



**Université  
Gustave Eiffel**

## **L'influence de TikTok sur la lecture chez les jeunes**

Léane Ernest

sous la direction de Christophe Prieur



Mémoire de recherche  
2022-2023

Master Cultures et Métiers du Web | Université Gustave Eiffel



## Remerciements

L'écriture de ce mémoire n'aurait pas été possible si je n'avais pas été accompagnée tout au long de l'année.

Tout d'abord, j'aimerais remercier messieurs Marchandise et Prieur, qui m'ont orientée, encadrée et aidée tout au long de mon travail. En m'aidant à mieux cibler mon sujet et à organiser mon travail, ils m'ont permis de mettre mes résultats fortement en avant dans ce mémoire.

J'aimerais également remercier deux influenceuses qui ont très gentiment accepté de partager mon questionnaire auprès de leurs abonnés et ainsi me permettre d'obtenir de très nombreuses réponses. Je remercie donc Agathe de la chaîne Brunelle sur Instagram et Tess sur Twitter.

De la même façon, je souhaite remercier les libraires de la FNAC du Val d'Europe Laure et France, qui ont accepté de répondre à mes questions et m'ont partagé leurs expériences autour de l'influence de TikTok. Sans elles, je n'aurais pas eu la même compréhension de l'importance de TikTok en librairie.

Je remercie également mes amis et proches qui m'ont soutenue, répondu à mes questions, donné leurs avis et écouté mes plaintes. Je remercie donc Maëlle, Zélie, Andreas, Mathilde, Eve-Elise et Lola.

Enfin, j'aimerais me remercier moi-même pour avoir réussi à réaliser ce mémoire et avoir rendu un travail dont je suis fière.



## Table des matières

<b>Remerciements</b>	<b>1</b>
<b>Table des matières</b>	<b>3</b>
<b>Introduction</b>	<b>6</b>
<b>I. Le lecteur face à ses choix : la sociabilité littéraire et la montée du numérique</b>	<b>13</b>
A. La sociabilité littéraire avant le numérique	13
1) Historique des sociabilités littéraires	13
2) La lecture : une forte dimension sociale	17
3) Formes de socialisations et prescriptions littéraires pré-numériques	20
B. Le numérique : le lecteur face à un bouleversement des modes de prescriptions	29
1) Le livre numérique : un usage varié pour les lecteurs	29
2) La prescription : définition	33
3) La sociabilité horizontale : des nouvelles dynamiques pour le lecteur	35
C. De nombreux espaces de prescription	38
1) Typologie des plateformes	38
2) Evolution du modèle économique de la recommandation	45
3) TikTok, un nouveau réseau social	47
<b>II. #BookTok : une enquête pour comprendre son importance pour les lecteurs</b>	<b>56</b>
A. #BookTok : une multitude de créateurs	56
1) Méthodologie d'observation	56
2) Une grande variété de créateurs sur #BookTok	58
3) Un effet de starification et de buzz	61
B. Une étude des vidéos	63
1) Typologie des vidéos	63
2) Scénographie et langage visuel	74
3) #BookTok : un lieu de divertissement	80
C. Etude des commentaires comme lieux d'échange	83
1) Les commentaires : témoins de la curiosité des lecteurs	83
2) #BookTok : un espace de compliments	89
3) #BookTok : une occasion de partage de la lecture	92
4) #BookTok : un espace de prescription ?	94
<b>III. Une enquête pour comprendre les lecteurs sur #BookTok</b>	<b>101</b>
A. Une enquête auprès des jeunes lecteurs	101
1) Le questionnaire : méthodologie de recherche	101

2) Profil des répondants	103
3) Une observation en librairie	107
<b>B. TikTok : un espace de prescription ?</b>	<b>107</b>
1) Les lecteurs sur #BookTok	109
2) Les dynamiques de prescription sur #BookTok	113
3) Une confiance au créateur ?	119
<b>C. #BookTok : des recommandations qui diffèrent selon les genres</b>	<b>122</b>
1) Les genres lus par les répondants	122
2) Etude des livres lus par les répondants	125
3) La romance : le genre le plus populaire sur #BookTok	147
<b>Conclusion</b>	<b>152</b>
<b>Annexes</b>	<b>154</b>

## Introduction

En tant que grande lectrice et utilisatrice des réseaux sociaux, je consomme du contenu en lien avec les livres sur YouTube et Instagram depuis plusieurs années. J'ai pu à de nombreuses reprises être influencée par des vidéos YouTube pour mes achats et mes lectures. En 2020, je me suis créée un compte sur TikTok par simple curiosité et je me suis assez rapidement retrouvée sur #BookTok : la communauté livresque sur TikTok. Je consomme du contenu autour des livres sur l'application depuis et c'est même grâce à TikTok que je me suis remise à la lecture début 2021, grâce aux conversations mettant grandement en valeur certaines séries comme *Un Palais d'Épines et de Roses* de Sarah J. Mass. Bien que plus présente sur les communautés anglaises et américaines, j'ai pu observer la montée en popularité de #BookTok sur les sphères françaises et francophones. Au fil des mois et des ans, les maisons d'éditions ont compris la popularité de TikTok et son influence sur les lecteurs : des stickers sont apparus sur les livres populaires sur #BookTok pour le signifier aux clients en librairie. En parlant de librairie, j'ai vu en ligne des librairies avec des étagères ou tables consacrées aux livres présents sur #BookTok. Mes années sur BookTube ou Bookstagram ne m'avaient pas préparé à ce fort engouement : la popularité d'un roman sur une application est désormais devenue un argument de vente pour les éditeurs et les libraires ! Ces divers aspects m'ont fait me questionner sur TikTok, #BookTok et plus globalement sur la question d'être un lecteur à une période où il est facile de se sentir noyé par une forte quantité de contenu en ligne. Ces questionnements m'ont permis de définir un sujet d'étude : **l'influence de TikTok sur la lecture chez les jeunes.**

Il s'agit donc d'un sujet qui étudie le monde culturel, et plus précisément celui de la prescription littéraire, sur les réseaux sociaux. L'enjeu est fort pour moi : je veux comprendre si TikTok a vraiment un pouvoir d'influence sur les lecteurs, si oui quels et surtout comment ils sont influencés. Mais avant de prolonger ces questionnements, une présentation de TikTok, #BookTok et leurs impacts sur le monde littéraire est nécessaire, afin de comprendre l'étendue du sujet.

TikTok, on le reverra, est une application de partage de vidéos qui a été créée en 2016 par l'entreprise chinoise ByteDance. Au fil des ans et de l'évolution de la plateforme, TikTok s'est transformée d'une application de partage de danse à un véritable lieu d'échange et de

création de communautés. C'est ainsi que progressivement #BookTok est apparu : fusion des mots "book" (livre en anglais) et TikTok, le terme #BookTok définit la communauté livresque sur l'application dans sa diversité de créateurs, genres lus et langues parlées. C'est aux Etats-Unis que le phénomène s'est d'abord développé avec des créateurs venant d'autres réseaux sociaux et de nombreux abonnés. Les retombées de #BookTok se sont rapidement vues sur les chiffres des ventes aux Etats-Unis : le roman *The Song of Achilles* (Le chant d'Achilles en français) de Madeline Miller a été grandement mis en avant sur l'application et 10 ans après sa sortie il est devenu un *bestseller*. Les auteurs se sont donc eux aussi lancés sur #BookTok pour toucher un public différent, plus jeune, à la recherche de contenus. Toujours aux Etats-Unis, l'autrice Alex Aster<sup>1</sup> a parlé de son roman *Lightlark* dans ses vidéos pendant des mois, créant une attente autour du livre. Finalement, elle a réussi à signer un contrat avec une maison d'édition, son roman va être traduit dans de nombreuses langues et va être adapté en film. Ces éléments d'historique rapide pointe vers une forte influence de #BookTok sur le monde livresque américain.

En France, la situation est quelque peu différente, le phénomène ayant pris plus de temps à prendre de l'ampleur et n'étant pas forcément pris au sérieux par les médias et la presse, qui ne voient en #BookTok que des jeunes filles qui lisent de la romance. Il n'empêche que TikTok s'avance comme étant un acteur de plus en plus important de la culture, et notamment pour le livre. Le #BookTok français gagne donc en visibilité depuis environ 2021 et les créateurs sont mis en avant par les maisons d'édition mais également par l'application. La communauté française est donc constituée de centaines de créatrices et créateurs et des millions de spectateurs et abonnés. Les créateurs, ou *BookTokers* recommandent des livres et les abonnés consomment du contenu, mais la situation n'est-elle pas plus complexe que ça ? Nous reviendrons sur cet aspect.

#BookTok, c'est un espace où la lecture, plus que jamais, est un phénomène social, qui lie les gens : la lecture est une activité réalisée par amour du livre, certes, mais aussi pour faire comme ce qui est populaire chez ses amis. En effet, les utilisateurs de TikTok sont principalement des jeunes adultes et adolescents, chez qui les dynamiques d'influence sont d'autant plus susceptibles de fonctionner car ils sont à la recherche de communautés, d'endroits où ils peuvent s'exprimer. #BookTok est donc un espace qui questionne, intrigue et

---

<sup>1</sup> <https://www.tiktok.com/@alex.aster>



fortement critiqué : les livres mis en avant étant souvent très populaires, certains publics plus classiques les jugent comme des lectures non légitimes.

Pour la rédaction de ce mémoire, j'ai fait de nombreuses recherches pour comprendre les dynamiques qui entourent la prescription littéraire et les usages des lecteurs. #BookTok n'est en effet pas un phénomène sans racine qui est apparu seul : il est le résultat d'évolutions techniques (internet, réseaux sociaux) et sociales (sociabilité littéraire, les communautés de lecteurs). Je vais donc présenter quelques lectures et auteurs qui m'ont aidé à appréhender ces sujets complexes.

Tout d'abord, j'aimerais mentionner *Louis Wiart et son livre *La prescription littéraire en réseau : enquête dans l'univers numérique**<sup>2</sup>. Cette lecture m'a semblé être inévitable pour la réalisation de ce mémoire car tous les articles que j'ai lus sur le sujet de la prescription en ligne le *mentionnait*. En tant que premier ouvrage auquel j'ai vraiment porté un grand intérêt, cette lecture a été pour moi fondamentale. Bien que plus axé sur les plateformes que sur les lecteurs, ce livre m'a donné des clés de compréhension sur la sociabilité littéraire, la prescription et les plateformes socionumériques de lecteurs qui ont grandement éclairé ma compréhension du sujet et de ses enjeux.

Une autre autrice qui m'a grandement accompagnée lors de mes recherches et de ma rédaction est Emmanuelle Guittet. Ses différents travaux sur les lecteurs m'ont placée du côté du lecteur et de ses attentes, comportements et usages dans sa recherche de recommandations littéraires. Les entretiens qu'elle a menés pour sa thèse *Lecteurs et lectrices de roman face à la prescription littéraire*<sup>3</sup> offrent des aperçus dans les fonctionnements des lecteurs et ce qu'ils attendent de leurs espaces de prescription.

Ces deux premières références sont des travaux sur les lecteurs, dans leurs pratiques personnelles de la lecture, et les plateformes socionumériques de lecteurs. Pour mieux appréhender les dynamiques autour des communautés de lecteurs, je me suis alors tournée

---

<sup>2</sup> WIART Louis, *La prescription littéraire en réseaux : enquête dans l'univers numérique*, Presses de l'ENSSIB, 2017

<sup>3</sup>GUITTET Emmanuelle, PEQUIGNOT Bruno (dir), *Lecteurs et lectrices de romans face à la prescription littéraire : Une enquête sociologique sur les choix de lecture à l'ère numérique*, Paris, 2018

vers Bérénice Watty<sup>4</sup> et notamment son article sur les e-communautés de lecteurs. Cet article questionne l'avenir du livre dans un monde où le numérique est devenu un aspect essentiel de nos relations aux autres. Son article explore donc des sujets comme les communautés en ligne, leurs définitions et comment ce terme s'associe aux lecteurs.

Cela m'a poussé à me questionner sur la **lecture sociale** et la **sociabilité littéraire**. Ces deux concepts sont des sujets plus difficiles à définir et appréhender. J'ai donc lu des extraits de Maurice Agulhon et son travail sur les sociabilités dans les espaces bourgeois au XIX<sup>ème</sup> siècle<sup>5</sup>. Pour plus d'informations sur le sujet, je me suis dirigée vers la thèse de Adeline Clerc dont le sujet était *Le monde du livre en salons*<sup>6</sup>. Ces deux auteurs peignent une vision de la sociabilité littéraire claire et compréhensible, qui m'ont permis de comprendre les dynamiques de sociabilité autour du livre.

Enfin, une des dernières clés de compréhension qui me manquait pour appréhender globalement mon sujet concerne les habitudes de lecture des jeunes. Pour mieux les comprendre, j'ai décidé de me tourner vers une étude qui a été réalisée en 2022 par l'IPSOS pour le Centre National du Livre<sup>7</sup> et portant sur les habitudes de lecture des jeunes de 7 ans à 25 ans. Bien que plus large que mon sujet d'étude, qui commence à 13 ans, comme nous le verrons plus tard, cette étude donne beaucoup de données sur les lectures faites par les jeunes, leurs goûts et leurs espaces de prescriptions privilégiés.

Ces lectures ainsi que mes propres questionnements sur #BookTok m'ont conduit à écrire une problématique centrée autour du lecteur : **de quelle façon TikTok influence les jeunes sur leurs choix de lecture et leurs habitudes de consommation littéraire ?** Cette problématique met donc en jeu deux aspects forts sur #BookTok : la lecture de livres mais aussi l'achat et la consommation. Répondre à cette problématique est aussi répondre à une liste de questions plus précises :

- Est-ce que TikTok fait lire ?

---

<sup>4</sup> WATTY Bérénice, "Les e-communautés de lecteurs : une nouvelle vie du livre?", in COLLE-BAK Nathalie, LATHAM Monica, TEN EYCK David (dir), *Les vies du livres : passées, présentes et à venir*, Nancy, Presses universitaires de Nancy, 2010, p. 231-250.

<sup>5</sup> AGULHON Maurice, *Le cercle dans la France Bourgeoise 1816-1848 : étude d'une mutation de sociabilité*, Paris, Armand Colin, 1977.

<sup>6</sup> CLERC Adeline, **FLEURY Béatrice** (dir), *Le monde du livre en salon : le livre sur la place à Nancy (1979-2009)*, Thèse de doctorat, Nancy, 2011.

<sup>7</sup> IPSOS, *Les jeunes Français et la lecture*, CNL, 2022.

- Quels genres sont représentés ?
- Quels livres sont mis en avant ?
- Qui regarde les vidéos ?
- Est-ce que les spectateurs interagissent avec le contenu ?
- Est-ce que l'argument de TikTok est un levier efficace en librairie ?

Ces questions m'ont donc guidé lors de ma réflexion autour de mes terrains : je souhaitais qu'ils me permettent d'apporter des réponses claires et précises à ces questionnements et me placent en témoin des comportements des lecteurs.

Pour ce faire, j'ai donc sélectionné trois terrains, complémentaires, qui observent le lecteur de trois façons différentes : sur TikTok, en librairie et dans leur pratique de la lecture.

Mon premier terrain est donc un terrain d'observation pure : il se situe sur **#BookTok**. A travers ce terrain, je souhaite observer les vidéos postées par les créateurs et en tirer une typologie : formats des vidéos, sujets abordés, genres et livres mentionnés, la place des partenariats et tendance dans les contenus. Ce terrain est double et est également l'occasion d'observer les commentaires des vidéos et comprendre les comportements et usages que les contenus suscitent. J'ai donc fait une **sélection de 62 vidéos**, récupérées grâce aux hashtags utilisés, que j'ai étudiées et analysées. Cette étude en trois temps : créateurs, vidéos et spectateurs a pour objectif de mettre en avant les usages en place sur #BookTok concernant les discours, habitudes de lecture ou encore modes de consommation.

Mon deuxième terrain est un **questionnaire publié sur les réseaux sociaux intitulé "Enquête sur TikTok et les jeunes"**. Ce questionnaire de 20 questions est à destination des jeunes âgés de 13 à 25 ans, ayant lu au moins un livre au cours des 12 derniers mois. Il s'adresse donc aux lecteurs, de n'importe quel type de lecture : quel que soit le format ou le genre de lecture, l'avis du lecteur était le bienvenu. Après un mois de circulation, ce questionnaire a reçu 718 réponses. Les questions étaient tournées autour de deux axes principaux : les habitudes de lecture du répondant et son utilisation de TikTok. L'objectif de ce questionnaire était de rassembler assez de réponses pour pouvoir dresser le portrait des personnes influencées par #BookTok en comprenant pourquoi, par quoi et qui elles étaient influencées et pour quels livres. Mes analyses des résultats vont notamment se baser sur des comparaisons entre les répondants et une comparaison avec les résultats de l'enquête du CNL

sur les jeunes et la lecture. Cette dernière analyse est également une façon pour moi de légitimer mes résultats, quand ils concordent avec ceux du CNL.

Enfin, mon dernier terrain est également un **terrain d'observation, mais en librairie cette fois-ci**. Similairement aux usages qui se sont développés aux Etats-Unis, je voulais trouver une librairie en Ile-de-France avec une table ou une étagère mettant en avant les livres populaires sur #BookTok. Après avoir parcouru plusieurs librairies et grandes surfaces culturelles, j'ai trouvé une table ayant une place centrale à la FNAC du Val d'Europe. Mon observation s'est alors déroulée en trois étapes : tout d'abord, j'ai discuté avec deux libraires de la FNAC, dont la chargée de la table. Cette discussion avait pour objectif de comprendre les choix faits autour de la table : pourquoi ces livres, pourquoi ce lieu, etc. De plus, il s'agissait d'une façon pour moi d'avoir le point de vue de professionnels du livre sur #BookTok et son effet sur les ventes, notamment au niveau du rayon romance. Suite à cette discussion, j'ai choisi de revenir deux fois pour observer : un samedi et un dimanche. Ces choix ont été motivés par les publics fréquentant le magasin à ces occasions : beaucoup de jeunes filles le samedi et beaucoup de familles le dimanche. J'ai également parlé à quelques clients afin de comprendre leurs comportements et qu'ils m'expliquent leurs choix. Cette observation est pour moi le moyen de voir si les comportements vus sur #BookTok et déclarés dans mon questionnaire se reflètent dans la vraie vie et si #BookTok permet vraiment de vendre des livres. En effet, l'observation de la table et l'échange avec les clients m'a permis de mesurer leur connaissance et utilisation de l'application.

