. Le questionnaire confirme cette perception, puisque 84,4 % des répondantes considèrent que l’algorithme décide de la visibilité des contenus et 95,6 % déclarent ne pas lui faire confiance pour diffuser équitablement les contenus. Toutefois, cette conviction coexiste avec une incertitude assumée quant aux mécanismes réels à l’œuvre, et les réponses que les participantes y apportent sont très diverses, allant de l’adaptation à la résistance, en passant par des formes de retrait partiel.

L’un des premiers résultats qui ressort de l’enquête concerne justement la manière dont se construisent ces imaginaires algorithmiques. L’enquête révèle que les représentations du fonctionnement de la plateforme ne se forment pas uniquement à l’échelle individuelle. Elles se partagent, circulent dans les communautés militantes, se valident collectivement et deviennent, parfois, de véritables ressources d’action collective.

Les données montrent également une croyance très forte en une hiérarchie des féminismes visibles sur les plateformes, confirmant ainsi l’hypothèse du *popular feminism* (Banet-Weiser, 2018). La majorité des participantes ont en effet le sentiment que les contenus féministes esthétiques, consensuels ou centrés sur l’empowerment individuel circulent plus facilement que des formes de féminisme plus radicales, intersectionnelles ou structurellement conflictuelles. Ces hiérarchies ne sont pas perçues comme étant produites uniquement par les algorithmes, mais comme le reflet des inégalités sociales préexistantes aux plateformes. Les plateformes apparaissent dès lors comme des espaces qui participent activement à la production de hiérarchies au sein même des mouvements militants, comme l’ont montré Noble (2018) dans leurs travaux sur l’oppression algorithmique.

Un troisième résultat, peut-être le plus original de cette recherche, concerne la mise en évidence d’une fatigue algorithmique. Ce travail invisible d’adaptation continu aux logiques des plateformes s’ajoute à une charge militante ordinaire déjà présente et tend à

fragiliser, à terme, la durabilité de l'engagement numérique. Par ailleurs, cette fatigue s'ajoute à une charge émotionnelle, liée à l'exposition quotidienne aux violences et discours antiféministes, déjà importantes. Ensemble, ces deux dimensions constituent l'une des contradictions structurelles les plus profondes du militantisme féministe numérique.

En définitive, quelle réponse les résultats de l'étude permettent-ils d'apporter à la question de recherche ? Au terme de ce mémoire, il apparaît clairement que face aux contraintes algorithmiques perçues des plateformes telle que Instagram, les utilisatrices ne restent pas passives. Les entretiens nous montrent, qu'au contraire, elles développent un ensemble de tactiques, parfois très élaborées, pour maintenir la visibilité des contenus jugés défavorisés par la plateforme. Les substitutions lexicales, les *hooks* volontairement trompeurs, les stratégies de solidarité algorithmique ainsi que le travail patient de construction d'un *feed* militant reviennent régulièrement comme des tactiques d'engagement dans le discours des participantes. Ces usages démontrent une véritable littératie algorithmique ainsi qu'une capacité d'action dans les marges du système. Cette dernière dimension révèle toutefois ses propres limites. En effet, plusieurs participantes pointent du doigt le paradoxe derrière leurs tactiques d'adaptation, qui sans forcément le vouloir, finissent par alimenter les systèmes algorithmiques qu'elles critiquent. L'agentivité des utilisatrices est donc bien réelle, mais elle reste encadrée par des logiques de plateforme, qui ne leur semble pas réellement contournable.

La réponse à la question de recherche exposée, ci-dessus, est une contribution importante à la littérature sur la manière dont les utilisatrices engagées dans la circulation de contenus militants féministes perçoivent et composent avec les logiques algorithmiques d'Instagram. Toutefois, il y a lieu de signaler que ce travail comporte certaines limites qu'il ne faut pas minimiser. En effet, bien qu'un soin particulier ait été apporté à l'élaboration du dispositif méthodologique, certaines limites doivent toutefois être reconnues.

Dans un premier temps, ce travail se base sur un échantillon assez restreint et non représentatif, composé de douze participantes sélectionnées selon un mode d'échantillonnage raisonné. Ce choix méthodologique visait la profondeur des résultats plutôt que la généralisation de ceux-ci. Néanmoins, il limite la possibilité d'étendre les résultats à l'ensemble des consommatrices de contenu féministe militant sur Instagram,

empêchant ainsi d'en tirer des conclusions généralisables.

Dans un second temps, la proximité de la chercheuse avec le terrain a constitué à la fois une ressource et une limite tout au long de l'enquête. Le partage de certains codes, références ou usages avec les participantes, a parfois facilité les échanges et permis d'accéder plus facilement à certaines expériences. Cependant, cette proximité nécessitait aussi un travail réflexif constant afin de limiter les risques de projection sur certains discours recueillis.

Par ailleurs, la temporalité de la recherche constitue une limite importante. Les perceptions recueillies s'inscrivent dans un contexte numérique et politique très précis et ne peuvent être compris que dans celui-ci. Or, les plateformes, leurs algorithmes et leurs politiques de modération évoluent rapidement, ce qui mériterait une analyse un peu moins située. Enfin, les entretiens ont été menés avec des utilisatrices particulièrement investies dans la circulation de contenus féministes militants sur les plateformes numériques. Cette recherche ne prétend toutefois pas représenter l'ensemble du spectre des usages féministes sur la plateforme.

Ce travail ouvre plusieurs pistes de recherches qu'il serait intéressant d'approfondir. Tout d'abord, une approche comparative entre différentes plateformes, notamment entre Instagram, TikTok et X, pourrait permettre de mieux comprendre comment différents environnements algorithmiques orientent les pratiques des utilisatrices engagées. Les participantes évoquaient d'ailleurs un usage différencié des plateformes, ce qui laisse penser que les tactiques de visibilité développées ne sont pas les mêmes d'un espace à un autre. Ensuite, un dialogue plus étroit avec les platform studies pourrait également enrichir l'analyse en mettant en regard les représentations des utilisatrices et les logiques techniques documentées, afin d'étudier les écarts entre ce qui est vécu et ce qui se passe réellement. Enfin, la question de la soutenabilité du militantisme en ligne mériterait une plus grande attention dans des recherches futures.

Au terme de ce mémoire, plusieurs risques semblent se dessiner pour l'avenir du débat démocratique numérique. Le premier concerne la privatisation croissante des espaces de discussion politique. Dans le cadre de notre étude, la circulation des discours féministes sur les plateformes numériques dépend des règles de visibilité et de modération de plateformes, laissant des acteurs privés décider des contours du débat public. Ensuite,

l'algospeak et les autres formes de camouflage algorithmique représente un réel risque de fragmentation de l'espace public numérique. En effet, à mesure que les militantes adaptent leur vocabulaire pour éviter l'invisibilisation, certaines revendications tendent à devenir de moins en moins accessibles pour ceux qui ne maîtrisent pas pleinement ces références. Enfin, les résultats permettent de questionner la compatibilité entre les discours féministes numériques et des plateformes fondées sur des logiques capitalistes, qui ne semblent pas exclure les discours féministes en tant que tels, mais qui tendent plutôt à privilégier certaines formes de féminisme, généralement plus consensuelles, plus individualisées et davantage compatibles avec les logiques commerciales qui structurent ces espaces.

Finalement, les plateformes numériques apparaissent comme des espaces profondément ambivalents pour le militantisme féministe. Elles offrent de réelles opportunités de politisation, de mise en réseau et de circulation des idées, permettant à plusieurs participantes de trouver des mots pour nommer certaines expériences, des communautés pour les légitimer et des outils pour les rendre visibles, au-delà de leurs cercles proches. Ces espaces restent toutefois marqués par des contraintes fortes, telles que la visibilité qui y est toujours incertaine et inégalement distribuée, les règles dépendantes d'acteurs privés dont les intérêts sont avant tout économiques, et les pratiques militantes elles-mêmes qui tendent parfois à se réorganiser autour des exigences des plateformes. C'est sans doute dans cette tension permanente entre potentiel d'émancipation et contraintes algorithmiques, que se joue désormais une partie des formes contemporaines du militantisme féministe en ligne.

BIBLIOGRAPHIE

- Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia*, 161(1), 86–100. <https://doi.org/10.1177/1329878X16665177>
- Albenga, V. (2022). La socialisation au féminisme des étudiant·es par les médias après #MeToo. *Politiques de communication*, 17(2), 53–78. <https://doi.org/10.3917/pdc.017.0053>
- Alloing, C. (2016). *L'e-réputation : Médiation, calcul, émotion*. CNRS Éditions.
- Amna, E., & Ekman, J. (2014). Standby citizens: Diverse faces of political passivity. *European Political Science Review*, 6(2), 261–281. <https://doi.org/10.1017/S175577391300009X>
- Amor, S. F. (2024). Le cyberspace et la transformation de l'agir militant : Les femmes activistes à l'heure du numérique. *Revue internationale des francophonies*, (12). <https://publications-prairial.fr/rif/index.php?id=1531>
- Are, C. (2021). The shadowban cycle: An autoethnography of pole dancing, nudity and censorship on Instagram. *Feminist Media Studies*, 21(8), 1343–1360. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1928259>
- Baden, C., et al. (2025). Differential social media affordances: An actor type-centric, intermediate-level approach using the case of social movements. *Communication Theory*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaf030>
- Baer, H. (2016). Redoing feminism: Digital activism, body politics, and neoliberalism. *Feminist Media Studies*, 16(1), 17–34. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv11316rx>
- Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1216147>
- Bennett, W. L. (2003). Communicating global activism: Strengths and vulnerabilities

- of networked politics. *Information, Communication & Society*, 6(2), 143–168. <https://doi.org/10.1080/1369118X0312331628965>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
 - Bonini, T., & Treré, E. (2024). *Algorithms of resistance: The everyday fight against platform power*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/14329.001.0001>
 - Bucher, T. (2016). The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, 19(1), 30–44. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154086>
 - Bucher, T., & Helmond, A. (2017). The affordances of social media platforms. In J. Burgess, T. Poell, & A. Marwick (Eds.), *The SAGE handbook of social media*. SAGE Publications. https://www.annehelmond.nl/wordpress/wp-content/uploads/2016/07/BucherHelmond_SocialMediaAffordances-preprint.pdf
 - Bullich, V. (2021). La « plateformisation » comme déploiement d'une logique organisatrice : Propositions théoriques et éléments de méthode. *Effeuillage*, 10(1), 30–34. <https://doi.org/10.3917/eff.010.0030>
 - Caldeira, S. P. (2024). “Walking on eggshells”: Exploring tensions and ambivalences in platformised feminist practices on Instagram. *Platforms & Society*, 1, Article 29768624241284499. <https://doi.org/10.1177/29768624241284499>
 - Casilli, A. A. (2018). La plateformisation comme mise au travail des usagers. In B. Coriat, N. Alix, J.-L. Bancel, & F. Sultan (Éds.), *Vers une République des biens communs ?* (pp. 41–56). Les Liens qui Libèrent. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01895138>
 - Casilli, A. A. (2022). Plateformes numériques. In D. Fassin (Éd.), *La société qui vient* (pp. 185–201). Éditions du Seuil. <https://hal.science/hal-03560551>
 - Chang, A. (2025). Safe spaces for feminist activists online: Chinese networked feminists' self-censorship strategies in response to online misogyny and government censorship. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), Article 495. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04802-2>

- Citton, Y. (Éd.). (2014). *L'économie de l'attention : Nouvel horizon du capitalisme ?* Éditions La Découverte.
- Cobbe, J. (2021). Algorithmic censorship by social platforms: Power and resistance. *Philosophy & Technology*, 34(4), 739–766. <https://doi.org/10.1007/s13347-020-00429-0>
- Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media & Society*, 21(4), 895–913. <https://doi.org/10.1177/1461444818815684>
- Dabbabi, C., et al. (2022). Le slacktivisme : Un maximum d'effet avec un minimum d'effort ? *Communication*, 39(2). <https://doi.org/10.4000/communication.15973>
- Daens, L. (2021). Emotions, media and politics. By Karin Wahl-Jorgensen (2019). *Politics, Culture and Socialization*, 9(1–2), 103–106. <https://doi.org/10.3224/pcs.v9i1-2.09>
- Davis, J. L., & Chouinard, J. B. (2016). Theorizing affordances: From request to refuse. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 36(4), 241–248. <https://doi.org/10.1177/0270467617714944>
- De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Vol. 1 : Arts de faire*. Union Générale d'Éditions.
- Dubost, M. (2020). *Féminisme digital de la quatrième vague et nouvelle culture féministe sur Instagram* [Mémoire de master, Sciences de l'Homme et Société]. <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03699765>
- Elmimouni, H., Rüller, S., Aal, K., Skop, Y., Abokhodair, N., Wulf, V., & Tolmie, P. (2025). Exploring algorithmic resistance: Responses to social media censorship in activism. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 9(CSCW2), Article 072. <https://doi.org/10.1145/3710970>
- Eslami, M., et al. (2016). First I “like” it, then I hide it: Folk theories of social feeds. In *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 2371–2382). ACM. <https://doi.org/10.1145/2858036.2858494>
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, (25/26), 56–80.