Ces trois terrains sont donc complémentaires et ont été un moyen d'avoir une vision globale de #BookTok tout en comprenant ces enjeux, usages et comportements. La définition et l'étude de ces terrains m'ont également aidé lors de la constitution du plan de ce mémoire.

Dans une première partie, nous allons étudier la sociabilité littéraire dans un contexte de montée du numérique. Cette partie est donc consacrée à une mise en contexte historique de la sociabilité littéraire et de la lecture sociale et ce, dans un contexte de mutation des pratiques et usages avec le développement d'internet. Cette partie sera également l'occasion d'aborder les différentes plateformes de prescription littéraires en ligne, et notamment leurs mutations rapides. Enfin, pour conclure cette partie, nous aborderons TikTok, son fonctionnement mais également son influence sur la culture en général.

Cela va nous permettre de faire une transition vers la deuxième partie de ce mémoire qui est entièrement consacrée à l'observation de #BookTok. Cette observation est organisée en trois axes principaux. Premièrement, les créateurs, leur diversité et leur starification. Ensuite, je vais conduire une étude des vidéos qu'on peut trouver sur l'application et les différents comportements que l'on peut y voir, comme la mise en scène des créateurs et des livres. Mon troisième axe est pour moi le plus essentiel : il s'agit de l'observation du commentateur dans sa fonction de lecteur qui questionne, précise et approfondit les discours du créateur.

Enfin, ma troisième partie sera tournée vers l'analyse et l'explicitation des résultats de mon questionnaire et de l'observation en librairie. Après une première phase de méthodologie et d'analyse des profils des répondants à l'enquête, je m'intéresserai au genres littéraires mis en avant sur #BookTok et notamment la romance, à laquelle les lecteurs semblent être très réceptifs. Ensuite, j'analyserai les réponses des répondants concernant les critères importants pour le choix d'un livre et ce qui fait qu'une recommandation sur TikTok est écoutée. Je questionnerai enfin deux aspects : la surconsommation sur #BookTok et la définition du lecteur pour les répondants.

## I. Le lecteur face à ses choix : la sociabilité littéraire et la montée du numérique

Le lecteur est, depuis les années 1990, mis face à des nouvelles technologies qui introduisent **des** nouveaux usages et comportements. Ces usages ont modifié sa sociabilité littéraire et les dynamiques de prescription : le numérique a entraîné la création de très nombreuses plateformes de partage de la lecture. Le lecteur **doit donc se positionner** face à ces nouvelles dynamiques. De plus, les plateformes évoluent vite et le lecteur doit être en constante évolution pour pouvoir appréhender et comprendre les nouvelles problématiques autour de la prescription littéraire.

### A. La sociabilité littéraire avant le numérique

Avant de nous pencher sur l'arrivée du numérique et ses conséquences sur le lecteur et le monde du livre, il convient de nous intéresser à la sociabilité littéraire, aux dynamiques de prescription et de socialisation avant son arrivée. Nous nous prêtons ici à un rapide balayage de ces différents sujets. Cela va nous permettre d'appréhender l'importance du web sur les lecteurs.

#### 1) *Historique des sociabilités littéraires*

La sociabilité littéraire est un terme complexe qu'il convient tout d'abord de définir : cela nous permet de comprendre l'étendue des dynamiques sociales de la lecture. De plus, dresser un rapide historique des sociabilités littéraires nous permet de comprendre comment le numérique et les réseaux sociaux ont bouleversé le monde du livre.

##### a. Définitions

La sociabilité littéraire est "un mécanisme social à l'oeuvre dans des formes instituées telles que le cercle, le salon<sup>8</sup>". La sociabilité est la capacité de nouer des liens avec autrui. L'approche socio-technique de la sociabilité littéraire définie par Maurice Agulhon fait reposer son existence sur la joie provoquée par l'interaction entre les personnes sur des sujets

---

<sup>8</sup> <http://ressources-socius.info/index.php/lexique/21-lexique/165-sociabilite>

ayant trait au livre<sup>9</sup>. Cette définition permet de prendre la lecture non pas comme une pratique individuelle mais bien comme sujette à des interactions entre les individus. Ce plaisir pour la lecture encourage l'individu vers le collectif. Il existe de nombreux cadres de sociabilité littéraire : cercles amicaux, familiaux, travail, école, etc.

Un salon littéraire peut avoir plusieurs définitions : il peut être de l'ordre du public ou du privé. En effet, si le "s" de salon prend une minuscule, on se trouve alors dans le domaine du privé et on évoque une "réunion d'hommes de Lettres, de personnalités des arts, des sciences, de la politique, dans une demeure particulière<sup>10</sup>". Cela fait référence notamment aux salons littéraires du XVII<sup>ème</sup> siècle, que nous étudierons plus en détail. A l'inverse, le "Salon" avec une majuscule référence des grands événements tel que le Salon du Livre. Il s'agit alors d'un événement public où les professionnels du livre (maisons d'édition et auteurs) vont à la rencontre du grand public.

#### b. Les salons littéraires

Bien que des traces puissent en être retrouvées avant le XVII<sup>ème</sup> siècle, comme pendant l'Antiquité à Rome avec les *Recitatio*, les salons littéraires sont en France la plus frappante marque de la sociabilité littéraire.

Ils apparaissent au XVII<sup>ème</sup> siècle, sous le règne de Louis XIII et prennent une grande envergure pendant les Lumières. Ces salons pouvaient avoir plusieurs noms : cénacles, cercles ou bien sociétés. Ce sont durant ces salons que s'est construite la tradition pour un groupe de personnes de lettres de parler de littérature : très aristocratiques et mondains, ils sont des lieux fermés et très hiérarchiques.

Ce sont des lieux où "se construit, s'exerce, se partage et se ressource l'esprit moderne<sup>11</sup>". De nombreux groupes de discussion étaient organisés et avaient chacun leur spécificité. Ces espaces étaient des lieux d'échanges et de conversation autour de nombreux sujets, notamment la littérature contemporaine. L'Académie Française est un exemple de ce

---

<sup>9</sup> AGULHON Maurice, *Le cercle dans la France Bourgeoise 1816-1848 : étude d'une mutation de sociabilité*, Paris, Armand Colin, 1977.

<sup>10</sup> CLERC Adeline, FLEURY Béatrice (dir), *Le monde du livre en salon : le livre sur la place à Nancy (1979-2009)*, Thèse de doctorat, Nancy, 2011.

<sup>11</sup> <https://gallica.bnf.fr/essentiels/repere/salons-litteraires-xviiiie-siecle>

qui a pu être fait grâce à ces réunions de lettrés : créée en 1636, elle tient ses origines dans le “cercle de Conrart”, un groupe de lettrés se retrouvant de façon informelle mais qui participait également au salon de Rambouillet. Ce sont ces réunions secrètes qui ont inspiré à Richelieu la création de l’Académie Française.

C’est cependant au XVIII<sup>ème</sup> siècle que les salons littéraires prennent une plus grande ampleur. Représentants de leur époque, ils incarnent l’élégance, le libertinage et la légèreté. A cela se superposent les pensées des Lumières : philosophie, premières idées révolutionnaires, etc. La conversation n’est plus tournée uniquement vers le futile mais également vers le discours critique et l’émergence de l’opinion publique. Cela reste cependant des réunions en huis clos, où seul un groupe très fermé de personnes à accès. La place de l’écrivain est alors complexe : le salon est un lieu où il peut déclamer ses œuvres, être vu et entendu. Cependant, il est soumis **au** dynamique de pouvoir et dépend directement des puissants dont il recherche la protection et la gratification<sup>12</sup>.

c. *A partir du XIX<sup>ème</sup> siècle : diversification des sociabilités littéraires*

Le XIX<sup>ème</sup> siècle est l’avènement de la société bourgeoise et les bouleversements politiques se succèdent. Ce siècle marque un tournant dans les pratiques d’échanges autour du livre, on est face à une démocratisation des échanges. Les salons littéraires des siècles précédents sont critiqués pour leur élitisme et sont dévalorisés. En 1830 s’installe la sociabilité du cercle, c’est-à-dire une forme de sociabilité où les individus ne s’affilient pas par hasard mais parce qu’ils s’identifient aux autres. Les cercles vont se multiplier dans le monde littéraire.

Alors que les salons littéraires perdent leur pouvoir, de nouvelles instances montent en puissance : **des** nouveaux publics apparaissent grâce à l’augmentation des tirages, des cercles et cafés littéraires apparaissent ainsi que des cabinets de lecture et la presse se développe, notamment la presse périodique<sup>13</sup>. La critique littéraire formulée lors de ces instances est héritée de l’époque des salons : “elle est faite de bavardages, immédiate réaction et échange

---

<sup>12</sup> LILTI Antoine, 2005, Le monde des salons. Sociabilités et mondanité à Paris au XVIII<sup>e</sup> siècle, Paris, Fayard.

<sup>13</sup> AGULHON Maurice, *Le cercle dans la France Bourgeoise 1816-1848 : étude d’une mutation de sociabilité*, ibid.



disert et vif, destiné à disparaître une fois la réunion terminée et passée l'actualité<sup>14</sup>». Ce type de critique a enflé avec l'essor du journalisme.

Le statut de l'écrivain change lui aussi : il peut gagner sa vie sans avoir besoin obligatoirement qu'un puissant le parraine et le protège. Le livre devient un objet de consommation populaire, plus accessible à la population qui est davantage instruite. L'opinion sur la littérature ne dépend plus des salons mais du public et de la presse. L'écrivain n'est donc plus soumis au pouvoir des aristocrates mais l'importance grandissante des organes de presse et de l'opinion public sont de nouveaux acteurs qu'il doit prendre en compte. En effet, ces derniers peuvent rendre un auteur célèbre ou non.

Au XX<sup>ème</sup> siècle, grâce au développement de l'éducation, de la pratique de la lecture et de l'industrie du livre, on assiste à une prolifération des dispositifs d'échange et de critique littéraire. La pratique de la lecture, qui était alors plutôt réservée à des espaces fermés, investit l'espace public : foires du livre, librairies, cafés, bibliothèques, etc. Plusieurs types de lieux se développent alors :

- **Les lieux de ventes** : dès la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle il y a une multiplication des librairies en France. Ce besoin de livres s'étend jusque dans les grandes surfaces où sont introduits les rayons livres. Tout au long de la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle, il y a une diversification des points de vente, jusqu'à la vente en ligne.  
Ces espaces de vente sont également des espaces sociaux : ils peuvent accueillir des manifestations autour du livre, comme des séances de dédicaces ou des rencontres avec des auteurs par exemple.
- **Les lieux institutionnels** : ces lieux se multiplient dès les années 1970 avec l'augmentation du nombre d'étudiants en études supérieures et le développement des équipements culturels des territoires. Ce sont des lieux comme des musées, des bibliothèques ou bien des archives et écoles.

---

<sup>14</sup> CHARTIER Anne-Marie, HEBRARD Jean, *Discours sur la lecture (1880-2000)*, Paris, Fayard, 2000.

- **Les lieux de manifestation littéraire** : il s'agit de lieux où les professionnels du livre rencontrent le grand public. Ce sont souvent des salons du livre, qui sont plus ou moins spécialisés.

On assiste ainsi à une démocratisation des échanges autour de la lecture, du livre et de la littérature. A l'origine réalisés par l'élite bourgeoise et aristocrate, ces échanges sont désormais à la portée de tous et les lieux de sociabilité littéraire se multiplient.

## 2) *La lecture : une forte dimension sociale*

Souvent perçue comme une activité solitaire par définition, il existe en réalité plusieurs modalités de comportement vis-à-vis de ses lectures et les lecteurs adoptent des usages sociaux variés.

### a. Les usages sociaux de la lecture

Dans leur ouvrage *Histoires de lecteurs*, Claude Poliak, Bernard Pudal et Gérard Mauger présentent quatre grands usages sociaux de la lecture<sup>15</sup>. Ces usages représentent des types de rapport au texte différents, qui témoignent de comportements et attentes différents de la part des lecteurs :

- **La lecture esthète** : il s'agit d'une forme de lecture distanciée et désintéressée lors de laquelle le lecteur porte son intérêt sur le texte en soi : le style de l'auteur, l'écriture et la forme du récit ont une grande importance plutôt que son fond. Ce type de lecture concerne plutôt des lecteurs lettrés, avec un fort capital scolaire et culturel, qui sont à la recherche de lectures jugées légitimes.
- **La lecture de divertissement** : à l'opposée de la lecture esthète, la lecture de divertissement regroupe les fonctions d'évasion, d'identification aux personnages, d'évocation d'émotions ou bien du développement de l'imaginaire. Ce type de rapport au texte donne souvent lieu à une forte implication du lecteur et est la plupart du temps lié au genre romanesque. La lecture de divertissement est rendue possible par

---

<sup>15</sup> MAUGER Gerard, POLIAK Claude, PUDAL Bernard, *Histoires de lecteurs*, Broissieux, Editions du Croquant, 2010.

une bonne compréhension du texte par le lecteur : la difficulté du texte doit donc être assez faible. Cependant, tous les lecteurs ne peuvent pas avoir une lecture de divertissement pour les mêmes livres : ce type de lecture dépend des compétences de chaque lecteur.

- **La lecture didactique** : ce type de lecture prend appui sur l'apprentissage et une volonté de la part du lecteur de retirer de la connaissance de ses lectures. Cela ne concerne pas uniquement des lectures de manuels ou livres spécifiquement tournés vers l'apprentissage mais peut concerner des romans : ce qui compte ici est que l'intention du lecteur soit de tirer quelque chose d'utile de sa lecture. Ainsi des romans avec des récits basés sur la vie réelle ou avec un cadre historique représentent des lectures didactiques.
- **La lecture de salut** : on parle de lecture de salut quand le lecteur cherche à travers ses lectures à trouver des clés pour vivre sa vie. Souvent lié aux textes religieux, ce type de lecture dépend entièrement de l'usage que le lecteur fait de sa lecture : s'il a un désir de spiritualité ou de philosophie, alors un roman ou un témoignage pourra aussi être une lecture de salut.

Ainsi, nous remarquons que les différents usages de la lecture dépendent en grande partie de la position adoptée par le lecteur lorsqu'il lit : un même roman pourra remplir différents usages selon le lecteur et son envie durant sa lecture.

Dans sa thèse sur les lecteurs de roman face à la prescription littéraire, Emmanuelle Guittet<sup>16</sup> analyse ces différents usages sociaux de la lecture et en définit un cinquième : **la lecture de sociabilité**. Elle définit ce type de lecture comme étant réalisée lorsque le lecteur cherche l'autre dans les textes : il lit car une personne lui a conseillé ou a lu la même œuvre et il est à la recherche d'un potentiel échange qui aura lieu par la suite. Il s'agit d'une motivation forte pour le lecteur qui lit pour mieux connaître ou comprendre une personne et avoir des choses à lui dire. La lecture de sociabilité repose fortement sur les dynamiques de prescriptions et recommandations littéraires en famille ou entre amis : la lecture devient alors une activité de groupe, qui se partage.

---

<sup>16</sup> GUITTET Emmanuelle, PEQUIGNOT Bruno (dir), *Lecteurs et lectrices de romans face à la prescription littéraire : Une enquête sociologique sur les choix de lecture à l'ère numérique*, Paris, 2018.

### b. La lecture sociale

La lecture est une activité souvent perçue comme étant solitaire voire même intime. Cependant, il s'agit également de quelque chose de profondément social. En effet, même s'il lit seul dans sa chambre, le lecteur doit faire appel à des compétences qu'il a acquises dans des cadres sociaux ; le fait de lire donne donc lieu à une réactivation de savoir-faire sociaux légitimes<sup>17</sup>.

Les lecteurs veulent partager leurs lectures et découvertes dans des cercles variés : notamment sur internet, mais également auprès d'amis, de la famille ou bien dans des réseaux spécifiques comme des clubs de lecture. La lecture est donc une source de dialogue et une occasion de partage<sup>18</sup>. Chaque lecteur s'approprie alors le type de sociabilité qui lui convient : il peut avoir un petit réseau de personnes ou bien quelque chose de plus formel et fixe, comme un club de lecture<sup>19</sup>.

Depuis les années 2000, le web collaboratif a aidé au développement de la lecture sociale. Des plateformes socionumériques de lecteurs, sur lesquelles nous reviendrons plus tard, ont été créées et permettent aux utilisateurs de partager leurs lectures avec un grand nombre de personnes, donnant à la lecture un cadre de sociabilité. Les dynamiques de recommandations, de prescriptions et d'échanges que l'on trouve sur ces plateformes mais également sur les réseaux sociaux comme YouTube et Instagram ou sur des blogs personnels sont intenses et sont devenues des véritables lieux de sociabilité. La lecture est un trait commun entre les internautes et cette même passion crée des échanges, partages et recommandations dans le but de découvrir des nouvelles œuvres.

De plus, pour les auteurs, les espaces numériques sont des lieux de promotion directe : ils n'ont plus besoin de faire appel à des maisons d'édition grâce à l'autoédition en ligne et peuvent utiliser ces plateformes pour communiquer directement avec leurs lecteurs. Cela crée un lien social direct entre auteur et lecteur, sans intermédiation. Des communautés se créent alors autour d'un auteur et sa popularité peut même devenir une raison pour laquelle une

---

<sup>17</sup> JAHJAH Marc, "Qu'est-ce que la lecture sociale ?", in *La revue des médias*, INA, Paris, 2014.

<sup>18</sup> HORRELOU-LAFARGE Chantal, SEGRE Monique, *Sociologie de la lecture*, Paris, La Découverte, 2007.

<sup>19</sup> BURGOS Martine, EVANS Christophe, BUCH Esteban, *Sociabilité du livre et communauté de lecteurs : trois études sur la sociabilité du livre*, Paris, Bibliothèque Municipale d'informations/Centre Pompidou, 1996.

maison d'édition pourrait choisir un livre. Un exemple marquant est celui d'Alex Aster, qui a su créer une communauté sur TikTok autour de son roman, qui a ensuite été publié.