<https://doi.org/10.2307/466240>

- Gandini, A., et al. (2023). Subjectivity and algorithmic imaginaries: The algorithmic other. *Subjectivity*, 30(4), 417–434. <https://doi.org/10.1057/s41286-023-00171-w>
- Gerlitz, C., & Helmond, A. (2013). The like economy: Social buttons and the data-intensive web. *New Media & Society*, 15(8), 1348–1365. <https://doi.org/10.1177/1461444812472322>
- Gillespie, T. (2010). The politics of “platforms”. *New Media & Society*, 12(3), 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Éds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–194). MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press. <https://doi.org/10.12987/9780300235029>
- Golunova, V. (2025). A misogynistic glitch? A feminist critique of algorithmic content moderation. *Law, Technology and Humans*. <https://doi.org/10.5204/lthj.3848>
- Granjon, F. (2018). Mouvements sociaux, espaces publics et usages d'Internet. *Pouvoirs*, 164(1), 31–47. <https://doi.org/10.3917/pouv.164.0031>
- Halupka, M. (2018). The legitimisation of clicktivism. *Australian Journal of Political Science*, 53(1), 130–141. <https://doi.org/10.1080/10361146.2017.1416586>
- Haraway, D. (1988). Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective. *Feminist Studies*, 14(3), 575–599. <https://doi.org/10.2307/3178066>
- Helmond, A. (2015). The platformization of the web: Making web data platform ready. *Social Media + Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>
- Joyce, M. (2010). *Digital activism decoded: The new mechanics of change*. International Debate Education Association.
- Kaufmann, J.-C. (2016). *L'entretien compréhensif* (nouv. éd.). Armand Colin.

- Kavada, A. (2015). Creating the collective: Social media, the Occupy movement and its constitution as a collective actor. *Information, Communication & Society*, 18(8), 872–886. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043318>
- Keskin, B. (2018). Review of *The platform society: Public values in a connective world* by J. van Dijck, T. Poell, & M. de Waal. *Markets, Globalization & Development Review*, 3(3). <https://doi.org/10.23860/MGDR-2018-03-03-08>
- Kirk, T. (2024). Digital activism. In D. Green (Éd.), *How change happens* (2e éd., pp. 183–203). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198899952.003.0013>
- Le Deuff, O., & Roumanos, R. (2022). Enjeux définitionnels et scientifiques de la littératie algorithmique : Entre mécanologie et rétroingénierie documentaire. *tic&société*, 15(2–3). <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.7105>
- Lou, S., Adzharuddin, N. A., Syed Zainudin, S. S., Omar, S. Z., & Aal, K. (2024). Exploring nexus of social media algorithms, content creators, and gender bias: A systematic literature review. *Asian Journal of Research in Education and Social Sciences*, 6(1). <https://doi.org/10.55057/ajress.2024.6.1.39>
- Lu, C. (2023). The impact of Instagram on feminist activism. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 30(1), 124–130. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/30/20231603>
- Mabi, C., & Théviot, A. (2014). Présentation du dossier : S'engager sur Internet. Mobilisations et pratiques politiques. *Politiques de communication*, 3(2), 5–24. <https://doi.org/10.3917/pdc.003.0005>
- Massiah, G. (2019, 22 novembre). *Les mouvements sociaux à l'ère du numérique à partir du livre de Zeynep Tufekci : Twitter et les gaz lacrymogènes*. https://cfeditions.com/lacrymo/ressources/Zeynep_Tufekci_Gus_Massiah.pdf
- Meng, L., Zhang, X., & Ye, L. (2025). Girlhood feminism as soft resistance: Affective counterpublics and algorithmic negotiation on RedNote (arXiv Preprint). <https://doi.org/10.48550/arXiv.2507.07059>
- Munro, E. (2013). Feminism: A fourth wave? *Political Insight*, 4(2), 22–25. <https://doi.org/10.1111/2041-9066.12021>

- Ngono, S. (2023). Compte rendu de *Numérique, féminisme et société*, de Josiane Jouët. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. <https://hal.science/hal-04101087>
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275–4292. <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479833641.001.0001>
- Onuoha, M. (2018). *On missing data sets*. <https://github.com/MimiOnuoha/missing-datasets>
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2012). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Armand Colin.
- Papacharissi, Z. (2014). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199999736.001.0001>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3e éd.). Sage Publications.
- Poell, T., Nieborg, D. B., & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>
- Quan-Haase, A., et al. (2021). Mapping #MeToo: A synthesis review of digital feminist research across social media platforms. *New Media & Society*, 23(6), 1700–1720. <https://doi.org/10.1177/1461444820984457>
- Ridley, M. (2024). Informing algorithmic literacy through user folk theories. *College & Research Libraries*, 85(7), Article 966. <https://doi.org/10.5860/crl.85.7.966>
- Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990–1029. <https://doi.org/10.1162/154247603322493212>
- Ronzhyn, A., et al. (2023). Defining affordances in social media research: A literature review. *New Media & Society*, 25(11), 3165–3188. <https://doi.org/10.1177/14614448221135187>

- Rouvroy, A., & Berns, T. (2013). Gouvernamentalité algorithmique et perspectives d'émancipation : Le disparate comme condition d'individuation par la relation ? *Réseaux*, (177), 163–196. <https://doi.org/10.3917/res.177.0163>
- Seaver, N. (2017). Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems. *Big Data & Society*, 4(2). <https://doi.org/10.1177/2053951717738104>
- Song, H. (2021). [Review of *Instagram: Visual social media cultures*, by T. Leaver, T. Highfield, & C. Abidin]. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. <https://doi.org/10.1080/08838151.2021.1903897>
- Steen, E., et al. (2023). You can (not) say what you want: Using algospeak to contest and evade algorithmic content moderation on TikTok. *Social Media + Society*, 9(3). <https://doi.org/10.1177/20563051231194586>
- Stuart, K. (2020). Review of *Instagram: Visual social media cultures* (T. Leaver, T. Highfield, & C. Abidin). *Networking Knowledge*, 13(1).
- Subiakto, V. U., et al. (2025). Digital activism and collective identity: A systematic literature review of social media's role in contemporary social movements. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(7), 3383–3390. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2025.907000272>
- Terranova, T. (2000). Free labor: Producing culture for the digital economy. *Social Text*, 18(2), 33–58. https://doi.org/10.1215/01642472-18-2_63-33
- Thapa, M. B. (2025). Encoded inequities: A synthesis of data feminism, Race After Technology, and Algorithms of Oppression. *Journal of Research in Humanities and Social Science*, 13(6), 140–147. <https://doi.org/10.35629/9467-1306140147>
- Theocharis, Y. (2015). The conceptualization of digitally networked participation. *Social Media + Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115610140>
- Théviot, A. (2018). Militer sur Internet ou militer à (bonne) distance du parti : Entre exit et carrière militante. *Politique et Sociétés*, 37(2), 133–155. <https://doi.org/10.7202/1048879ar>
- Törnberg, P., & Uitermark, J. (2020). Complex control and the governmentality of digital platforms. *Frontiers in Sustainable Cities*, 2, Article 6.

<https://doi.org/10.3389/frsc.2020.00006>

- Tudor, M. A., & Bendahan, M. (2022). Médiatisation, (nouveaux) militantismes et numérisation. *ESSACHESS – Journal for Communication Studies*, 15(30). <https://hal.science/hal-04020068>
- Vaccari, C., et al. (2015). Political expression and action on social media: Exploring the relationship between lower- and higher-threshold political activities among Twitter users in Italy. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2), 221–239. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12108>
- Van Laer, J., & Van Aelst, P. (2010). Internet and social movement action repertoires: Opportunities and limitations. *Information, Communication & Society*, 13(8), 1146–1171. <https://doi.org/10.1080/13691181003628307>
- Wang, C. (2025). Algorithmic curation and feminist discourse: How Rednote's digital media logic shapes empowerment narratives. *Journal of Humanities, Arts and Social Science*, 9(5), 1007–1014. <https://doi.org/10.26855/jhass.2025.05.024>
- Zhang, X. (2025). Negotiating visibility and voice: Gender identity expression, platform governance, and the limits of digital citizenship on social media. *Advances in Social Behavior Research*, 16(4), 6–10. <https://doi.org/10.54254/2753-7102/2025.23621>

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	1
PARTIE I : PLATEFORMISATION, LOGIQUES ALGORITHMIQUES ET FEMINISME NUMERIQUE	5
CHAPITRE 1 : ACTIVISME NUMERIQUE ET TRANSFORMATIONS DE L'ENGAGEMENT MILITANT	5
1.1. <i>Reconfigurations numériques de l'action collective</i>	<i>5</i>
1.2. <i>Féminisme numérique et pratiques militantes sur Instagram</i>	<i>8</i>
1) La logique d'action connective et les mobilisations en réseau	8
2) Les affordances d'Instagram et les formes d'engagement possibles	9
3) Les tensions du militantisme féministe sur les plateformes	11
CHAPITRE 2 : ALGORITHMES, VISIBILITE ET RAPPORTS DE POUVOIR	13
2.1. <i>Plateformisation du web social.....</i>	<i>13</i>
1) Les plateformes comme infrastructures sociales.....	13
2) Les logiques de visibilité et l'économie de l'attention.....	14
3) La dépendance des pratiques sociales aux infrastructures des plateformes	15
2.2. <i>Algorithmes comme dispositif de hiérarchisation de la visibilité</i>	<i>16</i>
1) Les logiques algorithmiques de hiérarchisation	16
2) La quantification de la visibilité	17
3) L'opacité algorithmique	18
2.3. <i>Gouvernementalité algorithmique et rapports de pouvoir.....</i>	<i>18</i>
1) La gouvernementalité algorithmique	18
2) Les rapports de pouvoir et les inégalités de visibilité	19
CHAPITRE 3 : IMAGINAIRES ALGORITHMIQUES ET PRATIQUES D'ADAPTATION	21
3.1. <i>Imaginaires algorithmiques et folk theories.....</i>	<i>21</i>
3.2. <i>Littératie algorithmique et apprentissages pratiques</i>	<i>22</i>
3.3. <i>Invisibilisation, autocensure et résistance algorithmique.....</i>	<i>24</i>
CHAPITRE 4 : PROBLEMATIQUE ET QUESTION DE RECHERCHE	26
PARTIE II : DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE ET CONSTRUCTION DU TERRAIN.....	29
CHAPITRE 5 : POSITIONNEMENT METHODOLOGIQUE ET DISPOSITIF METHODOLOGIQUE	29
5.1. <i>Approche qualitative et compréhensive</i>	<i>29</i>
5.2. <i>Épistémologie féministe et réflexivité.....</i>	<i>30</i>
CHAPITRE 6 : CONSTRUCTION DU TERRAIN ET CONSTITUTION DU CORPUS	31
6.1. <i>Questionnaire exploratoire</i>	<i>31</i>
6.2. <i>Entretiens semi-directifs.....</i>	<i>32</i>
6.3. <i>Critères de sélection et logique d'échantillonnage.....</i>	<i>33</i>
CHAPITRE 7 : COLLECTE ET TRAITEMENT DE DONNEES.....	34
7.1. <i>Données quantitatives</i>	<i>34</i>
7.2. <i>Données qualitatives</i>	<i>34</i>
CHAPITRE 8 : METHODE D'ANALYSE DES DONNEES	35
8.1. <i>Calcul de fréquence et de pourcentages.....</i>	<i>35</i>
8.2. <i>Analyse thématique et codage mixte</i>	<i>35</i>
1) Construction de la grille de codage	35

2) Analyse transversale des entretiens.....	36
CHAPITRE 9 : CONSIDERATIONS ETHIQUES.....	36
PARTIE III : PERCEPTIONS ALGORITHMIQUES ET PRATIQUES MILITANTES.....	38
CHAPITRE 10 : COMPRENDRE ET INTERPRETER LES LOGIQUES ALGORITHMIQUES	38
10.1. Comprendre sans savoir : imaginaires algorithmiques et savoirs pratiques	38
10.2. Opacité algorithmique au quotidien.....	40
10.3. Apprentissages collectifs et circulation des théories informelles	41
CHAPITRE 11 : NEGOCIER LA VISIBILITE SUR LES PLATEFORMES	43
11.1. Performer pour être visible : normes et logiques de visibilité.....	44
11.2. Féminismes plus visibles que d'autres : mise en visibilité et hiérarchisation	45
11.3. Construire et entretenir un feed féministe.....	48
11.4. Contourner les contraintes algorithmiques.....	50
CHAPITRE 12 : TENSIONS DU MILITANTISME FEMINISTE SUR LES PLATEFORMES NUMERIQUES	52
12.1. Bulles algorithmiques et circulation limitée de discours.....	52
12.2. Fatigue algorithmique et charge émotionnelle.....	54
12.3. Autocensure, exposition et vulnérabilité numérique.....	56
PARTIE IV : DISCUSSION DES RÉSULTATS.....	59
CHAPITRE 13 : PERCEPTIONS ALGORITHMIQUES ET SAVOIRS PRATIQUES	59
13.1. Construction sociale des folk theories.....	59
13.2. Incertitude comme condition ordinaire d'action.....	60
13.3. Visibilité comme compétence militante	61
CHAPITRE 14 : PLATEFORMES, VISIBILITE ET HIERARCHISATION DES FEMINISMES	62
14.1. Règles implicites de visibilité au-delà de la neutralité technique.....	62
14.2. Popular feminism, logiques marchandes et hiérarchies internes	62
14.3. Intersectionnalité et invisibilisation différenciée.....	63
CHAPITRE 15 : ENGAGEMENT NUMERIQUE ET DEPENDANCE AUX PLATEFORMES	64
15.1. Limites structurelles du militantisme sur les plateformes.....	64
15.2. Fatigue algorithmique et soutenabilité de l'engagement.....	64
CHAPITRE 16 : PRECAUTIONS INTERPRETATIVES.....	65
CONCLUSION.....	67
BIBLIOGRAPHIE.....	72
TABLE DES MATIÈRES.....	80
ANNEXES.....	82
RÉSUMÉ DU MÉMOIRE	118

ANNEXES

Annexe 1 – Questionnaire exploratoire

Le questionnaire est accessible via le lien suivant :

<https://forms.gle/7DkfXvFyCkAuadHt5>

Annexe 2 – Grille d'entretien semi-directif

Objectif de l'entretien : comprendre comment les utilisatrices engagées dans la circulation de contenus militants féministes sur Instagram perçoivent le rôle des algorithmes dans la visibilité de ces contenus, comment elles interprètent leur fonctionnement, et quelles tactiques elles développent éventuellement.

Discours d'introduction : Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à ma recherche. Je m'appelle Yassielou N'dri et je suis étudiante en master en Communication politique internationale et risques démocratiques.

Je réalise un mémoire sur la manière dont des utilisatrices engagées dans la circulation du contenu militant féministe sur Instagram perçoivent les algorithmes de la plateforme et leur rôle dans la visibilité de ces contenus.

L'entretien durera maximum une heure, mais il peut être arrêté à tout moment et vous pouvez refuser de répondre à certaines questions si vous le souhaitez. Si vous êtes d'accord, j'aimerais enregistrer la conversation pour ne rien perdre de vos propos, mais ces fichiers ne seront écoutés que par moi et seront effacés à la fin de ma recherche. Est-ce que cela vous convient ?

Questions thématiques

1) Parcours et rapport personnel au féminisme sur Instagram

Objectif : comprendre comment l'enquêtée en est venue à s'intéresser au féminisme

militant sur Instagram et son rapport personnel à cet engagement sur la plateforme.

Exemples de questions :

- Comment avez-vous commencé à vous intéresser à des contenus féministes militants sur Instagram ?
- Comment décririez-vous votre rapport à cette plateforme ?
- Quel rôle cette plateforme joue-t-elle dans votre engagement féministe ?

2) Formes d'engagement et féminisme numérique

Objectif : comprendre ce que les utilisatrices recherchent dans ces contenus et comment elles interagissent avec eux.

Exemples de questions:

- Quels types de contenus féministes militants regardez-vous le plus souvent ?
- Est-ce que vous interagissez avec ces contenus (likes, commentaires, partages, enregistrement)?
- Comment découvrez-vous de nouveaux comptes ou contenus ?

3) Perceptions des algorithmes et visibilité des contenus

Objectif : explorer l'imaginaire algorithmique des utilisatrices et comprendre la manière dont elles interprètent la sélection des contenus et les logiques de pouvoir des plateformes.

Exemples de questions :

- Avez-vous l'impression que l'algorithme d'Instagram influence les contenus que vous voyez ?
- Avez-vous déjà eu l'impression que certains contenus étaient davantage mis en avant ou, au contraire, moins diffusés ?
- Selon vous, dans quelle mesure les algorithmes influencent-ils la diffusion des contenus ?
- Comment expliquez-vous ces différences de visibilité ?

4) Tactiques d'adaptation et pratiques face aux algorithmes

Objectif : identifier d'éventuelles tactiques mises en place pour accéder ou soutenir ces

contenus.

Exemples de questions:

- Avez-vous déjà mis en place des pratiques pour voir davantage de contenus féministes militants?
- Est-ce que vous essayez parfois « d'influencer » ce que l'algorithme vous montre ?
- Est-ce qu'il vous arrive de partager ou soutenir certains contenus dans le but de leur donner plus de visibilité ?

5) Ressenti global sur le militantisme féminisme sur Instagram

Objectif : comprendre comment les utilisatrices perçoivent Instagram comme espace politique, sociotechnique et lieux d'engagement.

Exemples de questions :

- Comment percevez-vous Instagram comme lieux d'engagement féministe ?
- Que permet cet espace que d'autres ne permettent pas ? Et quelles limites ou obstacles rencontrez-vous ?
- Si vous deviez qualifier votre rapport à l'algorithme, diriez-vous que vous jouez « avec » ou « contre » lui ? Pourquoi ?
- Selon vous, certaines formes de féminisme sont-elles plus mises en avant que d'autres ?

Discours de conclusion : Merci beaucoup pour votre temps et pour le partage de votre expérience. Votre contribution est précieuse pour ma recherche. Si vous le souhaitez, je pourrai vous envoyer un résumé de mes résultats une fois le mémoire terminé. Avant de conclure, souhaitez-vous évoquer un point dont nous n'avons pas parlé et qui vous semble important ?

Annexe 3 – Retranscription synthétique 1 : Alice (pseudonyme)	
Date	Le 20 mars 2026
Chercheuse	Yassielou N'DRI (Y)
Participante	« Alice » (A)

Discours d'introduction

[...]

Y : Ok, donc vous diriez que la plateforme joue un vrai rôle dans votre engagement féministe ?

A : Ah, oui, largement. Sans Instagram, je pense que j'aurais pas été autant poussée à rejoindre des associations et que je l'aurais peut-être jamais fait. Donc ouais, c'est un peu un point d'entrée.

[...]

Y : Ok, super, merci. Et pour parler un peu plus du militantisme sur Instagram, est-ce que vous avez l'impression qu'Instagram influence les contenus que vous voyez ?

A : (rires) C'est flagrant. Si je regarde, je sais pas, une ou deux vidéos d'une meuf qui parle de charge mentale, bah je sais que pendant deux jours mon fil d'actualité sera saturé de ces contenus-là, même si je les consomme plus trop par la suite.

Y : Et est-ce que vous pensez que les contenus féministes militants sont plus ou moins mis en avant par la plateforme ?

A : Bah, je pense que certains contenus doivent être mis en avant plus que d'autres. Ça, je m'en doute. Genre, parfois je me dis ça fait super longtemps que j'ai pas vu une créatrice dans mon feed, et du coup je vais la chercher, et là je vois qu'elle a publié plein de contenus qui m'ont pas été montrés.

Y : Et pourquoi, selon vous, la plateforme voudrait mettre des choses plus en valeur que d'autres ?

A : Je pense que ça doit être lié aux annonceurs, qui veulent pas forcément s'associer à

certaines contenus, et comme la plateforme veut retenir les annonceurs, bah voilà. Je pense qu'Insta cherche des annonceurs et voudra mettre en avant les contenus qui dérangent moins pour pouvoir les vendre. Je doute que des contenus qui parlent de viol ou d'avortement soient très vendeurs (rires), c'est pas très intéressant pour eux.

[...]

Y : Et vous pensez qu'au sein même du mouvement féministe certaines formes peuvent être privilégiées par la plateforme ?

A : Oui, clairement. Je pense que le féminisme qui reste très consensuel, qui remet pas trop les choses en question, quand on parle pas de racisme, de classe, de la police, ça c'est acceptable, on ne dérange pas trop. C'est limite encouragé, pour faire passer la plateforme pour « woke ». Mais quand tu fais des analyses qui mêlent toute forme de domination, là tu sens que c'est peut-être moins ce qui plaît.

Y : Et est-ce que vous avez déjà mis en place certaines techniques pour voir plus de contenus féministes non consensuels ?

A : Moi, je sais par exemple que je regarde tout le temps les vidéos jusqu'au bout, toujours, même si je fais autre chose en même temps. J'ai l'impression que ça joue. Du moins, ça me donne l'impression d'avoir une prise.

[...]