Le numérique fait de la lecture un phénomène qui se partage davantage et devient plus social. Il existe différents types de sociabilité autour du livre, Bob Stein, fondateur de l'Institute for the Future of the Book, distingue plusieurs niveaux de sociabilité en ligne : des discussions informelles que l'on peut trouver sur des blogs ou des forums, mais aussi des discussions formelles en marge du livre, grâce à des outils de lecture et d'annotations des livres numériques<sup>20</sup>. En effet, il existe désormais des sites et applications permettant de lire des livres numériques en ligne et de commenter des passages du livre, pour que d'autres usagers puissent voir ces commentaires. Il s'agit d'un mode de fonctionnement similaire à ce que l'on peut trouver sur des plateformes comme Wattpad, où les lecteurs peuvent commenter chaque phrase d'un chapitre s'ils le veulent : cela encourage les discussions entre les lecteurs qui échangent entre eux pour discuter de théories ou donner leur avis. Cet espace peut aussi être utilisé pour faire un retour directement à l'auteur, en cas de faute d'orthographe ou de syntaxe par exemple. On se trouve ici dans le cadre concret d'une lecture totalement socialisée où à chaque étape de sa lecture l'utilisateur peut être en interaction avec un autre utilisateur s'il le souhaite.

Le mythe de la lecture comme activité solitaire est mis à mal, et ce même dans un cadre pré-numérique, comme nous l'avons avec les salons littéraires. La lecture est maintenant perçue comme une activité sociale grâce au numérique et aux multiples plateformes qui y ont vu le jour.

### 3) *Formes de socialisations et prescriptions littéraires pré-numériques*

Le développement de la lecture et de nos goûts se construisent tout au long de nos vies, par divers biais, notamment la famille, l'école, les médias et les professionnels du livre. Ces formes de socialisation et de prescription ont un rôle plus ou moins important sur nos profils de lecteurs et ont longtemps été des formes essentielles de prescription, nous verrons qu'elles le sont toujours en partie.

---

<sup>20</sup> STEIN Bob, "A Taxonomy of social reading: a proposal", [futureofthebook.org](http://futureofthebook.org), 2010.

### a. La famille

Pour expliquer les différences qu'il existe entre les différents types de lecteurs, il est important de prendre en compte les dynamiques de socialisation et notamment la socialisation primaire. Il s'agit de "l'ensemble des processus exerçant leur influence sur la construction des individus<sup>21</sup>". Cette forme de socialisation s'inscrit dans le temps et peut prendre plusieurs formes. C'est un ensemble de processus qui ont une influence sur un individu. Parmi ces nombreux processus, la famille est essentielle. L'étude de la socialisation primaire permet de comprendre l'importance de la famille sur le développement des habitudes et du goût de lecture chez les enfants.

Plusieurs études ont montré qu'il existait une forte corrélation entre la famille et le développement de la lecture chez un enfant<sup>22</sup>. Elles nous apprennent que selon la position sociale des parents, les loisirs des enfants sont inégalement répartis : notamment pour la lecture. Néanmoins, quelque soit leur origine sociale, la plupart des enfants sont en contact avec des livres dès leur plus jeune âge : que ce soit par la lecture de livres faite par leurs parents ou par l'école.

La position sociale des parents n'est pas le seul critère à prendre en compte pour comprendre la socialisation des enfants mais elle est importante. En effet, si les parents sont des lecteurs, notamment la mère, les enfants sont davantage amenés à devenir eux-mêmes des lecteurs. La position sociale joue alors sur la lecture dans le sens où dans les classes plutôt populaires il y a une surveillance de la lecture pour le cadre scolaire, elle fait partie des devoirs. A l'inverse, dans les milieux plus aisés, la lecture est une source de discussion, elle est une activité familiale. Lire en famille a plus de poids sur la socialisation de l'enfant qu'une simple injonction à lire de la part des parents.

Les différents rôles familiaux ont une importance et une influence différentes sur les enfants : parents, grand-parents ou frères et sœurs, la socialisation n'est pas la même.

---

<sup>21</sup> DARMON Murielle, *La socialisation : domaines et approches*, Paris, Armand Colin, 2016.

<sup>22</sup> OCTOBRE Sylvie et al., *L'enfance des loisirs : trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence*, Paris, La Documentation Française, 2010.

- **Les parents** :

Ils jouent un rôle essentiel dans la transmission de l'héritage culturel familial mais il faut garder en tête que les parents sont deux entités différentes avec des bagages culturels variables et un des deux parents peut jouer un rôle davantage prescripteur que l'autre parent.

Dans le cadre de la lecture, il existe une forte distinction entre le rôle du père et celui de la mère. En effet, la mère prend une bien plus forte importance : son capital culturel est important pour le développement du goût pour la lecture. Cela est expliqué par des raisons socio-historiques : historiquement et culturellement, la mère passe davantage de temps auprès des enfants pendant leur éducation et donc les enfants s'imprègnent de ses pratiques culturelles, notamment en termes de lecture<sup>23</sup>.

Le rôle du père est quand même important : il pratique généralement moins la lecture, et ses choix sont tournés vers des lectures pratiques (professionnelles, techniques, etc.). A l'inverse, les choix de lecture faits par les mères sont généralement plutôt tournés vers des romans sentimentaux. Ces différences sont liées à la socialisation genrée et ont tendance à être reproduites par les enfants.

- **Les grand-parents** :

Pour un enfant, voir les comportements d'autres adultes que ses parents lui permet d'entrevoir des pratiques de lecture différentes. Les grands-parents influencent la pratique de la lecture par des conseils ou incitations à lire. Souvent à la retraite, ils sont considérés comme des grands lecteurs par les autres membres de la famille, et ont alors une certaine légitimité dans leurs recommandations. La vie chez les grand-parents est alors une imprégnation de l'enfant dans un univers littéraire différent de celui des parents et lui ouvre de nouveaux horizons de lecture.

De plus, avec les grand-parents se joue également la question identitaire autour du statut de "lecteur" : il peut y avoir une forme d'héritage, de ressemblance avec un membre de

---

<sup>23</sup> GUITTET Emmanuelle, PEQUIGNOT Bruno (dir), *Lecteurs et lectrices de romans face à la prescription littéraire : Une enquête sociologique sur les choix de lecture à l'ère numérique*, sic.

la famille, qui peut être décédé. Il peut alors y avoir une volonté de l'enfant et de son entourage à vouloir ressembler à cette personne.

- **La fratrie** :

La place de l'enfant dans la fratrie joue un rôle essentiel dans sa socialisation primaire et la transmission des loisirs et goûts. Les plus âgés ont souvent un rôle de prescripteur vis-à-vis des plus jeunes. Les plus âgés ont une culture valorisée par le plus jeune car perçue comme inaccessible. Les frères et sœurs jouent un rôle dans la diversification des genres littéraires et des goûts : en effet, si les frères et sœurs lisent, il y a plus de chance que la pratique de la lecture se développe sur un principe d'omnivorisme culturel<sup>24</sup>, c'est-à-dire une forte diversité des goûts culturels.

De nombreux lecteurs voient la lecture comme quelque chose de naturel pour eux car ils vivent dans un milieu très favorable à la lecture depuis l'enfance.

b. L'école

L'école est un lieu où les enfants sont fortement encouragés à lire. Pour beaucoup d'entre eux, notamment ceux issus de milieux moins favorisés, il s'agit de l'endroit où se joue leur première rencontre avec la lecture. La question est alors de savoir la place de l'école dans la formation du lectorat. Fanny Renard explique dans son étude sur les lycéens et la lecture qu'il y a généralement deux cas de figure :

- Si l'enfant est issu d'un milieu plutôt aisé, alors il a généralement une constitution précoce de ses habitudes de lecture et à une faible dépendance à l'école. Néanmoins, elle les influence tout de même sur le développement des compétences analytiques.
- A l'inverse, si l'enfant vient d'un milieu populaire, l'école l'accompagne dans le développement de ses compétences littéraires et culturelles, jusqu'à ce qu'il dépasse les compétences de ses parents. Rétrospectivement, ces personnes accordent une plus

---

<sup>24</sup> PETERSON Richard, "Le passage des goûts carnivores : notions, faits et perspectives", *Sociologie et société*, vol 36, Paris, 2004.



grande importance au milieu scolaire dans le développement de leurs habitudes de lecture<sup>25</sup>.

Pour la majeure partie des élèves, l'école est le lieu de la transmission du rapport esthétique au texte : comparaison d'auteurs, de textes ou bien recherches de contextes historiques et culturels, l'élève est amené à se questionner sur ce qu'il lit dans le cadre de sa formation. On cherche à développer ses compétences littéraires.

D'un point de vue de la prescription, l'école a une grande importance. En effet, elle a un rôle de patrimonialisation des œuvres. Selon Alain Viala, l'école participe au processus de classification d'une oeuvre<sup>26</sup>. Il s'agit d'un processus en quatre étapes : légitimation, émergence, consécration et perpétuation. Le rôle de l'école est rendu clair lors de cette dernière étape, notamment par l'inscription d'une œuvre dans les programmes scolaires. Un livre présent dans les programmes scolaires atteint un statut qui le rend différent des autres livres et le légitimise.

La lecture de "classiques" de la littérature est un sujet qui fâche pour beaucoup : souvent liées à l'ennui ou jugées difficiles par les élèves, ces lectures restent une occasion de lire pour beaucoup d'entre eux. Néanmoins, la thèse d'Emmanuelle Guittet montre que bien qu'étant les lecteurs lisant le plus de classiques, les moins de 25 ans s'en éloignent de plus en plus lorsqu'ils quittent les bancs de l'école : les classiques représentent 55% des lectures des 18-25 ans contre 31% de celles des 35-44 ans<sup>27</sup>. Dans son enquête, elle relève que bien que l'école encourage une partie des lecteurs vers la lecture de classiques, elle en "dégoute" d'autres, notamment ceux issus des classes populaires. Cette prescription de classiques faite par l'école est tout de même une lecture qui marque les lecteurs et nombre d'entre eux déclarent toujours s'en imposer la lecture comme un défi (par exemple la lecture d'un long classique comme *Guerre et Paix* par an).

Le milieu scolaire est également marqué par la figure du professeur de français qui passionne les élèves et leur donne goût à la lecture.

---

<sup>25</sup> RENARD Fanny, *Les lycéens et la lecture. Entre habitudes et sollicitations*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2011.

<sup>26</sup> VIALA Alain, "Qu'est-ce-qu'un classique ?", *Littératures classiques*, Paris, Klincksieck, 1993.

<sup>27</sup> GUITTET Emmanuelle, PEQUIGNOT Bruno (dir), *Lecteurs et lectrices de romans face à la prescription littéraire : Une enquête sociologique sur les choix de lecture à l'ère numérique*, sic.

### c. La prescription médiatique

La prescription médiatique correspond à l'ensemble des prescriptions littéraires que l'on peut trouver dans les médias : critiques littéraires, interviews, prix littéraires, etc. Nous allons ici nous concentrer sur deux formes de prescription : les prix littéraires et la critique littéraire.

#### - **Les prix littéraires** :

Les prix littéraires, que nous qualifions ici de prescription médiatique à cause de la grande importance du relai des médias dans leur célébrité, donnent une forte légitimité aux œuvres primées. Ils sont également une source de grands succès commerciaux. Il existe aujourd'hui plus de 2000 prix littéraires en France : ils ont chacun leur public, leur mode de fonctionnement et leur légitimité.

Les lecteurs adoptent différents types de comportements vis-à-vis d'un livre primé par un prix littéraire :

- **Un indicateur** dans une offre plus large : le prix littéraire permet au lecteur de s'orienter et lui donne des repères qui reviennent chaque année.
- Une **temporalité spécifique** qui donne souvent lieu à des discussions : le lecteur se tourne vers ces livres-ci dans le but de s'inclure dans ces discussions. Le prix littéraire a dans ces cas-là un rôle social.
- **Un éloignement** : pour certains lectorats qui sont intimidés par ces prix littéraires, être primé rend le livre inaccessible. Dans certains autres cas, le livre sera ignoré car le prix l'aura rendu "trop commercial"<sup>28</sup>.

Enfin, il est bon de noter que la légitimité qu'un lecteur va accorder à un prix va lui être spécifique : si un livre est primé sa valeur augmente selon la valeur donnée au prix par le

---

<sup>28</sup> GUITTET Emmanuelle, PEQUIGNOT Bruno (dir), *Lecteurs et lectrices de romans face à la prescription littéraire : Une enquête sociologique sur les choix de lecture à l'ère numérique*, sic.

lecteur, et s'il lui en n'accorde aucune, alors cette victoire n'aura pas d'impact sur le lecteur en question.

- **Les critiques littéraires** :

Ces critiques littéraires se trouvent dans la presse, la radio, la télévision ou bien internet. Elle est utilisée de façon différente par les lecteurs, on peut cependant noter que 10% des enquêtés d'Emmanuelle Guittet utilisent les critiques littéraires pour faire leurs choix de roman.

Cette même enquête nous indique que les classes sociales supérieures et les cadres sont plus sensibles au discours médiatique. De plus, les grands lecteurs étant davantage à la recherche de recommandations, ils **sont** plus recours à la prescription par les critiques littéraires<sup>29</sup>.

La presse traditionnelle donne généralement lieu à des critiques généralistes sur des romans qui sont souvent populaires ou d'auteurs déjà connus<sup>30</sup>.

Néanmoins, avec le développement du web et son importance nouvelle sur les dynamiques de prescription littéraire, la critique littéraire en ligne s'est fortement démocratisée sur les blogs de lecteurs et les plateformes collaboratives. Ceci a conduit à une perte d'influence des critiques professionnelles réalisées par la presse traditionnelle<sup>31</sup>.

d. Les professionnels du livre : le rôle du libraire

Enfin, la dernière voie de prescription littéraire pré-numérique que nous allons étudier est celle du professionnel du livre, et notamment le libraire.

Bien qu'étant l'un des commerces les moins rentables, la librairie est un lieu important pour l'acheteur grâce à la figure du libraire. En effet, elle permet de différencier les

---

<sup>29</sup> GUITTET Emmanuelle, PEQUIGNOT Bruno (dir), *Lecteurs et lectrices de romans face à la prescription littéraire : Une enquête sociologique sur les choix de lecture à l'ère numérique*, sic.

<sup>30</sup> LEGENDRE Bertrand, « Chapitre 2. Tous critiques ? Tous promoteurs ? », in *Ce que le numérique fait aux livres*. LEGENDRE Bertrand (dir), Presses universitaires de Grenoble, 2019, p. 65-86.

<sup>31</sup> SEVERO Marta, THUILLAS Olivier, « Plates-formes collaboratives : la nouvelle ère de la participation culturelle ? », *Nectart*, 2020, p. 120-131.

trois principaux modes d'achat : la vente en ligne, la librairie indépendante et les lieux de distribution des produits culturels.

La figure du libraire n'est pas associée aux mêmes représentations chez les lecteurs selon leur familiarité avec le livre et leur degré de légitimité dans leur pratique de la lecture :

- **Représentations négatives** :

- **Intimidation** : les lecteurs qui ont l'impression d'avoir une pratique de la lecture moins légitime ont tendance à avoir un sentiment de disqualification culturelle vis-à-vis du libraire. Ils mettent en place des stratégies d'évitement.
- **Doute** : à cause des motivations commerciales du libraire, certains lecteurs questionnent la fiabilité des conseils donnés. Puisqu'ils en tirent un bénéfice, les libraires vont donc être jugés comme moins aptes à prescrire.

- **Représentation positive** :

- **“Lecteur comme un autre”** : le libraire est vu comme étant un lecteur comme un autre mais qui a plus de temps pour lire et se construire des positions critiques. Dans l'imaginaire du client, le libraire est alors source de conseils “appropriés<sup>32</sup>”.

Les lecteurs qui se jugent plus légitimes accordent moins de crédit au libraire : ils sont peu réceptifs aux manifestations de promotion et à leur rôle de conseil qui est alors jugé comme moins avisé<sup>33</sup>.

En termes de prescription, le libraire a plusieurs façons de faire : prescription discrète, invisible, coup de cœur ou conseils.

---

<sup>32</sup> GUITTET Emmanuelle, PEQUIGNOT Bruno (dir), *Lecteurs et lectrices de romans face à la prescription littéraire : Une enquête sociologique sur les choix de lecture à l'ère numérique*, sic.

<sup>33</sup> LEGENDRE Bertrand, ABENSOUR Corinne, “Les publics du livre d'art en bibliothèque”, *CNI*, 2008.

- **Prescription discrète** : le rôle du libraire est de venir en aide ou d’orienter tous les clients, le livre doit “venir au lecteur<sup>34</sup>”. Il mène un travail de sélection qui est une synthèse de ses goûts et de l’attente de la clientèle, tout en prenant compte des contraintes commerciales auxquelles il fait face. Il doit faire des propositions au client.
- **Prescription invisible** : comme son nom l’indique, elle n’est pas visible par le client. Il s’agit de l’organisation du magasin, des choix qui ont été faits par le libraire : quel livre est mis sur une table, quel livre a sa couverture visible, quels livres sont regroupés ensemble.
- **Les coups de cœur** : faisant partie de la prescription invisible, le coup de cœur du libraire peut être plus ou moins visible sur le livre : il est le symbole d’une sélection faite par le libraire. Il permet au client de se repérer dans la librairie. Même s’il n’influence pas directement l’achat, il va éclairer le client sur les goûts et le positionnement du libraire.
- **Les conseils** : donné par le libraire, il est souvent la source de la découverte d’un nouvel auteur<sup>35</sup>. Le poids du conseil va dépendre de la relation qui existe entre le client et le libraire : s’il y a une proximité ressentie par des goûts similaires, le client est plus à même de suivre le conseil. De plus, le rôle d’expert qu’a le libraire est recherché par le lecteur et donne de la valeur à ses recommandations. Néanmoins, le conseil n’est pas toujours suivi : il y a une logique de fidélisation, il s’agit d’une relation qui se crée au fil du temps, plus ses conseils vont être pertinents, plus le libraire va gagner en légitimité pour le client. A l’inverse, pour les lecteurs qui attachent une grande importance aux conseils des libraires et qui sont déçus, le conseil sera potentiellement qualifié de “mauvais” et le libraire perdra en légitimité pour le lecteur.

---

<sup>34</sup> NOEL Sophie, “Le petit commerce de l’indépendance”, *Sociétés contemporaines*, n°111, 2018.

<sup>35</sup> GUITTET Emmanuelle, PEQUIGNOT Bruno (dir), *Lecteurs et lectrices de romans face à la prescription littéraire : Une enquête sociologique sur les choix de lecture à l’ère numérique*, sic.

Le libraire a un rôle multiple : il doit être là et guider le client sans forcément que ce dernier le réalise. Par la prescription invisible mais aussi par les conseils, ses goûts personnels influencent les décisions d'achat du client.

Les lecteurs (et non-lecteurs) sont donc amenés par leur socialisation à adopter des comportements, habitudes et goûts littéraires variés. Avec des degrés d'importance qui diffèrent selon le genre, le capital culturel ou la position sociale, les dynamiques de prescription littéraire pré-numérique sont intenses et donnent lieu à des recommandations variées. L'arrivée du numérique, son fort développement et son impact important sur le monde du livre, a changé certains comportements des lecteurs.

## **B. Le numérique : le lecteur face à un bouleversement des modes de prescriptions**

Le développement des usages du web au grand public a eu de nombreux effets sur les lecteurs : **apparition du livre numérique, changement des dynamiques de prescriptions littéraires et développement de la communication horizontale**. Ces aspects sont essentiels à étudier pour comprendre et appréhender les nouveaux usages auxquels les lecteurs doivent se confronter lors de leurs pratiques de lecture et choix littéraires.

### *1) Le livre numérique : un usage varié pour les lecteurs*

Qualifiée de “troisième révolution du livre”, l'apparition du livre numérique a été la source de nombreux espoirs quant aux habitudes de lecture des individus. Perçu comme un outil capable de ramener des lecteurs, notamment jeunes et plus technophiles, vers la lecture, le livre numérique reste néanmoins un format utilisé variablement par les lecteurs. En effet, en 2019, 68% des lecteurs déclarent lire uniquement en format papier tandis que seulement 1% des lecteurs dit lire uniquement en format numérique<sup>36</sup>.

Pour le lecteur, le livre numérique marque une rupture avec ses modalités de lecture traditionnelles. En effet, le livre numérique renouvelle les éléments autour du texte que le lecteur avait l'habitude de voir. De plus, cela crée un nouveau type d'interaction entre le

---

<sup>36</sup> VINCENT Gérard Armelle, PONCET Julie, *Synthèse – Les Français et la lecture*. Paris, Ipsos pour le CNL, 2019.

lecteur et le livre par l'existence de l'écran. Néanmoins, pour les lecteurs de romans, il s'agit d'un des domaines où le changement de format n'impacte pas réellement le contenu du livre. La difficulté d'adoption de livre numérique peut alors être expliquée d'autres façons : dans son article sur les comportements des lecteurs vis-à-vis du livre numérique, Emmanuelle Guittet parcourt leurs différentes motivations et freins ainsi que les profils qui adoptent la lecture numérique<sup>37</sup>.

a. Les motivations du lecteur

Dans son enquête, Emmanuelle Guittet remarque que les lecteurs valorisent grandement le livre numérique et la liseuse pour leur praticité. En effet, il s'agit d'une croyance forte : les livres prennent de la place et sont lourds à transporter. De plus, la liseuse limite les risques liés à l'incertitude vis-à-vis de la qualité du livre en cours de lecture<sup>38</sup> et celle-ci pourra être plus facilement et rapidement mise de côté grâce à la liseuse. Ainsi, l'avantage de la liseuse (ou du livre numérique) a pour les lecteurs une forte saisonnalité : les vacances. En effet, le lecteur peut alors amener de nombreux livres avec lui sans avoir à les transporter physiquement.

D'autres motivations sont mises en avant :

- **La gratuité** : les œuvres tombées dans le domaine public sont proposées gratuitement en format numérique, ce qui est un fort atout pour grand nombre de classiques.
- **L'immédiateté d'accès** : la possibilité de télécharger une œuvre et de l'avoir disponible directement est mise en avant par les lecteurs, notamment par ceux qui préfèrent éviter les librairies par peur du jugement de leurs choix de lecture.
- **La lecture en langue étrangère** : pour les lecteurs en anglais, le livre numérique permet de contourner les problématiques d'approvisionnement des livres en langue étrangère. Souvent plus difficiles à trouver et avec des longs délais de livraison, les livres en anglais sont plus simples d'accès en format numérique pour les lecteurs.

---

<sup>37</sup> GUITTET Emmanuelle, "Moi, il me faut du papier", *Biens Symboliques*, en ligne, 2020.

<sup>38</sup> KARPIK Lucien, *L'Économie des singularités*, Paris, Gallimard, 2007.

Ces nombreuses motivations, qui sont toutes plus ou moins liées à la praticité du livre numérique, ne suffisent pas à convaincre le lecteur de passer uniquement à la lecture en numérique. En effet, il existe de nombreux freins à ce changement d'usage.

b. Les freins des lecteurs

Les lecteurs interrogés par Emmanuelle Guittet présentent de nombreux freins vis-à-vis de l'adoption du livre numérique et ils sont tous liés à un fort attachement à l'objet-livre. Cet attachement peut être divisé en deux principaux arguments : la sensorialité du livre et le besoin de posséder des livres.

- **La sensorialité du livre** :

Le livre en tant qu'objet donne lieu à une expérience spécifique pour le lecteur et les sens sont mis à l'épreuve : la vue, l'odorat, le toucher et l'ouïe. Ces sens sont appelés de différentes façons lors de la lecture mais lorsqu'ils sont évoqués par le lecteur ils sont des véritables arguments de passion. L'odeur du livre et le bruit des pages notamment sont intimement liés à l'expérience de la lecture et permettent de créer un rapport intime entre le lecteur et son livre.

- **Le besoin de posséder des livres** :

Souvent qualifiée par les lecteurs de "besoin", la collection de livres au format papier est pour un certain nombre d'entre eux un aspect essentiel de l'expérience de lecture. Cette volonté centrale pour le lecteur s'associe d'ailleurs à un refus de l'emprunt en bibliothèque ou à un tiers. Pour eux, un fichier numérique n'est pas compté comme un livre possédé. Cette attitude est liée au soin apporté à la bibliothèque personnelle et à la volonté d'avoir en format papier un livre qui a été lu et apprécié.

c. Adoption et non-adoption des lecteurs

La pratique de la lecture en format numérique fait face à de forts freins de la part des lecteurs. Il y a cependant une certaine adoption de la lecture numérique et selon l'étude



menée par l'IPSOS pour le Centre National du Livre, 23% des lecteurs cumulent lecture numérique et lecture papier, même s'ils déclarent lire davantage en papier qu'en numérique.

Certains lecteurs ont donc adopté le livre numérique, notamment grâce à l'obtention d'une liseuse. Ce sont surtout les grands lecteurs, que l'on peut découper en deux grands profils : les "héritiers" et les lecteurs de genre.

- **Les héritiers** :

Ce sont des lecteurs très familiers du livre depuis leur jeunesse mais qui ne présentent pas nécessairement un fort attachement à l'objet-livre. On parle d'"héritier" car ils n'ont pas eu à effectuer de mobilité sociale pour conquérir la lecture, mais ont eu cet usage directement de la part de leur famille. Selon Bourdieu et Passeron, c'est dans ces milieux avec un fort capital culturel que le besoin de prendre en main la pratique culturelle est la moins forte<sup>39</sup>.

Cette désinvolture vis-à-vis de l'objet-livre conduit ces lecteurs à ne pas avoir forcément de bibliothèque et donc à une plus grande adoption du livre numérique dans leur pratique.

- **Les lecteurs de genre** :

Par lecteurs de genre nous parlons des lecteurs de science-fiction, fantasy, policier, historique et romans sentimentaux. Les lecteurs de l'imaginaire notamment sont plus adeptes de la lecture numérique : l'enquête de l'IPSOS montre que 54% des lecteurs de science-fiction en fantasy lisent en numérique contre 24% de l'ensemble des lecteurs. Cela peut être expliqué pour deux raisons principales : ce sont généralement des lecteurs plus jeunes et technophiles et ils ont une volonté d'accès immédiat au livre. En effet, ils ont une pratique de la lecture addictive notamment dans le cadre des séries de livres où ils ressentent le besoin de lire la nouvelle parution dès sa sortie<sup>40</sup>.

---

<sup>39</sup> BOURDIEU Pierre, PASSERON Jean-Claude, *Les Héritiers : les étudiants et la culture*. Paris, Minuit, 1964.

<sup>40</sup> HOMMEL Elodie, *Lectures de science-fiction et fantasy : enquête sociologique sur les réceptions et appropriations des littératures de l'imaginaires*, Thèse de doctorat en sociologie, Lyon, ENS, 2017.

La lecture numérique ne s'est donc pas substituée à la lecture papier et le livre numérique est souvent associé aux lectures moins importantes pour le lecteur. Il y a toujours une domination pratique et symbolique du livre papier.

## 2) *La prescription : définition*

Pour pouvoir comprendre les nouvelles dynamiques de prescription en ligne, il convient dans un premier temps de proposer une définition de la prescription. Cette définition est tournée vers le domaine culturel, cœur de notre sujet.

Hatchuel, dans les science de gestion, définit la prescription comme étant une dynamique qui se produit quand le consommateur se place hors du processus de choix et cherche un prescripteur pour lui recommander un objet ou un comportement<sup>41</sup>. Il définit plusieurs formes de prescription et celle qui nous intéresse dans le cadre de la culture est la prescription de jugement. Elle se produit dans une situation où le prescripteur propose “une définition de la chose à acquérir et son mode d'appréciation”, c'est le cas des critiques littéraires. La prescription de jugement repose sur une double logique : lorsqu'il émet un avis ou un jugement sur un livre, le prescripteur définit des critères d'évaluation. Ces critères sont alors une base de jugement. Dans un cadre numérique, cette forme de prescription est rendue visible par les systèmes de notes et avis : possibilités de noter ses lectures, laisser un avis plus ou moins long, associer des tags à des œuvres, etc. Les réseaux sociaux et plateformes de lecteurs sont des lieux de prescription généralisée<sup>42</sup>. Cette prescription devient alors la base du modèle économique et stratégique de la plateforme : l'internaute se place dans une position de l'influencé et l'accepte.

Dans le domaine culturel, Sandra Painbèni propose une définition permettant d'éclaircir la compréhension de la prescription littéraire : “la prescription culturelle est un ensemble de sources d'information sur la qualité d'une oeuvre culturelle, indépendantes, quantitatives ou qualitatives, descriptives ou évaluatives, à caractère commercial ou non

---

<sup>41</sup> HATCHUEL Armand, “Rapport de prescription et conception collective du travail” in MARTIN Christian, BARADAT Dominique (dir), *Des pratiques en réflexion : 10 ans de débats sur l'intervention ergonomique*, Toulouse Octares Editions, 2003, p.375-382.

<sup>42</sup> STENGER Thomas, “La prescription de l'action collective”, *Hermès*, 2011, p. 127-133.

commercial et personnel ou non personnel, mises à disposition du consommateur<sup>43</sup>. Cette définition s'applique directement au monde du livre : les prescripteurs sont des particuliers mais aussi des professionnels et les avis sur les livres sont évaluatifs. La popularité de certaines œuvres permet d'en avoir une vision quantitative car de nombreux lecteurs ont donné leur avis.

Les plateformes de lecteurs sont une réelle nouveauté dans les dynamiques de prescription : on passe d'un système où les œuvres sont choisies pour être mises en avant à un système plus complexe où les informations rendues disponibles par les internautes sont agrégées puis gérées par un algorithme. Sur ces plateformes, la prescription est décentralisée, c'est-à-dire qu'elle n'est pas due à un seul groupe limité de personnes mais bien à la vaste étendue des lecteurs inscrits à la plateforme. Les différentes expériences des lecteurs sont prises en compte et constituent des larges bases de données qui sont le fondement de ces plateformes et de leurs modes de prescription<sup>44</sup>. Nous en parlerons davantage lorsque nous présenterons les différentes plateformes de prescription en ligne.

Enfin, l'utilité principale de la prescription en ligne pour l'internaute se trouve dans l'aide au processus d'achat. En effet, l'achat d'un roman est un risque pour le consommateur car il ne peut pas être sûr de la qualité du livre avant de l'avoir lu et ce risque se produit pour chaque achat. La prescription en ligne est donc un moyen pour lui d'avoir des informations complémentaires et de limiter les risques. De plus, dans un contexte où davantage de livres sont publiés chaque année, la prescription donne des repères au lecteur dans une offre très large.

Ainsi, nous avons pu voir deux aspects majeurs : la prescription pour la littérature est multidimensionnelle et le numérique a conduit à une forte démocratisation des dynamiques de prescription. En effet, tout un chacun peut désormais donner son avis en ligne et s'élever au rang de prescripteur.

---

<sup>43</sup> PAINBENI Sandra, *La prescription dans le processus de décision d'achat de produits culturels : le cas des romans et nouvelles de littérature générale contemporaine*, thèse de doctorat en sciences de gestions, Lille, 2010, p.6.

<sup>44</sup> WIART Louis, *La prescription littéraire en réseaux : enquête dans l'univers numérique*, Presses de l'ENSSIB, 2017.

### 3) *La sociabilité horizontale : des nouvelles dynamiques pour le lecteur*

La sociabilité horizontale est une forme de sociabilité qui se construit via un groupe de pairs plutôt que par une hiérarchie (sociabilité verticale). Il s'agit par exemple de recommandations faites par un ami ou un collègue. C'est d'un mode de recommandation que les lecteurs préfèrent car jugé plus légitime et non motivé par un gain (argent, réputation, etc.).

L'apparition et l'évolution du numérique pour le grand public, a, depuis les années 1990, créé des nouvelles dynamiques de sociabilité horizontale qui touche fortement le lecteur : la place montante de l'amateur dans le monde du livre et la création de communautés en ligne. Ces deux facettes de la sociabilité horizontale permettent de voir comment la sociabilité littéraire se construit en ligne.

#### a. *La place de l'amateur*

Internet donne la possibilité à tout un chacun de s'exprimer. Le développement d'outils comme les blogs, les réseaux sociaux ou les plateformes socionumériques de lecteurs permet aux utilisateurs d'avoir un espace où ils peuvent parler de leur passion : la lecture. Cela donne une place centrale à l'utilisateur : possibilité de commenter, d'aimer une publication ou de l'envoyer à quelqu'un, ces outils sont une véritable révolution du partage de la lecture avec sa famille ou au sein d'un club de lecture.

Cette évolution dans les formes d'expression est notamment liée à la "révolution de l'expertise<sup>45</sup>". Flichy explique dans *Le Sacre de l'Amateur* que les plateformes collaboratives ont permis une "démocratisation des compétences" et que par ce mécanisme la parole d'un amateur peut se transformer en parole d'expert. Par son expérience sur les réseaux sociaux et internet de manière générale, l'expert devient un "connaisseur" du monde du livre pour l'internaute. Il apparaît alors comme étant légitime lorsqu'il publie du contenu littéraire et partage ses lectures, comme un professionnel pourrait le faire.

---

<sup>45</sup> FLICHY Patrice, *Le Sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires à l'ère du numérique*, Paris, Seuil, 2010.

On remarque qu'il est désormais facile de trouver des recommandations et avis provenant de lecteurs lambda sur les réseaux sociaux, les blogs ou des plateformes spécialisées dans le partage de ses lectures. Ce type de prescription se trouve partout sur le numérique : il peut être fait à l'écrit mais aussi sous forme de vidéo, qui est un format de plus en plus populaire et encouragé sur les réseaux sociaux, notamment depuis l'arrivée de l'application TikTok en 2016. De plus, certains lecteurs ne sont plus des amateurs mais se professionnalisent pour devenir des *influenceurs littéraires* à temps complet. Le spectateur se retrouve donc pris dans un entre-deux où la personne en face de lui était avant un amateur mais est devenue un professionnel. Cette dynamique apporte une légitimité aux créateurs de contenu livresque, notamment dans un contexte où la confiance apportée aux professionnels du livre comme les libraires ou les journalistes est en baisse.

En effet, un certain nombre de lecteurs se détache de la critique publiée dans la presse traditionnelle car elle est jugée comme prétentieuse ou inadaptée à leurs goûts<sup>46</sup>. Ainsi, ces lecteurs préfèrent souvent suivre les conseils et goûts de leurs proches ou de personnes qu'ils connaissent en ligne. En effet, l'enquête d'Emmanuelle Guittet nous montre que 37% des derniers romans lus par les enquêtés l'ont été suite au conseil d'un ami ou d'une connaissance. Les raisons pour ces prescriptions sont de l'ordre de la proximité avec la personne, un accès facilité au livre et la possibilité de s'engager par la suite dans un échange au sujet de la littérature. On remarque d'ailleurs que pour les lecteurs plus populaires ou moins diplômés, une plus grande importance est donnée à la sociabilité.

### b. Les communautés virtuelles

Comme nous l'avons vu précédemment, la lecture est un fait social : bien que souvent pratiquée seul, elle conduit à des échanges avec des amis, la famille ou bien un club de lecture. Avec le numérique, la lecture sociale a évolué et s'est transformée. Il existe désormais ce qu'on appelle des communautés virtuelles ou des "e-communauté de lecteurs"<sup>47</sup> et "communautés littéraires"<sup>48</sup>.

<sup>46</sup> GUITTET Emmanuelle, « Entre aide au choix et extension du plaisir littéraire : des usages rares et différenciés de la recommandation en ligne », *Terminal*, 2020.

<sup>47</sup> WATTY Bérénice, "Les e-communautés de lecteurs : une nouvelle vie du livre?", in COLLE-BAK Nathalie, LATHAM Monica, TEN EYCK David (dir), *Les vies du livres : passées, présentes et à venir*, Nancy, Presses universitaires de Nancy, 2010, p. 231-250.

<sup>48</sup> CHAPELAIN Brigitte, "Les communautés littéraires comme organisations apprenantes", in PROULX Serge, POISSANT Louise, SENEAL Michel (dir), *Les communautés virtuelles : penser et agir en réseau*, Quebec, Presses de l'Université de Laval, 2006, p.255-268.

Ces communautés sont définies comme des lieux où les internautes communiquent, accèdent à des données et construisent de la connaissance ensemble. On parle de communautés car il s'agit de réseaux plus ou moins structurés et fonctionnels. C'est un fait social car basé sur l'échange d'informations et la co-construction d'un savoir autour du livre. D'autres caractéristiques peuvent être incluses dans la définition d'une communauté : la découverte d'oeuvres grâce à un système de recommandation, des façons d'évaluer des avis publiés, des incitations pour les internautes à participer en donnant des avantages de réputation ou autre<sup>49</sup>. Par exemple, sur le site Babelio<sup>50</sup>, le membre peut recevoir des badges et insignes qui permettent de mesurer son activité : le badge "Bel Ami" permet de récompenser les internautes qui ont au moins 10 amis, ou le badge "Expert Policier" est donné aux lecteurs ayant lu de nombreux romans policiers. Cela donne une individualité aux différents membres de la communauté et leur permet de se distinguer. De plus, pour les autres membres, cela permet de voir rapidement quels genres de lectures un membre apprécie.