Y : Est-ce que vous avez déjà interagi avec un contenu juste dans l'idée de lui donner plus de visibilité ?

A : Quand c'est des petits comptes, oui, parce que j'ai l'impression qu'ils sont plus susceptibles d'avoir des vidéos censurées, comme peu de personnes vont le remarquer. Je vais liker plusieurs de leurs posts d'un coup comme ça, ça va un peu booster leur compte. Sinon... pas trop parce que sinon Insta te prend pour un bot et te bloque (rires).

[...]

Y : Avant de conclure, si vous deviez qualifier votre rapport à l'algorithme, est-ce que vous diriez que vous jouez « avec » ou « contre » lui ?

A : Oula, elle est compliquée cette question (rires). J'ai envie de dire les deux. Bah je dirais les deux. C'est un peu une sorte de jeu (rires) dans lequel je perds souvent.

[...]

Discours de conclusion

Annexe 4 – Retranscription synthétique 2 : Claire (pseudonyme)	
Date	Le 27 mars 2026
Chercheuse	Yassielou N'DRI (Y)
Participante	« Claire » (C)

Discours d'introduction

[...]

Y : Est-ce que vous avez l'impression que l'algorithme d'Instagram influence les contenus que vous voyez ?

C : Ah oui, totalement. Je pense que les contenus qui me plaisent, ce que je like ou que je regarde longtemps, ça joue et ça fait qu'on m'en propose beaucoup plus. Par exemple, j'ai eu un débat récemment avec une amie. Elle, elle voit que des vidéos positives, genre très « empowering », et moi je vois des trucs beaucoup plus critiques, et on parlait pas du tout de la même chose alors que c'était le même sujet. Donc clairement, Instagram ne montre pas la même chose à tout le monde.

Y : Est-ce que vous pensez que certains contenus sont mis en avant ou au contraire moins diffusés ?

C : Bah moi je pense que c'est pas équitable. Je me souviens que des créatrices militantes avaient parlé de certains contenus politiques ou militants qui disparaissaient vite ou qui faisaient moins de vues que d'autres. Et aussi avec les lobbys, je pense que y a des trucs qui peuvent déranger les politiques et les plateformes peuvent faire en sorte que ça vienne pas chez nous.

Y : Les politiques ? Les politiques de la plateforme ou les politiciens ?

C : Les deux en fait. C'est ça que j'entends par le lobbying. Si les politiciens sont en mode « nous on veut pas trop que ça passe », ils ont l'argent et les moyens de pression face à la plateforme et nous bah on va pas voir.

Y : Et ça arrive aux contenus féministes selon vous ?

C : Oui, je pense surtout quand c'est des contenus qui critiquent vraiment le système ou le pouvoir en place, pas juste des trucs « soft ». Bon, sans vouloir rentrer dans les théories

du complot (rires), je pense qu'on voit pas tout. Et même au niveau des mots utilisés, ça se voit. Les femmes qui parlent de féminisme font exprès d'utiliser d'autres mots pour ne pas être censurées : elles vont mettre des astérisques ou remplacer des mots par des emojis. Du coup, tout le monde comprend, quand on met un emoji, on sait de quoi on parle. Donc oui, l'algorithme censure, mais on commence à le détourner.

Y : Est-ce que vous, en tant que consommatrice, vous avez déjà mis des pratiques en place pour contourner ?

C : Oui, un peu. Par exemple, quand il y a une situation qui me choque et que je veux être sûre qu'elle soit visible, je vais interagir au max. Je republie en story, je like les commentaires, la vidéo aussi, et je commente parfois, même juste un emoji, mais pas plus parce que j'aime pas trop m'étaler en commentaires. Je regarde aussi la vidéo jusqu'au bout et plusieurs fois parce que j'ai entendu que ça joue, que plus la vidéo « vit », plus elle est vue.

[...]

Y : Est-ce que vous pensez que certaines formes de féminisme sont plus mises en avant que d'autres ?

C : Oui, celui des femmes blanches (rires). Les femmes noires, il faut que ce soit un drame pour qu'elles aient de la visibilité, et encore, ça ne touche que notre communauté. Donc oui, le véhicule, la personne qui parle, sa place dans la société, joue sur sa visibilité.

[...]

Y : Si vous deviez qualifier votre rapport à l'algorithme, est-ce que vous diriez que vous jouez « avec » ou « contre » lui ?

C : Moi je dirais que je joue « avec », parce que contre... comment je vais le contourner (rires), il en sait plus que moi (rires).

Y : Et de façon générale, comment percevez-vous Instagram comme lieu d'engagement féministe ?

C : Bah, c'est utile, mais contrairement à d'autres plateformes, je tombe pas autant sur des contenus féministes. Sur TikTok par exemple, je tombe plus facilement sur des contenus engagés, je trouve que ma for you page est plus militante. Je trouve que sur Instagram ça se perd un peu, ou que c'est moins visible.

[...]

Discours de conclusion

Annexe 5 – Retranscription synthétique 3 : Alex (pseudonyme)	
Date	Le 2 avril 2026
Chercheuse	Yassielou N'DRI (Y)
Participante	« Alex » (A)

Discours d'introduction

[...]

Y : Est-ce que vous avez l'impression que l'algorithme influence les contenus que vous voyez ?

A : Oui, clairement. Parce que même si j'ai l'impression d'avoir un feed assez « cohérent », qui correspond à mes intérêts et mes idées, j'ai parfois des choses qui me surprennent. Par exemple, je vois énormément de publications de certains médias très visibles et complètement opposés à mes convictions, alors qu'en principe je suis censée voir ce que je suis susceptible de consommer. Donc je me dis que l'algorithme met certainement certains comptes plus en avant indépendamment de ce que je fais vraiment.

Y : Est-ce que vous pensez aussi que certains contenus pourraient être moins diffusés ? Et si oui, lesquels ?

A : Moi personnellement, je ne m'en rends pas toujours compte directement, mais je vois souvent des comptes féministes se plaindre qu'il y a une baisse soudaine d'engagement surtout lorsqu'ils abordent certains sujets. Du coup, même si moi je les vois pas dans mon fil, je me doute qu'il y a des choses qui se passent « derrière », auxquelles je n'ai pas accès.

Y : Vous auriez une idée de ce qui pourrait créer ces baisses de visibilité ?

A : Ben j'ai l'impression que Meta ne veut pas qu'on parle de certains sujets. L'exemple qui me vient en tête là, bon c'est pas le féminisme, mais c'est par rapport aux posts sur la Palestine, ou même globalement sur des sujets politiques hyper sensibles, j'ai l'impression qu'ils sont moins diffusés. Après, je ne sais pas si c'est vraiment prouvé, mais c'est une idée qui circule beaucoup, donc j'imagine que ça doit venir de quelque part.

Y : Pour en revenir au féminisme, est-ce que vous pensez qu'un certain type de féminisme

pourrait être plus mis en avant qu'un autre ?

A : Oui, je pense. En tout cas, ça a été le cas. J'ai l'impression qu'au début le féminisme était très centré sur les femmes blanches sur Insta, et que progressivement il y a eu un peu plus de place pour les approches intersectionnelles. Mais bon, ça reste toujours imparfait. Et c'est pas qu'un problème d'Insta, je pense que la plateforme représente juste la société, où on voit bien que certaines voix sont plus visibles que d'autres.

[...]

Y : Est-ce que vous avez déjà essayé d'influencer ce que vous voyez ?

A : Pas vraiment de manière consciente. Enfin, je sais qu'en likant, en regardant certains contenus, ça joue, mais je ne sais pas exactement comment. J'ai déjà essayé d'orienter mon feed en faisant un tri volontaire des comptes que je suivais. J'ai arrêté de suivre quasiment tous les influenceurs et beaucoup d'artistes, justement pour laisser plus de place aux contenus féministes qui m'intéressent vraiment.

Y : Est-ce qu'il vous est déjà arrivé de partager ou de soutenir certains contenus dans le but de leur donner plus de visibilité ?

A : Oui, parfois ! Par exemple, comme je disais, quand je vois qu'un compte féministe dit que son engagement est bas, ben je vais faire plus attention à liker, voire partager. Mais je vais moins liker quand je vois que c'est des choses déjà très visibles, parce qu'ils ont moins besoin de moi. Du coup, ouais, en fait y a quand même une forme de stratégie, même si elle est très basique.

[...]

Discours de conclusion

Annexe 6 – Retranscription synthétique 4 : Ines (pseudonyme)	
Date	Le 13 avril 2026
Chercheuse	Yassielou N'DRI (Y)
Participante	« Ines » (I)

Discours d'introduction

[...]

Y : Est-ce que tu as l'impression qu'Instagram influence le contenu que tu vois ?

I : Ah oui à 100 %, fin je sais que je vois pas la même chose que mes copines, qu'on a pas le même feed donc que ça dépend beaucoup d'un utilisateur à l'autre.

Y : Et tu dirais que tous les contenus féministes militants sont traités de la même façon ?

I : Non, je pense pas. Je me suis jamais fait la réflexion moi-même, genre je l'ai jamais vu ou observé, mais j'ai déjà vu plusieurs créatrices dire qu'elles étaient shadowban, donc je pense que ça doit exister. Je crois qu'Insta aime pas forcément certains types de contenus donc ils le mettent pas en avant et nous empêchent de le voir, même si l'algorithme sait sur base de mon profil que c'est censé me plaire, mais je sais pas.

Y : Tu t'es déjà demandé ce qui pourrait expliquer qu'Insta ne mette pas certains contenus en avant ?

I : Je pense qu'il aime pas les contenus qui sont pas consensuels, genre dès que ça va devenir trop « extrême » pour lui, qu'on va sortir des idées déjà acquises, des sujets déjà longuement débattus dans l'espace public, il va se dire « ah, ça je bloque ». Et puis on oublie pas qu'Insta c'est Meta, et qu'ils veulent garder une image toute lisse donc je pense que peu importe le sujet, quand ça devient « trop » militant pour eux, c'est pas ce qu'ils vont mettre en avant.

[...]

Y : Est-ce que tu as déjà mis en place des pratiques pour voir davantage de contenus féministes militants ?

I : Moi je sais que je m'abonne souvent, comme ça je peux aller moi-même sur leur compte

voir ce qu'elles ont posté, au cas où on me le montre pas directement dans mon feed. Ça m'arrive parfois de regarder plusieurs fois la même vidéo aussi pour que l'algorithme pense qu'elle a plus de vues que ce qu'elle a en réalité, mais c'est assez occasionnel, quand je trouve qu'une vidéo mérite plus de crédit. Les créatrices elles-mêmes demandent souvent de liker, partager et commenter pour maximiser l'engagement, du coup je le fais, mais je sais pas s'il y a de vraies techniques qui existent pour pouvoir le contourner. Il fait partie de la plateforme et on fait avec.

Y : Avant de finir, si tu devais qualifier ton rapport à l'algorithme d'Insta, tu dirais que tu joues « avec » ou « contre » lui ?

I : Je pense que je joue « avec » l'algorithme parce que c'est un peu dur d'aller contre eux sur les plateformes. C'est un peu ça qui est à la base de tout, donc aller « contre », je sais pas si c'est vraiment possible. Du coup je joue plus « avec », en essayant de prendre ce que la plateforme nous donne pour essayer de porter nos revendications.

[...]

Discours de conclusion

Annexe 7 – Retranscription synthétique 5 : Nina (pseudonyme)	
Date	Le 17 avril 2026
Chercheuse	Yassielou N'DRI (Y)
Participante	« Nina » (N)

Discours d'introduction

[...]