On peut noter qu'il existe désormais une multitude de plateformes sur le sujet du livre et qu'il y a donc une tendance des plateformes à se spécialiser autour d'un sujet ou d'un genre, par exemple sur les bandes-dessinées comme BDGest<sup>51</sup>, la littérature jeunesse comme Booknode<sup>52</sup> ou les mangas comme Mangavore<sup>53</sup>. Enfin, les types de sites web peuvent être très variés : librairies en ligne, forum, blogs ou bien les plateformes de recommandation et de publication d'avis. Ces communautés de lecteurs sont importantes pour la sociabilité littéraire et la socialisation des membres : cela leur permet d'échanger sur leurs lectures et la littérature en général.

Ainsi, **la sociabilité horizontale est fortement présente en ligne** : que ce soit par la présence d'amateurs qui donnent leur avis sur leurs lectures ou bien au sein d'une communauté de lecteurs où les membres vont échanger entre eux.

---

<sup>49</sup> GENSOLLEN Michel, "Les communautés en ligne : échange de fichiers, partage d'expériences et participation visuelle", *Esprit*, 2006, p.179-194.

<sup>50</sup> <https://www.babelio.com/>

<sup>51</sup> <https://www.bdggest.com/>

<sup>52</sup> <https://booknode.com/>

<sup>53</sup> <https://www.mangavore.fr/>

Les lecteurs sont donc amenés à se positionner face aux nouvelles dynamiques qui apparaissent en ligne : se tourner vers la lecture numérique, faire confiance aux modes de prescription en ligne ou encore rejoindre une communauté de lecteurs. Il existe aujourd'hui de nombreuses communautés qui évoluent sur des types de plateformes différentes. Il convient donc de les étudier.

### **C. De nombreux espaces de prescription**

Le numérique a conduit au développement de nombreux nouveaux outils sur internet, notamment un certain nombre de plateformes de prescription littéraires. Mais le numérique étant un espace où les changements se produisent très rapidement, ces plateformes récentes sont amenées à faire face à des nouveaux comportements : partenariat et influence notamment. Enfin, le lecteur voit un nouveau réseau social apparaître : TikTok. Il convient donc de l'étudier pour comprendre ses mécanismes de fonctionnement.

#### *1) Typologie des plateformes*

Pour mieux appréhender les diverses dynamiques autour de la prescription littéraire en ligne, il convient de dresser des portraits de quelques types de plateformes : blogs, réseaux socionumériques de lecteurs, réseaux sociaux et plateformes de vente en ligne. Par l'étude de ces plateformes, nous voulons observer leurs particularités et appréhender ce qui conduit à leur succès.

##### *a. Les plateformes de vente en ligne*

Les plateformes de vente de livres en ligne sont très populaires grâce à leur praticité, large choix et rapidité d'achat. Elles sont également des plateformes de prescription via leur moteur de recherche et les algorithmes.

Les algorithmes et moteurs de recherche fonctionnent en sélectionnant “des ressources ou des représentations particulières de ces ressources en fonction du profil d’un utilisateur ou de son contexte<sup>54</sup>.” Il existe deux grands types de dispositifs :

- **Le filtrage collaboratif** : il fonctionne à partir du recueil des données d’usages implicites (par exemple un clic) ou explicites (comme des commentaires). On peut retrouver l’appellation “Les utilisateurs ont également aimé”.
- **Le filtrage du contenu basé sur les relations entre l’usager et les métadonnées associées aux livres stockés dans la base de données** : si l’utilisateur aime quelque chose, un livre en lien avec lui sera proposé. On peut retrouver des recommandations portant comme texte “Parce que vous avez lu” sur la plateforme Goodreads par exemple.

A ces types de dispositifs se sont ajoutées deux nouvelles méthodes :

- **L’e-reputation** : elle se base sur les notes qu’un livre a obtenues. Plus les internautes ont aimé un livre, plus il devient pertinent à recommander.
- **La recommandation sociale** : elle a lieu lorsqu’un internaute aime ou commente une de ses lectures, alors le livre en question pourra être recommandé à son cercle d’amis ou d’interactions<sup>55</sup>.

Il existe une relation entre les avis des internautes et les ventes de livres. Une enquête a été réalisée sur les sites marchands Amazon et Barnes & Nobles<sup>56</sup> et donne les résultats suivants :

- les avis laissés par les utilisateurs sont plutôt positifs,
- une augmentation des commentaires signifie souvent une augmentation des ventes,

---

<sup>54</sup> FOULONNEAU Muriel, GROUES Valentin, NAUDET Yannick, CHEVALIER Max, “Recommandation et diversité : exploitation de la longue traîne et diversités des listes de recommandation”, in KEMBELEC Gerald, SALEH Imad (dir), *Les moteurs et systèmes de recommandation*, Londres, Istes Editions, p 219-233.

<sup>55</sup> DELPECH Estelle, CANDILLIER Laurent, CHAI Etienne, “Production de l’offre de services : Nomao, systèmes de recommandation et de recherche d’informations” in KEMBELEC Gerald, CHARTRON Ghislaine, SALEH Imad (dir), *Les moteurs et systèmes de recommandation*, Londres, Istes Editions, p 219-233.

<sup>56</sup> CHEVALIER Judith A., MAYZLIN Dina, “The effect of word of mouth on Sales : online book reviews”, *Journal of Marketing Research*, 2006, p 345-354.



- l'impact d'une note "une étoile" est plus fort sur les internautes qu'une note "cinq étoiles",
- les commentaires rédigés sont plus importants que juste une note.

Les sites de vente en ligne sont plus importants sur les choix des lecteurs qu'on pourrait le croire : leurs puissants algorithmes permettent de recommander les œuvres que l'utilisateur ne connaissait pas forcément, ce qui peut créer de la curiosité. De plus, les avis et notes laissés par les internautes sur ces sites influencent les ventes et donc les lecteurs.

#### b. Les réseaux socionumériques de lecteurs

Un réseau socionumérique de lecteurs est "une plateforme internet ou un logiciel spécifique qui organise et offre aux utilisateurs un espace d'échange d'informations et de communication horizontale permettant d'évaluer des oeuvres, de partager des opinions sur un texte, de participer à des groupes de discussion et/ou d'écrire des commentaires et des annotations<sup>57</sup>". Ces plateformes se sont beaucoup développées à la fin des années 1990 et durant les années 2000 et répondent à un besoin de participation dans le monde de la culture. Ce sont des plateformes collaboratives où le contenu produit par l'utilisateur est mis en avant. Sur ces plateformes, la lecture est un moment de partage, elle est donc sociale.

Ces plateformes sont rapidement devenues des acteurs importants du marché du livre, en France et à l'étranger. Avec parfois plusieurs millions d'inscrits, elles ont un poids que certaines maisons d'éditions ont essayé d'utiliser. Il y a donc eu des campagnes pour pousser et envoyer des livres à des internautes actifs sur certaines plateformes pour qu'ils les lisent et donnent leurs avis dessus. Même si cette pratique est toujours risquée car la maison d'édition ne peut pas savoir si l'œuvre sera appréciée, ce genre de démarche permet de mettre une sortie en avant et de faire parler d'elle directement par les lecteurs. Les réseaux socionumériques de lecteurs sont donc des leviers publicitaires utilisés par les maisons d'édition.

Il existe un très grand nombre de réseaux socionumériques de lecteurs. En France, le plus connu est le site Babelio qui recense en 2019 2,5 millions d'internautes<sup>58</sup>. Les

---

<sup>57</sup> CORDON-GARCIA José-Antonio, ALONSO-AREVALO Julio, GOMEZ-DIAZ Raquel, LINDER Daniel, *Social Reading: Platforms, Applications, Clouds and Tags*, Oxford, Chandos Publishing, 2013.

<sup>58</sup> SEVERO Marta, THUILLAS Olivier, « Plates-formes collaboratives : la nouvelle ère de la participation culturelle ? », op cit.

plateformes ont tendance à se spécialiser pour devenir des lieux de niche : romans jeunesse, mangas ou bandes-dessinées par exemple. **Multidimensionnelles**, il est difficile de les définir très précisément, mais nous pouvons tout de même citer des aspects qui sont généralement présents sur ces plateformes :

- la possibilité de créer un profil et d'avoir une bibliothèque virtuelle,
- donner des avis sur des oeuvres,
- noter les livres,
- noter les avis,
- avoir des amis,
- une prescription via un algorithme,
- un calendrier des sorties.

Sur la plupart de ces sites, il existe une forme de **gamification** de la plateforme : les internautes sont invités à jouer à des jeux ou bien répondre à des quizz<sup>59</sup>. Ces jeux peuvent alors être liés à un gain de badge ou de points qui sont alors mis en avant sur le profil de l'utilisateur.

Les moteurs de recherche et algorithmes de recommandation sont généralement présents sur les réseaux sociaux numériques de lecteurs, ils fonctionnent de la même façon que sur les plateformes de ventes en ligne et permettent de recommander automatiquement des œuvres aux lecteurs.

D'un point de vue du lecteur, les usages de la recommandation en ligne sont inégalement répartis. Dans son enquête, Emmanuelle Guittet pointe que la plupart des lecteurs qui cherchent activement des informations en ligne au sujet de livres sont des grands lecteurs de moins de 40 ans. Elle en dégage deux profils :

- **Les lecteurs de genre et de grande production** : elle remarque notamment que pour ces lecteurs, plus les genres qu'ils lisent sont considérés comme légitimes, moins ils accordent d'importance aux contenus publiés en ligne. Ainsi, 16% des lecteurs de classiques vont y prêter attention, contre 19% de

---

<sup>59</sup> WIART Louis, *La prescription littéraire en réseaux : enquête dans l'univers numérique*, op cit, p118.

lecteurs de littérature contemporaine, 26% des lecteurs de polars et 27% des lecteurs de science-fiction ou fantasy.

- **Les lecteurs fortement diplômés ou avec un capital culturel fort** : ils ont de nombreux canaux pour s'informer et ne savent parfois plus d'où viennent précisément leurs prescriptions. Pour eux, la recommandation en ligne perd de l'influence et se noie dans la masse des recommandations.

Néanmoins, il est bon de noter que beaucoup de lecteurs n'utilisent pas le web collaboratif pour rechercher des informations sur des livres. Il existe une certaine réticence vis-à-vis de l'usage des technologies<sup>60</sup>.

Concernant les habitudes d'écriture d'avis, il est important de noter que les utilisateurs avec des goûts plus répandus laissent davantage d'avis, et ils sont plus souvent positifs. A l'inverse, les lecteurs de niche sont plus sévères et laissent moins d'avis. Enfin, s'il y a trop peu d'avis et de notes, l'algorithme ne peut pas faire des recommandations pertinentes et elles peuvent alors devenir douteuses du point de vue des usagers.

### c. *Les blogs*

Un blog littéraire est une plateforme personnelle où un internaute poste régulièrement des articles concernant ses lectures. Les articles portent sur différents sujets : avis lecture, "PAL<sup>61</sup> du mois", achats récents, recommandations thématiques, etc. Les blogs sont des lieux d'interaction : les commentaires sont presque toujours ouverts et les lecteurs sont invités à commenter et donner leurs avis sur les lectures du blogueur.

D'un point de vue de la prescription, les blogs sont généralement appréciés car ils sont perçus comme étant authentiques et accessibles. Dans une enquête publiée en 2019, Astrid Pourbaix et Guergana Guintcheva dressent plusieurs aspects importants des blogs littéraires et notamment leurs effets sur les jeunes adultes<sup>62</sup>.

---

<sup>60</sup> GUITTET Emmanuelle Guittet, « Entre aide au choix et extension du plaisir littéraire : des usages rares et différenciés de la recommandation en ligne », *Terminal*, 2020.

<sup>61</sup> PAL = pile à lire, les livres que la personne a et qu'elle souhaite lire.

<sup>62</sup> POURBAIX Astrid, GUINTCHEVA Guergana, « Le rôle des blogs littéraires amateurs dans le processus de décision des jeunes adultes en France », *Management & Avenir*, 2019/8 (N° 114), p. 93-108.

Tout d'abord, concernant les discours menés par les blogueurs, ils concernent plusieurs aspects, mais notamment celui du lien avec les lecteurs du blog. En effet, le blog de partage des lectures est créé dans le but de partager un intérêt, une passion et cela donne à la lecture une dimension collective. Le blogueur est en fait à la recherche d'une communauté à travers ce blog, une façon de compléter ses lectures. On peut ici faire un parallèle avec ce que nous avons dit auparavant avec la lecture sociale et les communautés de lecteurs. En effet, les blogs sont des communautés de lecteurs où le blogueur prend la place centrale mais l'interaction avec ses lecteurs est une part importante de son activité.

Les autres discours du blogueur concernent les attributs du livre, la volonté de guider son audience dans ses choix de lecture et la présence de partenariats sur le blog. Nous reviendrons sur cette présence lorsque nous évoquerons l'évolution des plateformes et des dynamiques de prescription avec l'influence.

Ensuite, concernant les interactions des lecteurs du blog, elles observent que les commentaires sont des lieux d'échange importants. Les lecteurs y partagent leur désir de lire une œuvre dont le blogueur a parlé. Le discours du blogueur est donc une des raisons de la motivation de l'internaute à se diriger vers une œuvre plutôt qu'une autre.

Les blogs fonctionnent très bien auprès des jeunes adultes pour plusieurs raisons. La plus importante de ces raisons concerne l'identification qu'ils ont vis-à-vis du blogueur : souvent proche en âge et avec le même type de lecture. De plus, les blogueurs laissent une grande place à l'affect et aux émotions dans leur communication sur les blogs, ce qui donne une authenticité au blog et qui est apprécié par les jeunes adultes.

#### *d. Les réseaux sociaux*

A l'origine le mécanisme d'investissement des réseaux sociaux pour le partage des lectures est venu par les blogueurs : dans un besoin de visibilité, le blog était alors lié à une chaîne YouTube. Ces deux éléments représentent un cadre propice à l'échange littéraire : leurs fonctionnalités rendent possible la fidélisation et l'interaction avec les internautes<sup>63</sup>. Ensuite, ces créateurs ont investi davantage de réseaux sociaux, dans un souci de spontanéité

---

<sup>63</sup> FEUGÈRE Lorraine, "La fabrique de la sociabilité littéraire sur les médias sociaux, Le cas des blogs, YouTube, Facebook, Twitter et Instagram", *Interfaces numériques*, en ligne, 2018.

et de rapidité, deux aspects que YouTube et les blogs ne proposent pas. Les contenus ont donc été postés sur Facebook, Twitter et Instagram. Dans cette présentation des réseaux sociaux dans le cadre du partage de la lecture, nous allons uniquement nous concentrer sur YouTube et Instagram, qui sont les deux plateformes encore fortement utilisées aujourd'hui.

Tout d'abord, sur YouTube, on parle de **BookTuber**, des créateurs de contenus parlant de livres, *book* en anglais. Leur rôle a pris une place de plus en plus importante dans le rang des critiques amateurs durant les années 2010. Le format vidéo est dans ce cas utilisé pour une sorte de mise en scène du critique et de l'objet livre, et le fond de la critique littéraire peut parfois être amoindri : cela permet de créer une relation humanisée avec l'abonné, de rendre la lecture sociale. Sur YouTube, et les autres réseaux sociaux, les contenus peuvent donc être adaptés à ce que les abonnés attendent et on est face à une sorte de spécialisation du lectorat : certains créateurs de contenus vont parler en majeure partie d'un seul genre, comme la romance ou la fantasy. Dans ce cadre, les internautes peuvent être davantage sensibles aux recommandations faites par les créateurs, du fait d'une impression de proximité<sup>64</sup>. Comme sur les blogs, les commentaires sont des lieux d'interaction mais la relation n'est pas symétrique car le commentateur ne fait que réagir à ce que lui dit le BookTubeur.

Sur Instagram, la situation est différente. On est sur un réseau social où le créateur peut plus facilement proposer du contenu à chaud : les stories permettent d'être spontané et de proposer des contenus temporaires et de l'ordre du quotidien. Parler de ses lectures sur Instagram, ou Bookstagram, s'est grandement démocratisé ces dernières années et en mai 2023, le tag #bookstagramfrance compte plus de 1,2 millions de publications. En termes de publications, une grande place est donnée à l'esthétisme des posts : l'univers visuel, les couleurs, la mise en scène du livre. L'univers créé par le Bookstagrammeur rend possible l'identification de ses publications rapidement, au premier coup d'œil. Cet esthétisme prend parfois plus de place que le contenu concernant la critique du livre mis en scène. Sur Bookstagram, ce sont surtout des jeunes femmes qui créent du contenu et les livres abordés sont très variés : il peut tout autant y avoir des *best-sellers* que des titres plus anciens et oubliés<sup>65</sup>.

---

<sup>64</sup> LEGENDRE Bertrand, « Chapitre 2. Tous critiques ? Tous promoteurs ? », in *Ce que le numérique fait aux livres*. LEGENDRE Bertrand (dir), Presses universitaires de Grenoble, 2019, p. 65-86.

<sup>65</sup> ROGUES Christelle, « Tasses de café et fleurs séchées. Plongée dans l'univers Bookstagram », *Communication & langages*, en ligne, vol. 207, no. 1, 2021, pp. 65-91.

Ces deux réseaux se sont grandement professionnalisés au cours des dernières années et certains créateurs en ont fait leur métier. La plupart des créateurs de contenu multiplient les plateformes où ils font des publications, dans le but de faire face à la perte de vitesse de certains réseaux sociaux.

Les plateformes de prescription littéraire en ligne sont multidimensionnelles et chaque type de plateforme a ses spécificités. Néanmoins, toutes ces plateformes ont en commun quelques aspects : montée de la professionnalisation des lecteurs, dynamiques d'influence et arrivée des partenariats. De plus, les plateformes peuvent être amenées à perdre en importance avec l'arrivée de nouveaux outils et formats, comme cela a pu être le cas pour Facebook lors de la montée en puissance d'Instagram : le contenu littéraire ne se trouve plus autant sur Facebook.

## 2) *Evolution du modèle économique de la recommandation*

Le numérique étant un espace en constante évolution, les dynamiques qui y sont présentes le sont aussi. La prescription littéraire fait face à des renforcements de comportements qui étaient auparavant réservés aux professionnels du livre comme les services-presse. L'arrivée et le gain en popularité des influenceurs changent le paradigme de la prescription littéraire en ligne.

Nous l'avons vu brièvement, **les maisons d'édition ont investi les différentes plateformes de prescription en ligne : réseaux socionumériques de lecteurs, blogs et réseaux sociaux**. Les maisons d'édition créent des comptes sur ces sites et surtout elles entrent en contact avec les créateurs de contenu pour mettre en place des partenariats. Ce ne sont plus uniquement des envois de service-presse, c'est-à-dire un livre dans sa version papier ou numérique qui est envoyé à un individu au moment de sa sortie en échange d'une lecture et critique. Des véritables partenariats se forment désormais : les créateurs de contenus entrent dans des contrats avec les éditeurs et font un réel travail de communication autour d'une sortie. Sur Instagram, la créatrice @lesouffledesmots<sup>66</sup> a réalisé plusieurs campagnes autour de la sortie de romans : pour le titre *The Inheritance Games*, elle a organisé une lecture

---

<sup>66</sup> <https://www.instagram.com/lesouffledesmots/>

commune, une chasse aux livres en et hors ligne et a globalement donné beaucoup de visibilité à cette sortie de la maison d'édition Pocket Jeunesse.

Les créateurs se professionnalisent et deviennent des *influenceurs* : leurs réseaux sociaux et blogs sont leurs principaux outils de travail et lire des livres est leur travail. Grâce à leurs différents partenariats avec des éditeurs et autres entreprises, les influenceurs littéraires ont un rôle central dans la prescription littéraire en ligne auprès des jeunes et jeunes adultes. Selon l'étude réalisée par l'IPSOS en mars 2022 sur les jeunes français et la lecture, 19% des étudiants choisissent leurs lectures grâce à internet et notamment aux influenceurs et réseaux sociaux<sup>67</sup>. De plus, selon cette même étude, 72% des jeunes de 20 à 25 ans sont prêts à utiliser les réseaux sociaux YouTube et Instagram pour se renseigner sur des livres avant de les acheter ou de les lire.

Le rôle des créateurs de contenu change, mais les plateformes aussi. Tout d'abord, fonctionnellement, elles se sont adaptées au fil des années pour proposer des formes plus variées de contenu. On peut par exemple évoquer Instagram qui a intégré la possibilité de mettre des stories en 2016, grandement inspiré d'une fonctionnalité de Snapchat. Ces stories sont désormais utilisées par les influenceurs pour leurs partenariats, qui se font souvent sur ce format et non en publication classique. De plus, Instagram a incorporé des fonctionnalités directement en lien avec les besoins des influenceurs : possibilité de publier un post sur deux comptes à la fois, affichage dans le nom de la publication que c'est un partenariat rémunéré, etc. L'influence devient le point central des réseaux sociaux et est fortement mise en avant.

Avec l'apparition de nouveaux réseaux sociaux, comme TikTok en 2016, les autres réseaux sociaux s'adaptent et intègrent des nouveaux formats de contenu sur leurs plateformes : les *short* sur YouTube ou encore les *reels* sur Instagram. Avec la montée en puissance de TikTok, le format court est mis en avant sur les autres réseaux sociaux. Cela est un signe clair : les réseaux sociaux doivent s'adapter aux usages changeant des utilisateurs s'ils ne veulent pas perdre des usagers. En effet, en 7 ans d'existence, TikTok comptabilise environ 1,7 milliards d'utilisateurs tandis qu'Instagram, qui existe depuis 2010, en compte 2,3. Ainsi, sur les réseaux sociaux, les acteurs et les usages changent très rapidement.

---

<sup>67</sup> IPSOS, *Les jeunes Français et la lecture*, CNL, 2022.

### 3) *TikTok, un nouveau réseau social*

TikTok est un réseau social qui a été créé en 2016 par l'entreprise chinoise ByteDance. L'application repose sur un système de partage de vidéos qui apparaissent dans un fil d'actualité extrêmement personnalisé pour l'utilisateur par un algorithme. Ce nouveau réseau social conduit au développement de nouveaux comportements et problématiques : avec un algorithme très fort qui peut emprisonner l'utilisateur dans un seul type de contenu, quelle est la place de la culture et notamment du lecteur ?

#### a. *TikTok : un réseau social qui emprisonne l'utilisateur ?*

La popularité de TikTok lui est notamment venue de son algorithme efficace : il permet de personnaliser l'usage de l'application via la page "Pour toi" ou *For You Page* (FYP) en anglais. Il s'agit donc d'un système de recommandations des contenus à partir des contenus déjà aimés ou visionnés auparavant. Cela pousse l'utilisateur à ne voir que des vidéos qui se ressemblent et peut le faire rentrer dans une bulle de filtre très puissante.

Tout d'abord, concernant l'algorithme de l'application, il existe beaucoup d'informations à son sujet. La définition que TikTok donne de son algorithme est la suivante : "Un flux de vidéos adapté en fonction de vos intérêts, facilitant la recherche de contenu et de créateurs que vous aimez... alimenté par un système de recommandation qui fournit à chaque utilisateur du contenu susceptible d'intéresser cet utilisateur en particulier<sup>68</sup>." On peut tirer deux grands aspects de cette définition : l'algorithme est entièrement personnalisé pour chaque utilisateur et les contenus montrés aux utilisateurs sont liés à des vidéos précédemment aimées.

Pour faire face à de nombreux questionnements des utilisateurs sur son algorithme, TikTok a dû dévoiler ses principes de base. Il existe donc trois aspects qui influencent l'algorithme de l'application : les interactions faites par l'utilisateur, les informations autour des vidéos et le paramétrage des appareils et des comptes<sup>69</sup>. Revenons maintenant plus dans le détail de ces piliers :

---

<sup>68</sup> <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you>

<sup>69</sup> <https://blog.hootsuite.com/fr/algorithme-tiktok-comment-fonctionne/>



- **Interactions des utilisateurs** :

Ces interactions comprennent tout ce que l'utilisateur fait et qui permet de qualifier s'il aime un contenu ou non. De ce point de vue, il est assez similaire à l'algorithme d'Instagram. La For You Page recommande des contenus en se basant sur différents critères :

- les comptes suivis,
- les commentaires publiés,
- les créateurs ou sons masqués,
- les vidéos partagées, mises en favoris et aimées,
- les vidéos qualifiées de "pas intéressées" ou signalées,
- les vidéos plus longues regardées jusqu'à la fin,
- le contenu créé sur son propre compte,
- les intérêts exprimés par l'interaction avec les publicités.

En connaissant tous ces critères, l'utilisateur peut donc comprendre l'impact de ses interactions sur son expérience sur l'application et les contenus qui lui sont recommandés sur sa For You Page.

- **Informations des vidéos** :

Les informations des vidéos touchent les contenus autour des vidéos avec lesquelles l'utilisateur interagit ou recherche. Cela concerne donc tout ce qui entoure la vidéo : légendes, sons, hashtags, effets ou thème tendance. Les tendances ont notamment un fort impact sur l'expérience de l'utilisateur sur l'application : ce sont généralement des types de vidéo sur un sujet qui sont repris par des milliers, voire des millions, d'utilisateurs et qui peuvent devenir virales. Cela peut créer pour l'utilisateur l'impression de voir toujours les mêmes contenus dans ses recommandations TikTok.

- **Paramétrage de l'appareil et du compte** :

Il s'agit du critère de recommandation qui a le moins d'influence sur l'expérience de l'utilisateur sur TikTok. Ce sont des paramètres sélectionnés par l'utilisateur au moment de sa

première connexion et donc cela ne relève pas de l'activité de l'utilisateur. Cela concerne les paramètres suivants :

- langue de navigation,
- pays de résidence,
- type d'appareil,
- catégorie d'intérêt.

Ces paramètres permettent à TikTok d'optimiser les performances de la For You Page et de proposer du contenu au nouvel utilisateur du réseau social.

Comme nous le voyons, l'algorithme TikTok prend en compte de nombreux aspects mais le plus important semble être l'utilisation même que fait l'utilisateur de TikTok : il est la raison pour laquelle il voit un type de contenu plutôt qu'un autre. Ainsi, si l'utilisateur le sait, il est possible pour lui de manipuler l'algorithme pour qu'il lui montre ce qu'il a envie de voir. Néanmoins, il s'agit ici d'une utilisation active de l'application, où l'utilisateur connaît les mécanismes de fonctionnement du réseau social et veut changer ce qu'il voit. Cela ne correspond pas aux usages d'une grande partie des utilisateurs. En effet, un grand nombre d'utilisateurs peut se retrouver coincé dans une bulle de filtre très forte sur TikTok.

Une bulle de filtre est un phénomène que l'on retrouve beaucoup sur les réseaux sociaux : elle se produit lorsqu'un algorithme de recommandation alimente un fil d'actualité en proposant des publications qui ont des contenus très similaires les uns avec les autres. Cet algorithme est alors paramétré pour que l'utilisateur ne voit que des contenus correspondant à ses goûts et il peut ne jamais en sortir<sup>70</sup>.

Sur TikTok, la bulle de filtre est très fortement visible. Au fur et à mesure de l'utilisation du réseau social, l'algorithme de recommandation précise les vidéos apparaissant dans la For You Page de l'utilisateur, et cette précision conduit au visionnage de contenus de niche. Un exemple clair concernant les livres est le suivant : si l'utilisateur aime lire, notamment de la romance, alors l'algorithme va le comprendre et finira par lui proposer un contenu plus précis que juste la romance, comme la Dark Romance par exemple. L'objectif

---

<sup>70</sup> <https://www.cnil.fr/fr/definition/bulle-de-filtre>

du réseau social est de pousser l'utilisateur à rester sur la plateforme pendant le plus de temps possible, il propose donc des contenus les plus à même de plaire aux usagers et suscitant de l'émotion ou des réactions<sup>71</sup>. Une fois qu'un contenu est jugé comme plaisant à l'utilisateur, il reviendra à de nombreuses reprises pour le pousser à le visionner et à rester sur l'application plus longtemps.

Ainsi, les critiques souvent apportées à l'application sont autour de cet "emprisonnement" de l'utilisateur dans un type de contenu très précis, dont il est difficile de sortir. La For You Page est la page de navigation par défaut et est donc très utilisée par les usagers de TikTok. S'ils ne sont pas conscients du fonctionnement de l'algorithme de recommandation de l'application, ils peuvent donc rester coincer dans une bulle de filtre très forte et voir des contenus qui se ressemblent fortement.

#### *b. TikTok : un contenu qui change rapidement ?*

Du fait même de l'architecture de l'application, il est difficile pour l'utilisateur de retrouver une vidéo ou un profil s'il ne l'a pas enregistré ou liké. En effet, la FYP est en constant rafraîchissement et une mauvaise manipulation de l'application peut conduire l'utilisateur à revenir au début de son fil, et alors la vidéo qu'il était en train de voir est probablement perdue pour lui. De plus, en termes de création de contenu, TikTok est une application où les tendances - ou *trends* - changent très vite et les vidéos peuvent devenir virales très rapidement.

L'objectif pour certains créateurs et marques présents sur TikTok est d'ailleurs d'avoir un contenu viral pour atteindre un public plus large. En effet, si une vidéo est virale elle peut très vite toucher plusieurs millions d'utilisateurs et donc donner une grande visibilité au contenu. Ce type de dynamique n'est pas présent sur les autres réseaux sociaux, où bien que parfois mis en avant par l'algorithme, un utilisateur ne verra pas le contenu d'un créateur auquel il n'est pas abonné sur son fil d'actualité principal.

Comme nous l'avons vu, l'algorithme de TikTok analyse les comportements des utilisateurs et lui recommande des vidéos similaires. C'est pourquoi les trends fonctionnent

---

<sup>71</sup> <https://www.wsj.com/articles/tiktok-algorithm-video-investigation-11626877477>

aussi bien sur le réseau social : en reproduisant un contenu populaire en l'adaptant à son profil, le créateur va toucher des utilisateurs qui ont aimé ce type de contenu, cela peut alors créer une viralité de sa vidéo et toucher davantage d'individus.

Les tendances peuvent concerner plusieurs aspects des vidéos sur l'application : un son spécifique, une danse, ou même un texte mis sur la vidéo<sup>72</sup>. Ainsi, beaucoup d'aspects peuvent créer une tendance et l'utilisateur est en constante interaction avec celles-ci.

De plus, les contenus sur TikTok se renouvellent rapidement, et ce pour plusieurs raisons. Tout d'abord, puisque les vidéos créées sont des vidéos de format court (trois minutes ou moins), et généralement rapides à faire, les créateurs de contenu vont multiplier la publication de vidéos. Cela le conduit à pouvoir tester ses idées et voir ce qui fonctionne. Néanmoins, hormis les tendances qui s'enchaînent très rapidement, on remarque tout de même une certaine circularité des contenus : certains sons reviennent en popularité plusieurs mois après leur première apparition, le créateur reproduit ses propres vidéos populaires, etc.

Nous l'avons dit, le rythme de création sur TikTok est très rapide : cela conduit à une certaine éphémérité des vidéos, qui sont amenées à se perdre dans la masse des contenus existants sur l'application mais également sur le profil du créateur. Cette multiplication des contenus est également encouragée par la bulle de filtre de TikTok : l'utilisateur se voit recommander des vidéos quasiment copiées-collées les unes par rapport aux autres<sup>73</sup>, dans un souci de productivité du créateur, qui ne veut pas perdre en visibilité. Les contenus créés sont alors brefs et conçus pour capter l'attention de l'utilisateur.

Ainsi, la deuxième raison qui motive ce renouvellement rapide des contenus sur TikTok est le besoin de capter l'attention de l'utilisateur. L'objectif est qu'il reste sur l'application et consomme des vidéos. Pour ce faire l'algorithme lui recommande des vidéos qui l'intéressent selon son activité sur l'application. D'un point de vue du créateur, ce renouvellement des contenus se voit dans les tentatives de diversification des vidéos créées ou la multiplicité des publications, allant parfois jusqu'à plusieurs fois par jour. L'utilisateur est ainsi mis devant un fil d'actualité sans fin, qui se renouvelle constamment. C'est d'ailleurs

---

<sup>72</sup> <https://www.quai-alpha.com/9-conseils-pour-creer-des-vidéos-virales-sur-tiktok/>

<sup>73</sup> <https://www.intotheminds.com/blog/algorithmes-tiktok-creation-contenu/>

pour cette raison qu'il est très facile de rester pendant des heures sur l'application : il ne semble jamais ne plus y avoir de contenu à voir.

Enfin, l'apparition des *stories* sur TikTok a permis de développer une certaine éphémérité des contenus : basées sur le modèle des stories sur Instagram ou Snapchat, les stories sur TikTok sont des contenus courts qui ne restent disponibles que 24 heures. Apparaissant également dans la For You Page de l'utilisateur, il s'agit pour le créateur d'une façon complémentaire de créer du contenu, encore plus rapide que de poster des vidéos classiques. Ce type de contenu peut également être jugé plus intimiste car étant limité dans le temps, moins d'internautes pourront le voir, et généralement ce ne sont que les abonnés au compte qui ont les stories dans leur For You Page.

### c. TikTok et la culture

TikTok est devenu un outil de communication que beaucoup de jeunes utilisent. En France, 72% des utilisateurs de TikTok ont moins de 24 ans<sup>74</sup>. TikTok s'est donc invité dans de nombreux domaines notamment celui de la culture : monde du livre, de la musique, du cinéma, ou encore des musées, la culture est bel et bien présente sur TikTok. La question est alors de savoir quelle est la place de la culture sur l'application et si les contenus sont impactant pour les utilisateurs et les créateurs.

Les sons sur TikTok sont l'occasion pour des artistes musicaux de mettre en avant leurs chansons : c'est ainsi l'exemple d'Olivia Rodrigo, dont la chanson *Driver's License*, sortie en 2021, a connu une grande popularité sur TikTok et a conduit à la renommée de l'artiste et au succès de son album. Les nouveaux artistes et morceaux ne sont pas les seuls concernés : en 2020, le Tiktokeur @doggface208 a publié une vidéo de lui faisant du skate en écoutant une chanson de Fleetwood Mac *Dreams*, datant de 1977. La vidéo a réunit plus de 8 millions de *likes* et la chanson a intégré par la suite la 21<sup>ème</sup> place du Hot 100 du classement de Billboard<sup>75</sup>. En 2021, 175 chansons qui ont été populaires, voire virales, sur l'application sont apparues dans les classements Billboard. De plus, la fonctionnalité *Duo* permet aux créateurs de faire des véritables collaborations musicales sur l'application, et ce, sans être au

---

<sup>74</sup><https://blog.digimind.com/fr/agences/tiktok-chiffres-et-statistiques-france-monde-2020>

<sup>75</sup><https://www.rts.ch/info/culture/musiques/12836789-linfluence-croissante-de-tiktok-dans-lindustrie-musicale.html>

même endroit au même moment<sup>76</sup>. Les nouveaux artistes connaissent l'influence de TikTok et investissent le réseau social pour partager leurs musiques : c'est le cas de jeunes chanteuses comme Emlyn<sup>77</sup> ou Cloudy June<sup>78</sup> dont certaines chansons sont devenues virales et leur ont donné une grande visibilité.

Concernant le cinéma et les séries télévisées, il est notamment bon de noter qu'un type de contenu est fortement populaire sur Tik Tok<sup>79</sup>. Il s'agit de diffusion d'extraits de films ou de séries postés par des créateurs. Ces vidéos, qui ne prennent pas en compte les droits d'auteur, sont très populaires et diffusent des scènes provenant d'une grande variété d'œuvres. Hormis, cet aspect de l'application, on peut noter qu'en 2022 TikTok annonçait un partenariat avec le Festival de Cannes. Il s'agit d'un partenariat inédit pour le Festival de Cannes et pour TikTok il correspond à la volonté d'encourager la créativité et la création dans et en dehors de l'application. Ce que TikTok apporte au Festival est une nouvelle façon de créer des contenus autour de la compétition avec des créateurs proposant des vidéos correspondant aux codes de l'application et dévoilant les coulisses du Festival. Pour accompagner ce partenariat, TikTok a lancé une compétition mondiale sur son application sur les films au format court, et a même lancé un hashtag : #TikTokShortFilm. Dans le cadre de cette compétition, les créateurs ont été encouragés à créer des courts-métrages de 45 secondes à 3 minutes et à les poster sur l'application en utilisant le hashtag. Trois gagnants ont été sélectionnés et ont reçu des prix : de 5 000 à 10 000 euros<sup>80</sup>. En 2023, TikTok est à nouveau partenaire du Festival de Cannes et la compétition de court métrage a été relancée : le hashtag réunit aujourd'hui près de 9 milliards de vues.