Y : Est-ce que vous avez l'impression que l'algorithme d'Instagram influence les contenus que vous voyez ?

N : Oui, largement.

Y : Et est-ce que certains contenus sont mis en avant ? Et si oui, lesquels ?

N : Bah... je pense que je vais dire un truc bateau, mais je pense que par exemple moi je vois surtout des contenus qui correspondent à ce que je regarde déjà. Tous les contenus masculinistes ou antiféministes qui pourraient exister, c'est des contenus auxquels je n'ai pas vraiment accès, ou du moins ça ne se présente pas à moi. Et plus largement, je pense que l'algorithme met moins en avant certains contenus qui peut-être ne correspondent pas aux « normes » des plateformes. Donc dans le contexte du militantisme féministe, où peut-être on utilise un langage lié aux violences de genre de manière très directe, ça peut être censuré.

[...]

Y : Est-ce que ça t'est déjà arrivé d'essayer d'influencer ce que l'algorithme te montre ?

N : Ah, ça oui. Je pense que ça se fait automatiquement, même si j'ai quand même des techniques. Si genre je vois une publication féministe qui me plaît, je sais que si je passe plus de temps dessus, on va plus facilement me proposer des trucs du genre. Genre je me dis que si je prends du temps dessus, Instagram va comprendre que ça m'intéresse. Je pense que c'est aussi pour ça que je like, en me disant : « si je like des contenus, les mêmes idées vont revenir souvent dans mon algorithme ».

Y : Est-ce que t'as déjà mis en place des pratiques pour avoir davantage de contenus féministes militants ?

N : Bah si ce n'est m'abonner à des comptes qui se disent féministes et militants. Pour moi, c'est mon acte militantiste de me dire que ces comptes vont me mettre des publications de ce type dans mon algorithme et influencer mon feed. Et parfois je vais même aller voir les comptes suggérés à partir de là, pour en trouver d'autres.

[...]

Y : Et est-ce que vous pensez que certaines formes de féminisme sont moins mises en avant que d'autres ?

N : Oui. Je pense que, historiquement, c'est pas le féminisme intersectionnel qui a été mis le plus en avant, c'est le féminisme blanc bourgeois. Et il y a encore un peu cette notion-là qui a persisté et qui se reproduit sur les plateformes. Mais je pense qu'il y a quand même une hiérarchie des contenus féministes et il faut aller contre ça.

[...]

Y : Si vous deviez qualifier votre rapport à l'algorithme, est-ce que vous diriez que vous jouez « avec » ou plutôt « contre » lui ?

N : Moi je pense que c'est lui qui joue contre moi (rires), même si j'essaie de le contrôler, c'est lui qui me contrôle. Voilà, mon rapport à l'algorithme (rires).

[...]

Discours de conclusion

Annexe 8 – Retranscription synthétique 6 : Lamya (pseudonyme)	
Date	Le 11 mai 2026
Chercheuse	Yassielou N'DRI (Y)
Participante	« Lamya » (L)

Discours d'introduction

[...]

Y : Est-ce que vous pensez que les algorithmes d'Instagram influencent le contenu que vous voyez ?

L : Non, je pense qu'il influence complètement ce qu'on voit, je pourrais pas dire le contraire. Moi j'ai toujours été sensibilisée à ces enjeux-là, ce qui fait que je vais peut-être plus interagir avec ce contenu. Maintenant, y a aussi des périodes où plus globalement certains sujets apparaissent partout, et d'autres disparaissent. Du coup, ouais, l'algorithme y est pour quelque chose.

Y : Et vous pensez qu'un type de contenu féministe pourrait être plus favorisé qu'un autre ?

L : Certains contenus très « safe », ouais. Des trucs autour du self-love, de l'empowerment individuel, du développement personnel... tout ce qui est vraiment seulement du niveau de l'individu, ça reste très visible. Mais peut-être moins les contenus plus radicaux qui parlent des violences systémiques ou de transidentités par exemple. C'est vraiment un féminisme très esthétique, très « confiance en soi », très blanc aussi, qu'on va beaucoup voir, parce que c'est le plus réutilisable.

Y : Et comment est-ce que vous expliquerez ces différences de visibilité ?

L : Je pense que les contenus peut-être trop politiques sont moins intéressants pour les marques et même pour l'image de la plateforme, qui ne s'est jamais vraiment déclarée militante en soit...Oui, je pense que c'est surtout dû à des enjeux économiques et là, y a certains féminismes, plus doux, qui sont plus « compatibles » avec Instagram que d'autres. Mais en fait, je sais pas s'ils circulent moins par volonté de la plateforme, ou s'ils perdent en visibilité parce qu'ils sont plus signalés. Donc il faut aussi prendre en compte que ce sont des formes de féminisme peu consensuelles qui attirent les haters.

[...]

Y : Est-ce que vous avez déjà eu l'impression d'être freinée dans la création d'un contenu, par exemple par rapport à votre irrégularité de publication ?

L : Je sais pas si ça rentre dans votre cadre d'étude, parce que je ne suis pas convaincue que ce soit vraiment le sujet qui avait posé problème, mais le fait que je poste de façon super irrégulière. Et les plateformes aiment l'activité, que ça bouge, et te « punissent » un peu en visibilité quand tu ne produis pas assez régulièrement. C'est plus dans ce sens-là que je dirais que la plateforme me met peut-être moins en avant.

Y : Et savoir ça vous a déjà amenée à modifier votre comportement dans votre création de contenus ?

L : Poster plus régulièrement. Souvent, je prépare des posts en avance et je les poste à différents moments de la journée, aux heures qui semblent propulser l'engagement. J'avais entendu par exemple qu'il fallait publier le matin parce que c'est là que les gens consultent leurs téléphones en prenant leur petit déjeuner, et le soir, quand ils rentrent du boulot. Et les plateformes aiment pas rester plusieurs jours sans poster ou interagir.

[...]

Y : Avant de conclure, si vous deviez qualifier votre rapport à l'algorithme, diriez-vous que vous jouez « avec » ou « contre » lui ?

L : Ah, ça c'est une bonne question (rires). Je sais pas si je pourrais répondre. Y a des jours j'essaie d'un peu défier l'algorithme parce que j'ai envie de me dire « si j'ai envie de poster, je poste ». C'est un espace important, mais trop instable. T'as l'impression d'essayer de contourner quelque chose que tu comprends jamais vraiment. Et au final, parfois, t'as quand même envie de te dire que tu as un impact.

[...]

Discours de conclusion

Annexe 9 – Retranscription synthétique 7 : Hannah (pseudonyme)	
Date	Le 12 mai 2026
Chercheuse	Yassielou N'DRI (Y)
Participante	« Hannah » (H)

Discours d'introduction

[...]

Y : Est-ce que certains contenus sont potentiellement plus mis en avant que d'autres ?

H : Ouais, je pense. Déjà tout ce qui est contenu qui fait de la publicité pour des produits etc., tout ça s'est mis en avant. Sinon les contenus un peu humour etc., mais quand c'est des contenus plus sérieux avec des mots plus sensibles, souvent c'est des mots-clés, c'est beaucoup moins poussé, ouais.

Y : Vous pensez qu'il y a un féminisme qui pourrait être plus mis en avant que d'autres ?

H : Je pense que plus le sujet est sensible ou radical, moins il va être propulsé. Par contre, si c'est des opinions un peu « débutantes » dans le féminisme, on va dire plus « large », je pense que ça, ça sera beaucoup plus mis en avant. Le féminisme qui comprend les femmes racisées et les femmes trans, surtout, va être moins poussé parce que bah je pense qu'il est juste moins accepté par la société at large.

Y : Vous avez une idée peut-être de comment expliquer ces différences de visibilité ?

H : Je pense que d'abord, il y a des mots-clés que quand les plateformes les entendent, elles baissent la visibilité. Tout ce qui va être des mots comme « viol », « agression sexuelle », tous ces mots-là, je pense vont être censurés. C'est pour ça qu'il y a plein de personnes qui se censurent elles-mêmes, qui disent des « V » pour « viol » parce que c'est une manière un peu de contourner ça. Et aussi je pense qu'il y a des opinions qui peuvent plus déranger, qui demandent de la remise en question.

Y : Est-ce que vous, personnellement, vous avez déjà eu l'impression d'être freinée dans la création d'un contenu ?

H : Je sais qu'il y a une période, plus maintenant, mais il y a une période où si j'avais juste un débardeur, un crop top, etc., ça m'interdisait de poster. Alors que pour le coup, on voyait des hommes avec des débardeurs. Moi, juste un débardeur ou un crop top, ça me mettait

mon post automatiquement en plus de 18 ans, du coup il n'y avait que les personnes majeures confirmées qui pouvaient voir mon contenu, ou parfois ça me le supprimait carrément.

[...]

Y : Est-ce que ça vous arrive d'essayer d'influencer ce que l'algorithme vous montre ?

H : Sur mon compte, si je vais faire une vidéo un peu sensible, j'essaie de poster des vidéos simples, drôles, que je sais qui vont marcher, avant et après pour essayer de booster les vues sur mon compte et améliorer la visibilité. Je vais aussi censurer des mots ou couper le son pour pas que ce soit flag. Des fois je mets des hashtags assez généraux pour que ça touche le plus de monde possible, j'essaie de laisser tous les commentaires ouverts, de repartager, de pousser aux partages de mes vidéos. Il y a beaucoup d'étapes pour pousser l'algorithme dans le bon sens. Et quand je vois les rares vidéos qui passent avec des mots très crus, j'essaie de les liker pour pousser ce type de contenu.

Y : Et toutes ces techniques, vous les avez apprises comment ?

H : Y a des choses que j'avais testées moi-même et qui avaient marché, et après c'est vrai que j'avais vu des personnes qui conseillaient comment pousser ce type de contenus. [...] Quand je veux en apprendre sur un thème que je pense va être censuré, je fais beaucoup de recherches dans la barre de recherche. Des hashtags, des mots-clés, etc., parce que je sais que ça a un impact direct sur ce qu'on va recevoir après dans nos recommandations.

[...]

Y : Et bien, si vous deviez qualifier votre rapport à l'algorithme, est-ce que vous diriez que vous jouez « avec » ou que vous jouez plutôt « contre » ?

H : Alors au tout début de mon compte, j'essayais vraiment de voir ce qui marchait, tester les limites, voir quelles vidéos allaient passer. Mais en fait le truc, c'est que t'essaies toujours de faire ce qui marche, mais l'algorithme change assez régulièrement j'ai l'impression. Du coup, des fois, en voulant jouer « pour » l'algorithme, j'ai joué « contre » sans faire exprès. Mais je trouve quand même que ça s'est amélioré, parce que depuis que j'ai plus d'abonnés, vu que je fais du contenu majoritairement féministe, j'ai plus d'abonnés qui sont dans ce milieu-là et mon contenu marche mieux.

[...]

Discours de conclusion

Annexe 10 – Retranscription synthétique 8 : Ophélie (pseudonyme)	
Date	Le 17 mai 2026
Chercheuse	Yassielou N'DRI (Y)
Participante	« Ophélie » (O)

Discours d'introduction

[...]

Y : Pour rentrer un peu plus dans ce qui touche aux algorithmes, est-ce que vous avez l'impression que les plateformes influencent ce que vous voyez ?

O : Oui, évidemment. J'ai l'impression que c'est vraiment une logique de personnalisation. J'ai l'impression que c'est pareil pour moi : « I built this brick by brick » (rires). Je suis fière de mon algorithme que j'ai vraiment entraîné à me montrer certains contenus, même sur le féminisme.