Les institutions culturelles se sont elles aussi lancées sur TikTok : le musée d'Orsay<sup>81</sup>, le Château de Versailles<sup>82</sup> ou bien encore le Musée Picasso<sup>83</sup>. Pendant les périodes de confinement et de fermeture des lieux accueillant du public, les réseaux sociaux, et notamment TikTok, ont été une façon de mettre en avant les lieux culturels et de proposer des événements pour les utilisateurs. Ainsi, en décembre 2020 le hashtag #TikTokCulture a été lancé pour ouvrir une semaine de saison culturelle sur TikTok grâce aux fonctionnalités

---

<sup>76</sup><https://youtu.be/UgsurPg9Ckw>

<sup>77</sup>[https://www.tiktok.com/@emlyn\\_music](https://www.tiktok.com/@emlyn_music)

<sup>78</sup><https://www.tiktok.com/@cloudyjune>

<sup>79</sup><https://www.tiktok.com/@blackwithstyle/video/7196415917218123014>

<sup>80</sup> <https://newsroom.tiktok.com/fr-fr/tiktok-devient-partenaire-officiel-du-festival-de-cannes>

<sup>81</sup><https://www.tiktok.com/@museeorsay?lang=fr>

<sup>82</sup><https://www.tiktok.com/@chateauversailles?lang=fr>

<sup>83</sup><https://www.tiktok.com/@museepicassoparis?lang=fr>

comme des lives pour permettre aux utilisateurs de visiter les musées et expositions. Cette mise en avant de la culture a été renouvelée en mai 2021, avec une programmation culturelle forte en partenariat avec 26 musées et institutions culturelles à travers le monde. Ces institutions, issues de 12 pays différents, ont alors proposé des visites immersives. Ce partenariat a été pour TikTok l'occasion de réitérer son engagement auprès du monde de la culture<sup>84</sup>.

Enfin, le dernier exemple que nous allons prendre de la présence de la culture sur TikTok concerne le monde du livre. En effet, le phénomène #BookTok est fortement présent sur le réseau social depuis sa création et est même devenu une partie très importante de la plateforme. En effet, TikTok utilise la communauté #BookTok à des fins de communication : au premier trimestre 2023, #BookTok est donc devenu un argument de vente pour TikTok et une campagne de communication autour du phénomène a été lancée. Cette campagne met en avant plusieurs créateurs et créatrices de contenu sur BookTok et invite les utilisateurs à se rendre sur l'application, car ce qu'ils aiment "est déjà sur Tik Tok". Cette campagne montre également la diversité du type de recommandation que l'on peut chercher et trouver sur TikTok : essais de philosophie, roman d'amour ou bien encore des BD de science fiction<sup>85</sup>. De plus, les maisons d'édition ont bien compris l'importance de #BookTok pour les lecteurs et l'utilisent : la maison d'édition Collection R a lancé un concours sur TikTok : le principe est simple, l'auteur doit présenter son roman sur l'application en utilisant des hashtags spécifiques (#unRdepremierroman et #collectionR) et envoyé le manuscrit à la maison d'édition tout en mettant le lien du TikTok dans le corps du mail<sup>86</sup>. Un jury composé de créatrices populaires sur TikTok a été créé pour juger ces romans. Ainsi, le monde du livre est impacté par TikTok : communauté très populaire et source de nouveaux romans pour les maisons d'édition.

TikTok est un espace où la culture peut rayonner et un utilisateur qui se tourne vers des contenus du domaine de la culture pourra voir de nombreux contenus. Néanmoins, la bulle de filtre très forte de TikTok limite les contenus visibles sur la For You Page et certains sujets ne seront jamais vus par les utilisateurs, car il n'a jamais interagi avec eux. Il s'agit ici

---

<sup>84</sup> <https://newsroom.tiktok.com/fr-fr/culturetiktok-museummoment-may>

<sup>85</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=iIpT-OGZXHc&ab\\_channel=TikTokFrance](https://www.youtube.com/watch?v=iIpT-OGZXHc&ab_channel=TikTokFrance)

<sup>86</sup> <https://twitter.com/CollectionR/status/1620826184169979909>

de toute la problématique de TikTok : des contenus sont créés sur une vaste étendue de sujets mais l'algorithme est tellement puissant que l'utilisateur n'a accès qu'à une infime part de ce qui existe.

Nous avons donc pu voir que la prescription littéraire en ligne était très forte et les espaces de recommandations très vastes. En partant des blogs personnels jusqu'aux nouveaux réseaux sociaux comme TikTok, les dynamiques de prescription sont changeantes et prennent en compte des problématiques variées : développement des partenariats, avènement des influenceurs et problématique de visibilité. La prescription littéraire est donc un espace culturel où les usages changent et les lecteurs font face à des nouveaux acteurs.

En conclusion de cette première partie nous pouvons donc dire que la sociabilité littéraire a évolué grâce au numérique, qui lui a permis de se développer en donnant aux lecteurs des moyens de communiquer entre eux d'une nouvelle façon. Le numérique a conduit le lecteur à faire face à des nouveaux modes de prescription, où le prescripteur peut être un inconnu, avec qui le seul point commun est un amour pour la lecture. Enfin, les plateformes de prescription changent et évoluent en même temps que les usages des lecteurs et le développement de nouvelles technologies. Les lecteurs sont désormais face à des dynamiques de recommandation basée sur la multiplicité des contenus et des plateformes, tout en prenant en compte des problématiques de partenariat et d'influence. Ces dynamiques sont d'autant plus visibles sur le réseau social TikTok, que nous avons présenté. La communauté littéraire est fortement présente sur ce réseau et #BookTok est un des nouveaux lieux de prescription littéraire grandement favorisés par les jeunes.



## II. #BookTok : une enquête pour comprendre son importance pour les lecteurs

Le phénomène #BookTok est très puissant sur le réseau social. **Le hashtag #BookTok totalise près de 140 milliards de vues**. En France, il existe plusieurs hashtags dont #BookTokFrance qui comptabilise 1,6 milliards de vues, #BookTokFr 350 millions de vues et #FrenchBookTok 291 millions de vues. Le phénomène #BookTok a même atteint les lieux de vente où des rayons mettant en avant les livres populaires sur TikTok sont apparus en 2021 dans les pays anglophones et plus récemment en France. Pour certains créateurs et lecteurs, #BookTok est un club de lecture géant. Qu'en est-il vraiment ?

Pour appréhender les différentes dynamiques, usages et comportements sur #BookTok, j'ai réalisé une étude en trois pans de #BookTok : une analyse rapide des créateurs, une étude plus en profondeur des vidéos publiées pour comprendre les types de contenus que les lecteurs peuvent y trouver et enfin une étude des commentaires laissés par les spectateurs. Cette étude a pour objectif de me donner les clés de compréhension de #BookTok et de comprendre son influence, si elle existe, sur les lecteurs présents sur TikTok.

### **A. #BookTok : une multitude de créateurs**

En premier lieu, #BookTok est un espace où des créateurs s'expriment et postent des vidéos. Il convient donc de présenter la méthodologie que nous avons adoptée pour étudier #BookTok. Par la suite, nous nous concentrerons davantage sur les créateurs et comment ils se présentent sur l'application, notamment via leurs noms d'utilisateurs.

#### *1) Méthodologie d'observation*

Pour réaliser l'étude du phénomène #BookTok, j'ai décidé de faire une sélection de vidéos sur TikTok pour en analyser le contenu et les commentaires qui en découlent. Mon objectif avec ces vidéos est double : je veux faire une **typologie des types de contenus proposés par les créateurs et analyser les commentaires laissés par les utilisateurs**.

Pour ce faire, j'ai sélectionné 62 vidéos correspondant aux critères suivants :

- **Vidéo en français** : ne pouvant pas être sûre que le créateur de la vidéo était Français, j'ai néanmoins choisi des vidéos dont le texte écrit/parlé était en français. Les livres peuvent cependant être en anglais.
- **Au moins 15 commentaires** : j'ai jugé que pour avoir assez de contenu pour analyser les commentaires, les vidéos devaient avoir au moins 15 commentaires.
- **Au moins 1000 likes** : pour un souci de popularité, j'ai choisi des vidéos réunissant au moins 1000 likes de la part des utilisateurs. En effet, j'essaie de me concentrer ici sur du contenu qui est plutôt populaire et touche un grand nombre de personnes.
- **Utilisation d'un tag** : je suis partie du principe que les vidéos choisies devaient pouvoir être trouvables par un des cinq tags les plus utilisés par les créateurs de contenus français : #booktokfrance, #leclubdeslecteurs, #booktokfr, #frenchbooktok et #booktokfrançais. La recherche via ces tags m'a d'ailleurs permis de trouver des contenus plutôt populaires et parfois même viraux.

Concernant les créateurs des vidéos, j'ai globalement pris les vidéos comme elles venaient sans particulièrement faire attention à leurs créateurs. Cependant, une petite exception a été faite pour les trois créatrices les plus populaires du réseau : @urfrenchbookworm (221K abonnés), @nous\_les\_lecteurs (201K abonnés) et @bookss\_addict (121K abonnés). Pour ces créatrices, j'ai délibérément choisi plusieurs vidéos car elles sont extrêmement populaires.

En termes d'informations relevées sur ces vidéos, j'en ai pris plusieurs :

- **Compte de provenance et nombre d'abonnés** : afin de pouvoir analyser les noms d'utilisateurs des créateurs mais aussi pour assurer d'avoir un échantillon varié.
- **Thématique de la vidéo** : il s'agit du thème abordé dans la vidéo dans l'objectif de faire une typologie des différents types de vidéos créées.

- **Genre abordé** : j'ai relevé quel genre était majoritairement abordé dans les vidéos. Si une vidéo présente plusieurs genres, j'ai alors pris celui qui était le plus présent.
- **Nombre de likes et commentaires** : afin de pouvoir m'y référer si besoin. Ces chiffres ont été notés à la date du 15 avril.

Enfin, puisque les contenus sur TikTok sont très souvent supprimés ou indisponibles, j'ai téléchargé toutes les vidéos afin de pouvoir les utiliser même en cas de suppression du compte. Concernant les commentaires, j'ai réalisé des captures d'écran que j'ai regroupées dans un document.

## 2) *Une grande variété de créateurs sur #BookTok*

TikTok est accessible à tous **dès l'âge de 13 ans**. Chaque utilisateur avec un compte peut créer du contenu s'il le souhaite. Il y a donc énormément de créateurs de contenu sur #BookTok : leurs nombres d'abonnés varient fortement mais peuvent aller jusqu'à 220K environ pour la plus populaire (@urfrenchbookworm). Cependant, on remarque rapidement qu'il y a de nombreux acteurs sur #BookTok.

### a. *Les différents créateurs*

**La majorité des créateurs de contenu sont des jeunes filles qui sont âgées d'environ 18 ans en moyenne**. On peut le voir car elle mentionne souvent le pass culture qui est accessible à partir de 16 ans et les discussions autour du bac sont courantes. Il y a également des créatrices un peu plus âgées, plutôt dans la vingtaine et encore en études. **Ces jeunes filles regroupent la majeure partie des créateurs de mon échantillon** : elles sont le moteur de la communauté #BookTok français et sont celles qui créent le plus de contenu. Ce sont des lectrices lambdas qui partagent leurs lectures sur TikTok. Bien sûr, avec leur popularité grandissante, certaines d'entre elles deviennent des influenceuses et sortent progressivement de cette catégorie "lectrice lambda".

Néanmoins, il n'y a pas que des lectrices sur #BookTok, il y a aussi des professionnels. Ils se découpent en deux grandes parties : les maisons d'édition et les autres. Dans la catégorie "autre", on peut trouver des éditrices indépendantes (vidéos #52 et #5), des

autrices (vidéos #29 et #31) ou bien encore une traductrice (vidéo #12). Ces créatrices font généralement deux types de contenus : des vidéos présentant leur travail, leur quotidien et les études qu'elles ont faites. Elles font également des vidéos de partage de leurs lectures, comme les autres créatrices sur #BookTok. Puisqu'elles ont fini leurs études et sont déjà dans le monde du travail, ces créatrices sont généralement un peu plus âgées que les autres, plutôt autour de la trentaine. L'objectif de ces créatrices est tourné vers le partage : de leur travail et de leur passion. Il y a bien sûr également un aspect publicitaire, pour faire connaître leur entreprise et gagner en visibilité.

Pour les maisons d'édition présentes sur TikTok, l'objectif est similaire : ayant compris que BookTok avait une forte influence sur les ventes de livres, elles ont décidé de se mettre en avant sur ce réseau social afin que leurs prochaines parutions gagnent en visibilité. C'est le cas notamment de la vidéo #55, où la maison d'édition J'ai Lu montre sa prochaine sortie. Leur but est très simple : mettre en avant leurs parutions et leurs auteurs pour créer de l'attente et encourager les précommandes et achats. Beaucoup de maisons d'éditions sont présentes sur Tik Tok, avec des popularités variables. Celles qui sont plutôt populaires sont Hachette Romans<sup>87</sup>, J'ai Lu<sup>88</sup> et Pocket Jeunesse<sup>89</sup> entre autres.

#### *b. Les noms d'utilisateurs*

L'une des premières choses que nous pouvons remarquer face à l'étude des vidéos partagées sur #BookTok concerne le nom des créateurs de contenu : les termes comme "book(s)", "lecteur", "mots" ou "livre(s)" ainsi que d'autres mots ayant trait au domaine du livre se trouvent dans 70% des noms d'utilisateurs de notre échantillon. Cela permet une identification claire de la part du spectateur, qui va rapidement savoir que le créateur fait du contenu concernant les livres ou la lecture. Mettre ce type de mots dans l'identifiant permet également d'être plus facilement retrouvé par les utilisateurs lors de la recherche de comptes à suivre sur le sujet des livres. Les noms d'utilisateurs peuvent alors ressembler à :

- @lecoeurdesmots
- @booki\_em

---

<sup>87</sup> <https://www.tiktok.com/@hachettefrance>

<sup>88</sup> <https://www.tiktok.com/@jailu.editions>

<sup>89</sup> [https://www.tiktok.com/@pocket\\_jeunesse](https://www.tiktok.com/@pocket_jeunesse)

- @bookgrn
- @livresansfin

On peut également relever que beaucoup des créateurs ont des noms d'utilisateur en anglais, même s'ils produisent du contenu en français et ne semblent pas particulièrement lire de livres en anglais. Voici quelques exemples :

- @bookss\_addict
- @ketsiasbooks
- @booksashes

On voit que le terme “booktok” peut également apparaître dans le nom d'utilisateur. Et d'autres noms ont un fort aspect communautaire, en utilisant des termes comme “on” ou “nous” : @nous\_les\_lecteurs ou @viens\_on\_lit.

Un autre aspect qui semble être important pour les créateurs est le fait de mettre leur prénom ou un surnom dans leur nom d'utilisateur. Cela montre une envie de personnalisation du compte et de le mettre vraiment à leur image. Cela enlève également une forme d'anonymat qui peut être possible sur Tik Tok, car tous les BookTokeurs ne montrent pas leurs visages. Voici quelques exemples de noms d'utilisateurs avec un prénom :

- @estelle.library
- @ilonabooktok
- @louisebooktok
- @oceadorable

On peut aussi noter que certains noms d'utilisateurs donnent des précisions sur le compte avec des adjectifs. Cela peut être des termes comme “fr” ou “french” pour signifier que c'est un compte français, ou des mots comme “girl” ou “addict”. Cela permet au créateur de se distinguer par rapport à un compte avec un nom similaire mais d'une autre nationalité. Certains exemples sont :

- @bookology.fr
- @girlinbooktok

- @reading.frr

Enfin, tandis que les auteurs semblent utiliser leurs noms complets pour des questions de visibilité et de reconnaissance (@manonfargetton ou @morganemoncomble), certains utilisateurs ont choisi des noms très vagues, qui même s'ils ont un lien avec les livres, ne donnent pas d'indications spécifiques sur le créateur :

- @lesouffledesmots
- @petitboutdelivre
- @vertiginance
- @urfrenchbookworm

On remarque donc que les noms d'utilisateurs ont une importance pour les créateurs et leur permettent de se distinguer en montrant, ou non, une partie de leur personnalité.

Cette étude rapide des créateurs de contenu et de leur façon de s'identifier par leur nom d'utilisateur nous donne des clés de compréhension des acteurs de #BookTok en France et nous aidera à comprendre les dynamiques d'échanges qui existent entre les spectateurs et les créateurs. Il est bon de noter qu'un créateur de contenu est également un spectateur et peut aussi commenter les vidéos qu'il voit.

### *3) Un effet de starification et de buzz*

Nous l'avons vu, TikTok est un réseau social qui fonctionne grâce à la viralité des contenus et à une volonté forte de maintenir l'utilisateur sur l'application le plus longtemps possible. Ainsi, les phénomènes de buzz sont très présents et une vidéo peut rapidement atteindre des nombres de vues et de likes très élevés. De plus, cette viralité permet aux créateurs d'être très fortement mis en avant et crée un phénomène de starification autour de leur personnalité.

Ainsi, sur les autres réseaux sociaux comme Instagram ou YouTube, des personnalités ont été fortement mises en avant. C'est le cas de la YouTubeuse Audrey Le Souffle des Mots dont être influenceuse littéraire est devenu le métier. Les mêmes dynamiques sont en train de

s'appliquer sur TikTok où certaines créatrices ont plus de 100 000 abonnés et sont donc très suivies.

Les créateurs apparaissent alors être des véritables guides pour les abonnés qui les écoutent et leur posent de nombreuses questions. L'une des façon dont cet aspect est visible sur #BookTok sont les lectures communes. Il s'agit de l'organisation, par une BookTokeuse, d'un club de lecture géant autour d'un livre. Chaque jour, un nombre de pages ou de chapitres à lire est défini et chaque jour des discussions autour du livre ont lieu. Dans ces circonstances, le créateur à l'origine de la lecture commune est le centre de l'attention des lecteurs et centralise tous les aspects organisationnels. La créatrice @kenyaohf<sup>90</sup> organise des lectures communes autour de livres de fantasy dont les sorties sont très attendues : par exemple la lecture de *Belladonna* de Adalyn Grace a été organisée en mai 2023.

Les buzzs dans #BookTok sont répandus et arrivent souvent : positif comme négatif. Il peut concerner un livre, qui devient d'un coup très populaire, ou les propos d'une créatrice et alors souvent, la vidéo subit un buzz négatif. Ainsi, sur #BookTok, les livres de Colleen Hoover ou encore le roman *Captive* de Sarah Rivens sont très populaires et reçoivent plusieurs millions de vues : le hashtag #captivewattpad a reçu près de 90 millions de vues et #jamaisplus 71 millions.