Y : Est-ce que pour vous, dans le contexte militant, il y a des contenus féministes qui pourraient être plus mis en avant que d'autres ?

O : Alors oui, clairement. Il y a une créatrice que je suis, et en fait elle parlait du fait qu'elle est blanche, qu'elle a un langage soutenu et que tout ça, ça l'aide à être poussée. Même si elle a des points de vue qui sont radicaux, elle parle de cette conscience d'avoir des contenus qui sont plus poussés pour ces aspects-là. Et qu'elle connaît d'autres militantes qui ont beaucoup moins de visibilité et qu'elle pense qu'elles sont moins poussées par les plateformes parce qu'elles ne sont pas dans ces privilèges-là.

Y : Et de façon générale, comment tu perçois Instagram comme lieu d'engagement féministe ?

O : J'en ai beaucoup moins, mais il y a quoi 4 ans, quand j'ai commencé à chercher pour trouver un collectif féministe à Bruxelles, j'ai l'impression qu'il y en avait un peu plus. Maintenant, tout le contenu féministe se passe plus sur TikTok. J'ai l'impression qu'il y a moins de contenu féministe militant sur Instagram, qui il y a 4 ans faisait beaucoup de carrousels pédagogiques, explicatifs, avec des slides de présentation. Maintenant c'est vrai que j'ai l'impression que j'en vois plus du tout.

Y : Et comment tu expliquerais peut-être cette différence ?

O : Peut-être que j'en consomme moins. Je pense que mon comportement a changé, parce que comme mon algorithme était entraîné pour ça, j'en avais quand même beaucoup. Et au bout d'un moment, moi ça me plombait un peu le moral, donc à un moment j'ai un peu désengagé de ces contenus. Du coup si j'ouvre un contenu sans mon compte, il me montre ce qui est poussé, et souvent ce qui est poussé c'est pas du féminisme, c'est des contenus divertissants nuls et bizarres (rires).

[...]

Y : Si tu devais décrire ton rapport à l'algorithme, tu dirais que tu joues « contre » lui ou plutôt « avec » ?

O : Plutôt avec. Après je pense qu'il me connaît tellement bien qu'il sait quoi me pousser et à quel moment. Je pense qu'il y a quand même une très grosse logique de personnalisation, que je passe beaucoup de temps dessus et qu'il sait à quelle heure je préfère regarder des contenus divertissants et à quelle heure je préfère regarder des contenus militants. Du coup je suis plutôt contente, je me dis qu'il me propose ce que je veux voir.

[...]

Discours de conclusion

Annexe 11 – Retranscription synthétique 9 et 10 : Marie et Chloé (pseudonyme)	
Date	Le 17 mai 2026
Chercheuse	Yassielou N'DRI (Y)
Participante	« Marie » (M) et « Chloé » (C)

Discours d'introduction

[...]

Y : Est-ce que vous auriez l'impression que les algorithmes influencent le contenu que vous voyez ?

M : Bah oui, hein, quand même.

Y : Est-ce que vous avez l'impression qu'un certain type de contenu pourrait davantage être mis en avant qu'un autre ?

C : Ça dépend de ce que tu regardes, par exemple je sais que si je like une vidéo, après j'aurai plein de vidéos de ce même style entre guillemets.

M : Même si y a quand même des choses qui t'intéressent et que tu veux avoir sur ta page, y a quand même des trucs qui sont cachés, censurés. Donc même si t'as envie de voir des choses, y a des trucs qu'on arrive pas à voir, qu'il faut chercher loin pour aller trouver.

Y : Et pour toi, pourquoi il y aurait des choses qu'on arrive pas à voir ?

C : Bah je dirais que c'est ce que les gens consomment. Le féminisme qui correspond aux attentes de la société... Mais c'est vraiment important que nous, en tant que personnes, quand on est sur les réseaux et qu'on voit des idées sur le féminisme qui ont aucun lien avec les attentes de la société, bah c'est à nous aussi de partager, mettre en story, parce que parfois ça permet aux gens de le découvrir et de se remettre en question.

Y : Est-ce que vous avez déjà eu des pratiques spécifiques pour donner de la visibilité à un contenu ?

C : Bah je dirais les pratiques de base : partages, story. Même parfois partager sur une autre plateforme, TikTok. Ou même, imaginons on lit un livre sur le féminisme, qu'on a une idée qu'on veut partager, bah juste des fois faire une vidéo pour en parler. Même si on

est pas influenceurs. Ça invite les gens à s'éduquer là-dessus. Inciter à regarder, même chez les hommes.

Y : Et est-ce que ça vous est déjà arrivé d'essayer d'influencer ce que l'algorithme vous montre ?

M : Oui quand même. Je pense pas que ce soit quelque chose de compliqué, mais je pense pas que ce soit quelque chose de définitif. Dans le sens où tu fais des recherches, tu vas retrouver ce type de contenu quelque temps. Mais en fait l'algorithme est fait pour te changer les idées, te faire voir autre chose. Donc tu vas pas pouvoir avoir un contenu en particulier longtemps.

[...]

Y : Et du coup, est-ce que vous pensez que des contenus pourraient être censurés ou moins diffusés ?

C : Je pense que ça peut être les utilisateurs, mais aussi les plateformes. Par rapport aux plateformes, c'est ce que j'ai dit au niveau du pays. Et la vision des choses dans certains pays, par exemple des pays où les femmes ont aucun droit, bah si une femme décide de faire une vidéo, la vidéo va sauter par le réseau en tant que tel. Et ça peut aussi venir des utilisateurs : des hommes qui sont pas d'accord avec ton contenu vont signaler, et à partir de ce moment ta vidéo peut être supprimée. Le fait d'être dans un pays qui ne prône pas ces idées-là, les modalités sur les réseaux font que ton contenu sera moins visible sur un sujet qui ne correspond pas aux valeurs du pays.

[...]

Y : Si vous deviez qualifier votre rapport à l'algorithme, vous diriez que vous jouez « avec » ou « contre » lui ?

M : On se fait juste berner. J'avoue que je me pose pas plus de questions que ça parfois, parce que c'est rare quand j'essaie de gérer mon algorithme, c'est vraiment quand je veux un certain contenu précis. Sinon, les choses viennent assez naturellement.

C : Moi j'influence mon algorithme en fonction des réseaux. Sur Instagram, je laisse l'algorithme faire ce qu'il veut, même si je consomme du contenu féministe, je consomme aussi d'autres contenus. Mais pas sur TikTok par exemple, je m'abonne qu'à des gens qui publient du contenu constructif, politique, militant, parce que je sais que TikTok c'est plus addictif. Alors j'essaie de faire en sorte que le contenu que j'y consomme m'apporte plus de choses plutôt que perdre des neurones en chemin.

[...]

Discours de conclusion

Annexe 12 – Retranscription synthétique 11 : Lili (pseudonyme)	
Date	Le 19 mai 2026
Chercheuse	Yassielou N'DRI (Y)
Participante	« Lili » (L)

Discours d'introduction

[...]

Y : Est-ce que vous avez l'impression que les algorithmes mettent en avant certains contenus plus que d'autres ?

L : Ben c'est assez compliqué de répondre à cette question parce que moi la plupart des contenus que je suis sont des contenus engagés, donc forcément moi je suis amenée à ce que l'algorithme me propose. Je pourrais pas vraiment répondre à cette question de manière juste. Parce que les réseaux, c'est très très personnalisé, et ça se base vraiment beaucoup sur ce qu'on consomme déjà.

Y : Est-ce que dans la création de votre contenu vous avez déjà pris en compte l'algorithme ?

L : Oui, mais je dirais plutôt sur mon physique. C'est vrai que je vois tout de suite la différence. Quand j'avais commencé, je considérais que ce qui importait, c'était ce que je disais. Mais pas du tout. Une femme, ce qui importe, c'est beaucoup ta manière de te présenter, si t'es maquillée ou pas, si t'es bien coiffée, si t'es manucurée, ça fera la différence. Et moi maintenant que je commence à beaucoup plus m'apprêter dans mes vidéos, ça fonctionne beaucoup mieux.

Y : Comment vous expliquerez ces différences de visibilité ?

L : Bah tout simplement parce qu'en fait internet c'est le prolongement direct de la réalité. Même dans la vraie vie, quand t'es apprêtée, quand t'es une femme bien habillée, bien coiffée, bien maquillée, on t'écouterait plus que si tu ne l'es pas.

[...]

Y : Est-ce que vous avez déjà essayé d'influencer votre algorithme, ou des pratiques pour voir certains contenus ?

L : Bah après je sais que moi il y a certains influenceurs dont les positionnements politiques me posent énormément de problèmes, donc je les ai bloqués. Mais à part ça je fais pas autre chose par rapport à influencer l'algorithme. Par contre j'interagis beaucoup avec les contenus avec lesquels je suis d'accord. Je fais au mieux pour les mettre en avant. Repartager, liker.

[...]

Y : Et est-ce que dans la création de contenu vous développez des techniques pour éviter la censure ?

L : Ouais c'est vrai que ça en fait il faut toujours développer des espèces de techniques, ne pas dire le mot génocide, ne pas dire le mot palestine. En fait tu développes plein de tactiques comme ça pour que tes vidéos soient mises en avant. Quand on parle de violences sexuelles, de viol, tout ce qui est lié de près ou de loin à la violence, soit violence physique, sexuelle, tous ces mots ont tendance à être censurés. Et ces techniques-là, ce sont des conseils qui circulent dans les sphères militantes principalement.

Y : Est-ce que vous avez l'impression de comprendre le fonctionnement de l'algorithme ?

L : Oui, parce que c'est un peu bête et méchant l'algorithme, il faut parler de l'actualité, poster régulièrement. Et après ça fonctionne. Mais ça respecte vraiment des logiques de production où il faut vraiment produire beaucoup, c'est juste pour faire en sorte qu'on aille le plus possible sur l'application.

[...]

Y : Avant de finir, si vous deviez qualifier votre rapport à l'algorithme, vous diriez que vous jouez « avec » ou « contre » lui ?

L : Je fais tout pour aller dans le sens de l'algorithme, parce que sinon je trouve c'est un peu inutile de créer du contenu pour aller à l'encontre. Ça prend du temps de créer du contenu militant, qui déjà n'est pas rémunéré, donc en plus si je dois aller à l'encontre de l'algorithme (rires).

[...]

Discours de conclusion

Annexe 13 – Retranscription synthétique 12 : Agatha (pseudonyme)	
Date	Le 19 mai 2026
Chercheuse	Yassielou N'DRI (Y)
Participante	« Agatha » (A)

Discours d'introduction

[...]

Y : Est-ce que vous auriez l'impression que les algorithmes mettent en avant certains contenus plus que d'autres ?

A : Ah oui oui, de toute manière ça c'est sûr. Ce que j'ai remarqué moi au fil des années, parce que là je remonte sur 10 ans de réseaux sociaux, c'est que d'une part les contenus féministes sont plutôt invisibilisés sur les réseaux sociaux par rapport au contenu lifestyle, au contenu avec les marques, notamment parce que les comptes qui vont porter des sujets féministes vont porter des idées politiques pour beaucoup et donc elles vont être moins considérées pour les marques. J'ai travaillé dans l'influence et je sais que voilà, avoir une créatrice de contenu politisée, c'est pas toujours le top pour les marques. Et à l'intérieur du contenu féministe, il y a aussi des strates qui vont être plus ou moins mises en valeur. J'ai l'impression que les contenus un petit peu lisses de vulgarisation vont passer, typiquement tout ce qui va être humoristique aussi va être plus mis en valeur, tout ce qui va déclencher de l'émotion positive.

Y : Et est-ce que vous pensez que tout ça c'est dû à une logique marchande, ou il peut vraiment y avoir une volonté des plateformes elles-mêmes ?

A : Bah disons que clairement sur X maintenant que c'est possédé par une personne d'extrême droite, je pense que clairement il y a une volonté de mettre en valeur certains contenus. Pour Facebook Instagram et tout l'univers Meta, je saurais pas dire. Mais on a vu que par exemple sur tous les sujets liés à la Palestine, il y a des contenus qui sont moins mis en valeur justement parce qu'ils dénoncent certaines choses, donc ce serait pas exclu.

Y : Est-ce que vous avez déjà essayé d'influencer votre algorithme pour qu'il vous propose peut-être plus de certains contenus ?

A : Oui, moi je mets un point d'honneur à entraîner mon algorithme justement pour avoir

un maximum de contenus qui me conviennent et qui vont m'apporter quelque chose. Donc dès que je suis pas intéressée, dès que c'est quelqu'un qui a des idées politiques vraiment opposées aux miennes, je bloque, et ça permet après à l'algorithme de proposer les contenus qui sont le plus en ligne avec mes idées. C'est une véritable « bataille de l'algorithme ».

Y : Et est-ce que vous interagissez aussi avec les contenus qui vont avec vos idées ?

A : Oui, évidemment. Avec les contenus qui me plaisent et avec lesquels je suis en accord, je prends le temps de commenter, de repartager, etc. Avant je le faisais un peu par réflexe, mais de plus en plus et notamment sur TikTok, je trouve que c'est important. Je le fais parce que je veux soutenir des créateurs de contenu ou je veux soutenir une certaine parole, et donc je le fais avec plus de conscience.

[...]

Y : Est-ce que vous avez déjà observé des créatrices particulièrement mises en avant ou au contraire des militantes qui avaient disparu des plateformes ?

A : En dehors des algorithmes, on a remarqué que de toute manière les créatrices de contenu qui vont le plus correspondre à un certain modèle acceptable par la société vont être celles qui vont être le plus mises en valeur. Ça va être des créatrices de contenu qui vont être plutôt minces, plutôt blanches, plutôt bourgeoises. Et sur TikTok, j'ai l'impression que c'est pas toujours le cas et qu'on va avoir justement comme sur Twitter cette idée que grâce aux personnes qui vont répondre, les haters entre guillemets, il va y avoir des montées de certains sujets malgré le fait qu'ils soient pas particulièrement lisses. Certaines militantes féministes intersectionnelles ont disparu des plateformes, notamment à cause des algorithmes et de la façon dont elles ont été traitées.

Y : Et ces représentations de l'algorithme, comment est-ce que vous les avez construites ?

A : Ils sont déjà très opaques et on n'a pas toutes les informations sur les algorithmes. J'ai une compréhension minimale, on va dire. J'ai découvert la pratique du blocage en visionnant des vidéos de personnes qui décrivaient cette stratégie, avant de l'intégrer progressivement dans mon propre usage. J'aimerais pas être trop visible non plus, parce que je sais justement que ça peut être dangereux. Ça peut être dangereux de porter des idées politiques par rapport au job dans lequel je suis par exemple. C'est vrai que ça peut être un frein aussi à la création.

[...]

Discours de conclusion

Annexe 14 – Grille de codage

Codes	Indicateurs	Verbatims
Usages d'Instagram et rapport à la plateforme	● Type de contenus consommés ● Types d'interaction ● Rôle d'Instagram dans l'engagement ● Instagram par rapport à d'autres plateformes ● Rapport affectif ou critique à la plateforme	« j'ai un peu une relation toxique avec Insta » (Alex) « c'est surtout un flux d'informations. Je suis des comptes, je consomme, je regarde » (Claire) « elle joue ce rôle-là dans mon engagement. C'est facile d'accès et les personnes que je suis me donnent les infos que j'ai sans vraiment avoir à chercher » (Alex) « c'est un peu là-bas que je vois les manifs qui vont avoir lieu, ou même que j'entends parler d'affaires dont j'aurais jamais entendu parler avant » (Inès) « l'éducation, surtout. Parce que c'est beaucoup d'info, que ce soit des points historiques, des concepts, des théories » (Ophélie) « c'est surtout un moyen de me sentir moins seule dans mon combat. Ça m'aide à légitimer un peu ce que je ressens » (Alice) « sans Insta j'aurais peut-être pas accès à autant de contenus féministes. Tout est au même endroit et accessible partout » (Lamy) « le contenu féministe il se passe plus sur TikTok. J'ai l'impression qu'il y a moins de contenu féministe militant sur Instagram » (Ophélie) « contrairement à d'autres plateformes, je tombe pas autant sur des contenus féministes. Sur TikTok, je tombe plus facilement sur des contenus engagés » (Claire)

		« sur Instagram, je laisse l'algorithme faire ce qu'il veut, même si je consomme du contenu féministe, je consomme aussi d'autres contenus. Mais pas sur TikTok » (Chloé)
Formes d'engagement féministe numérique	• Entrée dans le militantisme • Pratiques de diffusion et de relais • Rapport au militantisme Liens entre engagement numérique et hors-ligne	« avec le mouvement #MeToo, il y a eu comme un switch sur le contenu que l'on voyait sur les réseaux. Et depuis j'ai commencé à consommer des contenus féministes beaucoup plus politisés » (Alice) « je crée pas de contenu directement moi-même, c'est plus de l'information et du relais » (Claire) « je suis une grande fan de la fonctionnalité republier, surtout quand c'est quelque chose qui nécessite du soutien » (Inès) « c'est à nous aussi de partager, mettre en story, parce que parfois ça permet aux gens de le découvrir et de se remettre en question » (Chloé) « sans Instagram, je pense que j'aurais pas été autant poussée à rejoindre des associations et que je l'aurais peut-être jamais fait. C'est un peu un point d'entrée » (Alice) « je suis montée à Paris et j'ai rencontré ma meilleure amie. On était les seules femmes racisées de ce groupe en classe.

		<i>Alors on a commencé à faire un compte Instagram » (Lili)</i> <i>« s'abonner à des comptes militants, pour moi c'est mon acte militantiste » (Nina)</i> <i>« si je mets un like, c'est d'une certaine manière un acte symbolique, comme pour dire « je suis d'accord », « je soutiens » » (Nina)</i> <i>« j'interagis avec des gens en commentaire. Avec des gens qui sont pas forcément d'accord » (Marie)</i> <i>« même si on est pas influenceurs. Ça invite les gens à s'éduquer là-dessus. Inciter à regarder, même chez les hommes » (Chloé)</i>
Circulation et visibilité des contenus féministes militants	● Distinction féminisme « soft » / féminisme intersectionnel ou radical ● Perception d'une hiérarchie liée au genre, à la race, à la classe ● Rôle des logiques marchandes ● Références au popular feminism Dimension temporelle et politique	<i>« le féminisme qui reste très consensuel, qui remet pas trop les choses en question, quand on parle pas de racisme, de classe, de la police, ça c'est acceptable, on ne dérange pas trop » (Alice)</i> <i>« les femmes noires, il faut que ce soit un drame pour qu'elles aient de la visibilité, et encore, ça ne touche que notre communauté. Le véhicule, la personne qui parle, sa place dans la société, joue sur sa visibilité » (Claire)</i> <i>« des trucs autour du self-love, de l'empowerment individuel, du développement personnel, ça reste très visible. C'est vraiment un féminisme très esthétique, très blanc, qu'on va beaucoup voir, parce que c'est le plus réutilisable » (Lamy)</i> <i>« certains féminismes, plus doux, sont plus « compatibles » avec Instagram que d'autres » (Lamy)</i> <i>« ça va être des créatrices plutôt minces, plutôt blanches, plutôt bourgeoises qui auront une place de choix sur les algorithmes et sur la scène médiatique »</i>

		(Agatha) <i>« elle est blanche, elle a un langage soutenu et que tout ça, ça l'aide à être poussée, même si elle a des points de vue radicaux » (Ophélie)</i> <i>« je doute que des contenus qui parlent de viol ou d'avortement soient très vendeurs, c'est pas très intéressant pour eux » (Alice)</i> <i>« historiquement, c'est pas le féminisme intersectionnel qui a été mis le plus en avant, c'est le féminisme blanc bourgeois. Et il y a encore un peu cette notion-là qui persiste et se reproduit sur les plateformes » (Nina)</i> <i>« le féminisme qui comprend les femmes racisées et les femmes trans, surtout, va être moins poussé parce qu'il est juste moins accepté par la société at large » (Hannah)</i> <i>« en 2020 on avait beaucoup de contenus queer, féministes, parce que c'était vraiment l'avènement de ça. Mais maintenant beaucoup moins, peut-être qu'Instagram essaie d'adapter ses thèmes en fonction du climat politique actuel » (Hannah)</i> <i>« certaines militantes féministes intersectionnelles ont disparu des plateformes, notamment à cause des algorithmes et de la façon dont elles ont été traitées » (Agatha)</i>
Perceptions et imaginaires algorithmiques	● Théories informelles sur le fonctionnement de l'algorithme ● Facteurs identifiés comme influençant la visibilité ● Références au shadowban ● Sentiment d'opacité	<i>« c'est un peu bête et méchant l'algorithme, il faut parler de l'actualité, poster régulièrement. Et après ça fonctionne » (Lili)</i> <i>« ils sont déjà très opaques et on n'a pas toutes les informations sur les algorithmes. J'ai une compréhension minimale, on va dire » (Agatha)</i>

	● Dimension collective des imaginaires ● L'algorithme comme acteur non neutre	« j'essayais vraiment de voir ce qui marchait, tester les limites, voir quelles vidéos allaient passer » (Hannah) « après, ça reste hypothétique, donc je sais pas si ça fonctionne » (Nina) « c'est ma logique, je sais pas si ça fonctionne vraiment, mais j'ai l'impression » (Inès) « je vois des publications de médias très visibles et complètement opposés à mes convictions, alors qu'en principe je suis censée voir ce que je suis susceptible de consommer. L'algorithme met certainement certains comptes plus en avant indépendamment de ce que je fais vraiment » (Alex) « t'essaies toujours de faire ce qui marche, mais l'algorithme change assez régulièrement j'ai l'impression. Des fois, en voulant jouer « pour » l'algorithme, j'ai joué « contre » sans faire exprès » (Hannah) « c'est un espace important, mais trop instable. T'as l'impression d'essayer de contourner quelque chose que tu comprends jamais vraiment » (Lamy) « même si j'essaie de le contrôler, c'est lui qui me contrôle » (Nina) « je me suis jamais fait la réflexion moi-même, genre je l'ai jamais vu ou observé, mais j'ai déjà vu plusieurs créatrices dire qu'elles étaient shadowban, donc je pense que ça doit exister » (Inès) « je vois souvent des comptes féministes se plaindre qu'il y a une baisse soudaine d'engagement surtout lorsqu'ils abordent certains sujets. Je me doute qu'il y a des choses qui se passent « derrière », auxquelles je n'ai pas accès » (Alex) « je ne pense pas que c'est équitable. Des
--	--	---

		<i>créatrices militantes avaient parlé de certains contenus politiques qui disparaissaient vite ou qui faisaient moins de vus » (Claire)</i> <i>« c'est une idée qui circule beaucoup, donc j'imagine que ça doit venir de quelque part » (Alex)</i> <i>« certaines de mes tactiques de contournement me viennent directement de conseils qui circulent dans les sphères militantes » (Lili)</i> <i>« j'ai l'impression que Meta ne veut pas qu'on parle de certains sujets, par rapport aux posts sur la Palestine ou même globalement sur des sujets politiques hyper sensibles » (Alex)</i> <i>« si les politiciens sont en mode « nous on veut pas trop que ça passe », ils ont l'argent et les moyens de pression face à la plateforme » (Claire)</i> <i>« le fait d'être dans un pays qui ne prône pas ces idées-là, les modalités sur les réseaux font que ton contenu sera moins visible sur un sujet qui ne correspond pas aux valeurs du pays » (Chloé)</i>
Tactiques d'adaptation	● Construction active du feed ● Substitutions lexicales et <i>algospeak</i> ● Stratégies de publication ● Solidarité algorithmique ● Manipulation de l'engagement ● Degré de conscience stratégique	<i>« je mets un point d'honneur à entraîner mon algorithme pour avoir un maximum de contenus qui me conviennent » (Agatha)</i> <i>« c'est une véritable « bataille de l'algorithme » » (Agatha)</i> <i>« j'ai arrêté de suivre quasiment tous les influenceurs et beaucoup d'artistes, justement pour laisser plus de place aux contenus féministes qui m'intéressent vraiment » (Alex)</i> <i>« j'interagis délibérément avec des publications militantes pour éviter qu'Instagram me remette du contenu plus commercial ou divertissant » (Lamya)</i>

		« je m'abonne souvent comme ça je peux aller moi-même sur leur compte voir ce qu'elles ont posté, au cas où on me le montre pas directement dans mon feed » (Inès) « j'ai bloqué des créateurs aux positions politiques opposées aux miennes » (Lili) « je passe très vite les vidéos indésirables, pour ne pas « aider la vidéo à avancer » algorithmiquement » (Agatha) « tu développes plein de tactiques comme ça pour que tes vidéos soient mises en avant » (Lili) « on utilise des « V » pour parler du viol. C'est une manière un peu de contourner ça » (Hannah) « les créatrices féministes utilisent des astérisques ou des emojis de substitution pour éviter la censure. Tout le monde comprend, quand on met un emoji, on sait de quoi on parle » (Claire) « si je vais faire une vidéo un peu sensible, j'essaie de poster des vidéos simples, drôles, que je sais qui vont marcher, avant et après pour essayer de booster les vues » (Hannah) « il faut parler de l'actualité, poster régulièrement. Ça respecte vraiment des logiques de production où il faut vraiment produire beaucoup » (Lili) « je prépare des posts en avance et je les poste à différents moments de la journée, aux heures qui semblent propulser l'engagement » (Lamy) « quand on est sur les réseaux et qu'on voit des idées sur le féminisme qui ont aucun lien avec les attentes de la société, c'est à nous aussi de partager » (Chloé) « quand je vois les rares vidéos qui passent avec des mots très crus, j'essaie
--	--	--

		de les liker pour pousser ce type de contenu » (Hannah) « quand je vois qu'un compte féministe dit que son engagement est bas, je vais faire plus attention à liker, voire partager » (Alex) « ça m'arrive parfois de regarder plusieurs fois la même vidéo pour que l'algorithme pense qu'elle a plus de vues que ce qu'elle a en réalité » (Inès) « je regarde tout le temps les vidéos jusqu'au bout, toujours, même si je fais autre chose en même temps. J'ai l'impression que ça joue. Du moins, ça me donne l'impression d'avoir une prise » (Alice) « je sais qu'en likant, en regardant certains contenus, ça joue, mais je ne sais pas exactement comment. Je n'ai pas de stratégie claire, ça dépend » (Alex)
Contraintes et tensions liées à l'engagement	● Fatigue émotionnelle ● Fatigue algorithmique ● Expériences d'autocensure ● Contraintes liées à l'exposition ● Instabilité perçue des tactiques d'adaptation ● Tension entre cohérence militante et exigences de performabilité	« comme mon algorithme était entraîné pour ça, j'en avais quand même beaucoup. Et au bout d'un moment, ça me plombait un peu le moral, donc à un moment j'ai un peu désengagé de ces contenus » (Ophélie) « une vraie fatigue militante associée à l'exposition permanente aux violences, aux débats, aux réactions agressives, et à la nécessité de produire du contenu qui « fonctionne » » (Lamya) « j'aimerais pas être trop visible non plus, parce que je sais justement que ça peut être dangereux. Ça peut être dangereux de porter des idées politiques par rapport au job dans lequel je suis » (Agatha) « ça prend du temps de créer du contenu militant, qui déjà n'est pas rémunéré, donc en plus si je dois aller à l'encontre de l'algorithme » (Lili)

		« j'avais juste un débardeur, un crop top, et ça m'interdisait de poster. Alors que pour le coup, on voyait des hommes avec des débardeurs » (Hannah) « une femme, ce qui importe, c'est beaucoup ta manière de te présenter, si t'es maquillée ou pas, si t'es bien coiffée. Ça fera la différence » (Lili) « j'évite généralement de laisser des commentaires parce que je trouve ça trop « exposé » » (Nina) « j'hésite à commenter par peur du regard des autres ou par honte » (Marie) « je préfère mettre un emoji plutôt que de m'étaler publiquement en commentaires » (Claire) « après une série de suppressions de vidéos, j'ai arrêté de publier certains contenus, non pas par choix politique, mais par peur d'être bannie » (Hannah) « des hommes qui sont pas d'accord avec ton contenu vont signaler, et à partir de ce moment ta vidéo peut être supprimée » (Chloé) « les femmes racisées, trans ou queer subissent le harcèlement, les raids de commentaires, les menaces de manière plus intense » (Lamya) « tu peux te faire insulter copieusement en commentaire et signaler, il va rien se passer. Alors que l'inverse, on prend des blâmes beaucoup plus facilement, avec un petit mot de travers » (Agatha) « il faut pas rester plusieurs jours sans poster ou interagir » (Lamya) « les algorithmes montrent aux gens ce qu'ils veulent voir et ce qu'ils ont l'habitude de voir. Je doute que des contenus féministes militants puissent réellement atteindre des jeunes filles
--	--	--

		évoluant dans des sphères idéologiques très éloignées » (Agatha) « je pense que, comme c'est déjà un sujet sensible pour moi, j'ai peut-être plus interagi avec ce type de contenu, donc on m'en propose plus. Je pense que quelqu'un qui n'est pas plus intéressé que ça ne va pas tomber autant que moi sur ce genre de contenu » (Alex)
Formes de résistance et de négociation	● Résistance explicite ● Résistance tactique ● Réappropriation des contraintes ● Rapport au système ('jouer avec' vs 'jouer contre') ● Paradoxe (alimenter le système qu'on critique) et conscience de celui-ci	« j'essaie de ne pas trop me plier aux règles des algorithmes » (Lamy) « je fais tout pour aller dans le sens de l'algorithme, parce que sinon je trouve c'est un peu inutile de créer du contenu pour aller à l'encontre » (Lili) « moi je pense que c'est lui qui joue contre moi, même si j'essaie de le contrôler, c'est lui qui me contrôle » (Nina) « je joue avec l'algorithme parce que c'est un peu dur d'aller contre eux sur les plateformes. Je joue plus « avec », en essayant de prendre ce que la plateforme nous donne pour essayer de porter nos revendications » (Inès) « moi je dirais que je joue « avec », parce que contre... comment je vais le contourner, il en sait plus que moi » (Claire) « j'ai envie de dire les deux. C'est un peu une sorte de jeu dans lequel je perds souvent » (Alice) « y a des jours j'essaie d'un peu défier l'algorithme parce que j'ai envie de me dire « si j'ai envie de poster, je poste ». Même si ça touche pas tout le monde, ça touchera des gens quand même, et sûrement les bonnes personnes » (Lamy) « on se fait juste berner. J'avoue que je me pose pas plus de questions que ça parfois » (Marie)

		<i>« je suis fière de mon algorithme que j'ai vraiment entraîné à me montrer certains contenus, même sur le féminisme » (Ophélie)</i> <i>« les femmes qui parlent de féminisme font exprès d'utiliser d'autres mots, des astérisques ou des emojis pour ne pas être censurées. Tout le monde comprend, quand on met un emoji, on sait de quoi on parle » (Claire)</i> <i>« je fais beaucoup de recherches dans la barre de recherche sur des hashtags, des mots-clés, parce que je sais que ça a un impact direct sur ce qu'on va recevoir après dans nos recommandations » (Hannah)</i> <i>« j'interagis beaucoup avec les contenus avec lesquels je suis d'accord. Je le fais de plus en plus avec conscience, parce que je veux soutenir une certaine parole » (Agatha)</i> <i>« il n'a jamais été aussi facile d'être informée et féministe qu'aujourd'hui, selon moi » (Alex)</i>
--	--	---

RÉSUMÉ DU MÉMOIRE

Aujourd'hui, les plateformes numériques jouent un rôle particulièrement central dans les mobilisations contemporaines. Des plateformes comme Instagram offrent en effet de nouvelles possibilités d'action et reconfigurent profondément les modalités mêmes de l'action collective. Toutefois, la visibilité des discours militants sur ces plateformes dépend en grande partie de systèmes algorithmiques dont le fonctionnement réel reste particulièrement difficile à saisir. Dans ce contexte, ce mémoire s'intéresse à la façon dont les utilisatrices engagées dans la circulation de contenus féministes militants sur Instagram composent avec ces logiques algorithmiques. Plus précisément, il s'agit d'étudier non seulement les perceptions des utilisatrices de ces dispositifs, mais aussi la façon dont celles-ci influencent leurs pratiques d'engagement.

Pour répondre à cette question, cette recherche mobilise une méthodologie mixte. Un questionnaire exploratoire a d'abord été diffusé, avant d'être complété par des entretiens semi-directifs, qui ont permis d'approfondir les perceptions et expériences des participantes.

Les résultats montrent que les utilisatrices développent des savoirs informels sur le fonctionnement algorithmique, construits à partir de leurs expériences, mais également nourris par les échanges au sein d'espaces militants. Ces savoirs servent ainsi de repères dans un environnement perçu comme opaque et permettent aux utilisatrices de développer différentes tactiques. Certaines évitent par exemple des termes qu'elles considèrent comme sensibles ou adaptent leurs formats de publications, tandis que d'autres cherchent à influencer ce qui apparaît dans leur environnement numérique.

L'enquête met également en évidence une hiérarchisation perçue des discours féministes sur les plateformes. Ainsi, les contenus les plus intersectionnels ou les plus « radicaux » sont perçus par les participantes comme davantage exposés à des formes d'invisibilisation. Cette perception repose sur l'idée que les plateformes tendent à reproduire les inégalités déjà présentes hors ligne. Au-delà des contenus, le statut social lui-même de la personne qui s'exprime est perçu comme un facteur d'invisibilisation algorithmique.

Enfin, les entretiens montrent l'existence d'une forme de fatigue algorithmique, liée à l'effort que suppose l'adaptation aux normes présumées des plateformes. Ce

travail, rarement perçu comme tel mais pourtant omniprésent, peut finir, à terme, par épuiser les militantes et les conduire à réduire, voire à abandonner, leur engagement sur la plateforme.

Mots clés : militantisme féministe ; plateformes numériques ; algorithmes ; Instagram ; visibilité ; résistance algorithmique ; folk théories ; platformisation