En termes de buzz négatif concernant les créateurs et ce qu'ils disent. En janvier 2023, la créatrice @urfrenchbookworm<sup>91</sup> a fait le buzz pour une vidéo, depuis supprimée, où ses propos ont été grandement critiqués. De nombreux créateurs ont fait des vidéos expliquant en quoi ses propos étaient choquants et puisqu'il s'agit des réseaux sociaux, la BookTokeuse a reçu une vague de harcèlement. Ce buzz l'a conduit à désactiver les commentaires sur ces TikTok, empêchant complètement l'échange avec ses abonnés, et a réalisé plusieurs vidéos d'excuses où elle explique ses propos. Au bout de quelques semaines, elle a pu rouvrir les commentaires car le buzz était passé.

Un autre aspect de la starification des créateurs est leur lancement de projets. Certains se tournent vers l'écriture comme @oceadorable\_books<sup>92</sup>, tandis que d'autres lancent des

---

<sup>90</sup>[tiktok.com/@kenyalone](https://www.tiktok.com/@kenyalone)

<sup>91</sup>[tiktok.com/@urfrenchbookworm](https://www.tiktok.com/@urfrenchbookworm)

<sup>92</sup> [https://www.tiktok.com/@oceadorable\\_\\_books/](https://www.tiktok.com/@oceadorable__books/)

projets liés à la lecture, comme @matoubooks<sup>93</sup>. Ces différents créateurs utilisent leur célébrité pour créer des projets autour de leur personnalité et encourager leurs abonnés à les suivre.

Ainsi, sur #BookTok, comme sur l'entièreté de TikTok, il est très facile pour un contenu de devenir très viral et d'être consommé par des milliers, voire des millions, d'utilisateurs. Les créateurs sont très vite être élevés à des hauts rangs par les utilisateurs, mais ils doivent également surveiller leurs propos qui sont souvent analysés par les spectateurs.

Les créateurs sont très nombreux sur #BookTok et proposent des contenus variés que nous allons désormais étudier.

## **B. Une étude des vidéos**

La sélection des vidéos sur TikTok m'a donc guidée pour réaliser une étude des vidéos postées sur l'application. Cette étude est orientée autour de trois axes : la typologie des vidéos, la scénographie et l'orientation des vidéos autour de contenus divertissants.

### *1) Typologie des vidéos*

Pour mieux comprendre les dynamiques autour des vidéos postées sur #BookTok, il convient de comprendre les vidéos postées : quels sont les différents formats, quels sont les types de vidéos, quels genres sont abordés ainsi que la place des partenariats et des tendances dans les contenus.

#### *a. Les formats de vidéos*

Bien qu'étant une plateforme de partage de vidéos, il existe différentes façon de créer du contenu sur TikTok. Nous allons donc procéder à un catalogue de ces différents formats et de ce qu'ils impliquent.

---

<sup>93</sup> <https://www.tiktok.com/@matoubook>



- **Les vidéos classiques** :

Il s'agit du format le plus commun sur Tik Tok. Ce sont des vidéos entre 10 secondes et 3 minutes où le créateur parle ou présente ses livres. C'est le format standard de TikTok. De nombreux filtres sont disponibles pour les vidéos : ils agissent sur le visage de la personne ou bien ce sont des jeux où la personne doit faire des choix, cliquer à des endroits spécifiques, etc. C'est notamment le cas de la vidéo #57.

- **Les réponses aux commentaires** :

Bien que techniquement des vidéos classiques, les vidéos de réponse à un commentaire sont un peu différentes. Il s'agit d'une vidéo où le créateur répond à un commentaire : ce commentaire est affiché à l'écran un certain temps et en cliquant dessus, l'utilisateur retourne sur le commentaire d'origine et donc sur la vidéo d'origine. C'est une façon de lier les vidéos entre elles. On retrouve ce comportement pour la vidéo #52.

- **Les diaporamas** :

Récemment intégré à l'application, le diaporama permet de mettre plusieurs photos qui défilent ou que l'utilisateur swipe. Ce format est fortement utilisé car il permet de diversifier le contenu : c'est une façon de présenter les livres différemment. Les diaporamas sont particulièrement utilisés pour présenter différents livres, personnages, ou tropes<sup>94</sup> rapidement. Il s'agit de la vidéo #35.

- **Les stories** :

A l'image d'Instagram, les stories sur TikTok permettent de poster du contenu qui est amené à disparaître. Il s'agit de vidéos qui restent 24h sur le profil du créateur. Comme les autres types de vidéos, les stories peuvent apparaître dans la For You Page ; néanmoins, elles n'apparaissent pas forcément dans l'ordre où elles ont été postées.

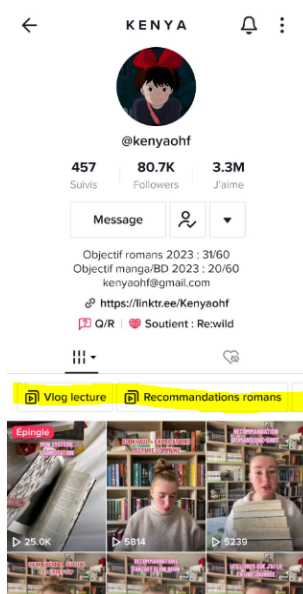
---

<sup>94</sup> Il s'agit d'un type de scénario répandu dans les livres (par exemple "enemies to lovers" qui qualifie une relation amoureuse où les individus étaient ennemis avant d'être ensemble).

- **Les lives** :

Les créateurs ont la possibilité de faire des *lives* sur TikTok. Il s'agit de vidéos en direct auxquelles les utilisateurs peuvent réagir et commenter pour créer de l'interaction et de la proximité avec le créateur. C'est généralement l'occasion de discuter ou de réaliser une activité qui peut intéresser les abonnés : comme **ranger sa bibliothèque par exemple**. Puisque c'est un type de contenu qui ne peut pas être sauvegardé, aucun live n'a été sélectionné pour notre étude.

Enfin, les contenus peuvent être liés les uns aux autres via des "**listes de lecture**", cela permet au créateur de regrouper ses contenus autour d'une thématique. Mises en avant sur le profil du créateur, cela permet de faire défiler toutes les vidéos d'une thématique à la suite.



*Figure 1 : mise en avant des listes de lecture*

b. **Les types de vidéos**

Les créateurs de contenu proposent de nombreux types de vidéos sur #BookTok. On peut ainsi relever plusieurs grands types de vidéos :

- **Achats** : ces vidéos portent sur les achats récents qui ont été faits pas le créateur. Cela peut également prendre la forme d'un *unboxing* : une vidéo où la personne va ouvrir un colis qu'elle a reçu. Ces vidéos mettent souvent l'accent sur la quantité de livres

reçue ou achetée (comme la vidéo #1) et soulignent la beauté de certains livres (vidéo #58). Les livres sont parfois accompagnés de petites descriptions sur leur contenu ou de la raison pour laquelle ils ont été achetés.

- **Recommandations** : les vidéos de recommandation sont des vidéos où le créateur va donner un avis positif sur un ou plusieurs livres pour donner envie aux spectateurs de les lire. Les vidéos peuvent être concentrées uniquement sur un (vidéo #17) livre qui est alors fortement mis en avant, ou bien sur une sélection plus grande (vidéo #25), souvent autour d'un thème commun. Le créateur parle alors des livres avec plus ou moins de détails, en donnant le résumé et en expliquant pourquoi ce livre lui a plu.
- **Avis négatifs** : à l'inverse, lorsque les créateurs n'aiment pas une de leur lecture, ils font parfois une vidéo expliquant pourquoi ils n'ont pas aimé. Ces vidéos peuvent donner une grande part à l'émotion du créateur. Les vidéos d'avis négatif peuvent également concerner des livres qui ont déçu, comme la vidéo #26.
- **Professionnels et maisons d'édition** : comme nous l'avons vu dans la partie sur les acteurs, **de nombreux professionnels du secteur du livre se trouvent sur BookTok**. J'ai choisi dans le corpus quatre vidéos de créatrices indépendantes différentes : deux autrices, une éditrice et une traductrice. Dans les vidéos que j'ai sélectionnées (#5, #12, #28 et #31), les autrices partagent leurs livres d'un point de vue plutôt publicitaire. L'éditrice et la traductrice font elles des vidéos plutôt humoristiques où elles partagent le quotidien de leur métier. D'une manière plus générale, ces vidéos sont souvent des occasions de partage non pas d'un livre ou d'une lecture mais bien d'une activité professionnelle. Concernant les maisons d'édition, comme vu précédemment, elles postent du contenu éditorial ayant pour but de mettre en avant leurs sorties. On remarque aussi que certaines maisons d'édition créent du contenu qui correspond aux tendances du moment : cela peut être par un son ou par la façon de présenter les livres.
- **Bibliothèque** : les **vidéos de partage des bibliothèques** sont très populaires sur #BookTok. Elles peuvent être de plusieurs formes mais les deux plus répandues sont les *bookshelf tour* (présentation de toute la bibliothèque du créateur, comme la vidéo #14) et les *bookshelf organization* (vidéo où le créateur va réorganiser ses

bibliothèques, la vidéo #48 par exemple). Ce type de vidéo est l'occasion pour le créateur de montrer toute sa collection de livres et d'expliquer son rangement. Certaines personnes font des vidéos où elles partagent les livres qui font tâche dans leur bibliothèque, comme c'est le cas pour la vidéo #40.

- **Jeu** : les vidéos de jeu sont des vidéos où aucun avis sur un livre ne va être émis. Ces vidéos vont plutôt porter sur une présentation de divers livres à l'écran et souvent le spectateur doit compter ou bien chanter s'il les a lus (vidéos #8 et #38). Ce sont des vidéos qui poussent à l'échange avec les spectateurs et c'est un type de contenu assez léger.
- **Lecteurs** : ces vidéos présentent des attitudes que les lecteurs peuvent adopter pendant qu'ils lisent. Elles mettent en scène des comportements auxquels les spectateurs peuvent s'identifier. Cette **mise en scène de la lecture** peut être faite sous différentes formes : être très spécifique sur un genre en particulier (vidéo #50), ou plus large sur l'action de lire (vidéo #45). Ces vidéos sont également des occasions de recherche de recommandation où un créateur va dire qu'il est à la recherche de quelque chose de spécifique (vidéo #37). Enfin, ces vidéos sont l'occasion pour les créateurs de se plaindre des comportements de leur proche non-lecteurs qui ne comprennent pas leurs habitudes (vidéos #32 et #27).
- **Annotations** : les **vidéos d'annotations** sont devenues populaires sur BookTok assez rapidement. Elles peuvent être classées en deux grandes catégories : les conseils pour annoter et les annotations *aesthetic*. La vidéo #48 correspond à cette deuxième catégorie : les lecteurs utilisent des post-its pour annoter leurs livres et assortissent ces post-its à la couleur de la couverture du livre pour que le rendu soit joli. La pratique d'annoter ses livres est devenue une activité qui va de paire avec la lecture pour de nombreux lecteurs.
- **Bilan** : ces vidéos sont des vidéos hebdomadaires, mensuelles ou annuelles de **bilan lecture**. Le créateur présente ses lectures pour la période et dit ce qu'il en a pensé. Ces vidéos reviennent régulièrement sur les profils des créateurs et il y a des périodes où les vidéos bilan se succèdent (en fin de mois ou d'année par exemple).

- **Autres** : dans mon corpus, j'ai relevé d'autres types de vidéos. Ce sont des types de vidéos que l'on trouve moins souvent sur #BookTok, comme celles qui mettent en avant des livres mais de façon différente : par une citation (vidéo #4), par une mise en avant des personnages (vidéo #35), par une trope, c'est-à-dire un type de scénario que l'on retrouve souvent (vidéo #14), par un vlog, c'est-à-dire une vidéo où l'on suit le quotidien du créateur (vidéo #33). Il y a également divers vidéos de conseils : dans quel ordre lire les livres d'une autrice (vidéo #29) par exemple. Il existe également de nombreuses vidéos qui parlent des diverses éditions des livres : leur édition française (vidéo #22) ou anglaise (vidéo #19). Enfin, certaines personnes utilisent BookTok pour partager leur art lié aux livres. C'est le cas de la vidéo #36, où la créatrice partage ses peintures sur la tranche des livres

Ces différents types de vidéos englobent la majeure partie des contenus postés sur BookTok. En effet, la plupart de ces types de vidéos (recommandation, achats, bibliothèque ou bilan par exemple) sont reprises par les créateurs de contenus et adaptés à leurs besoins.

### c. Les genres

Un aspect essentiel des vidéos sur #BookTok est les genres abordés : bien que plutôt variés, on remarque une forte tendance : **la romance et la fantasy** sont les genres les plus abordés dans les vidéos. Dans mon échantillon, la romance représente 46,8% des genres et la fantasy 22%.

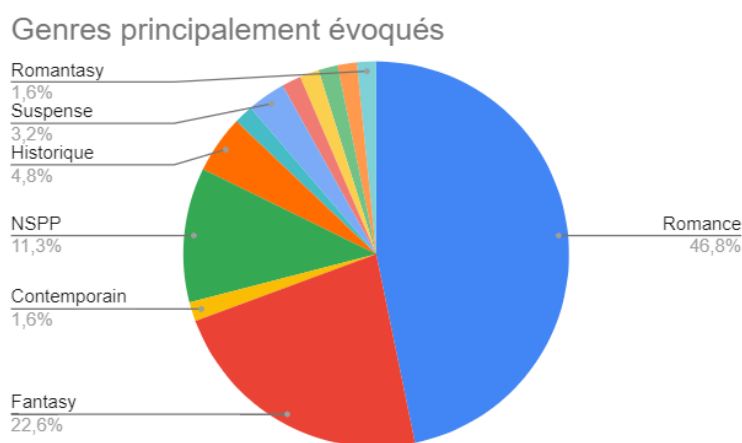


Figure 2 : Répartition des genres évoqués dans les vidéos

Les genres ont chacun leurs spécificités et les discours qui les entourent. Parcourons les rapidement :

- **Romance** :

Les discours autour de la romance tournent principalement autour de deux sujets différents : les *tropes* qui sont utilisées et l'importance du contenu sexuel dans le roman. Concernant ce dernier point, les termes comme *spice* ou *smut* sont souvent utilisés : *spice* signifie le taux d'intensité des scènes sexuelles (plus c'est haut plus c'est intense). Le terme *smut* désigne les scènes à caractère sexuel en globalité. Les livres présentés sont souvent des livres de New Romance (livres de romance avec des scènes explicites, aussi appelés New Adult) ou de Dark Romance (livre de romance où la frontière entre amour, sexe et violence est très fine).

Les romans souvent évoqués sont les suivants :

- *L'As de Coeur* de Morgane Moncomble, mentionné dans les vidéos #1, #8 et #9,
- *Captive* de Sarah Rivens, mentionné dans les vidéos #1, #7 et #8,
- *Jamais plus* de Colleen Hoover, mentionné dans les vidéos #8, #17, #18 et #29,
- *The Inheritance Games* de Jennifer Lynn Barnes, mentionné dans les vidéos #9, #17 et #44,
- *After* de Anna Todd, mentionné dans les vidéos #12, #13 et #38.

On remarque que certains de ces livres datent de plusieurs années: *After* a été publié en 2016 et *Jamais plus* en 2018 et deux de ces livres ont été originellement publiés en français : *Captive* et *L'as de Coeur*.

Sur les 58 livres recensés pour les livres de romance on peut noter une forte présence des livres de Colleen Hoover (4) et Emma Green (3) notamment.

Sur cet échantillon, 53% des livres présentés sont en français, 43% en anglais et 3% dans les deux langues. Les nombreuses recommandations de livres en anglais concernent des livres qui n'ont parfois pas encore été traduits en français.

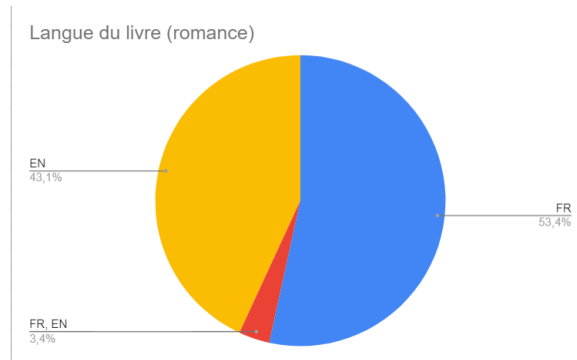


Figure 3 : répartition des langues de présentation des livres de romance

- **Fantasy** :

Les discours autour de la fantasy sont de l'ordre des tropes également ; elles ne sont pas forcément les mêmes que pour la romance, mais peuvent se recouper. Il y a également davantage de discours autour de la diversité dans les romans de fantasy : des recommandations portées spécifiquement sur des mythologies ou ethnies spécifiques sont régulièrement faites, c'est notamment le cas de la vidéo #60.

Les livres de fantasy les plus recommandés sont ceux-ci :

- *Le Prince Cruel* de Holly Black, mentionné dans les vidéos #9, #2, #14 et #54,
- *Le Sang et la Cendre* de Jennifer Armentrout, mentionné dans les vidéos #2 et #58,
- *The Kiss of Deception* de Mary E. Pearson, mentionné dans les vidéos #2 et #14,
- *L'Empire d'Ecume* d'Andrea Stewart, mentionné dans les vidéos #10 et #60,
- *The Bone Season* de Samantha Shannon, mentionné dans les vidéos #46 et #58,
- *Maison de terre et de sang* de Sarah J. Mass, mentionné dans les vidéos #16 et #58,
- *Serpent & dove* de Shelby Mahurin, mentionné dans les vidéos #30 et #58.

Sur ces livres, nous pouvons remarquer qu'ils sont tous des premiers tomes de séries populaires. En effet, bien que ça existe, peu de romans fantasy "*standalone*", donc en un seul tome, sont très populaires. Comme nous l'avons vu plus tôt, l'aspect sériel des sagas de fantasy semble être un point important pour ce genre. Dans l'échantillon relevé, tous les livres ont été présentés en français.

Concernant les livres de fantasy, l'une des questions que les lecteurs posent le plus souvent aux prescripteurs est la question de l'audience du livre. En effet, cela a un fort impact dans les romans de fantasy : les livres dirigés plutôt pour un public adulte ont tendance à avoir plus d'intrigues politiques, de guerre et de violence, tandis que les romans jeunesse ont des intrigues qui prennent plus en compte la recherche de son identité et les romances. Pour notre échantillon, on remarque que **75% des vidéos concernent des livres qui visent plutôt un public jeune**

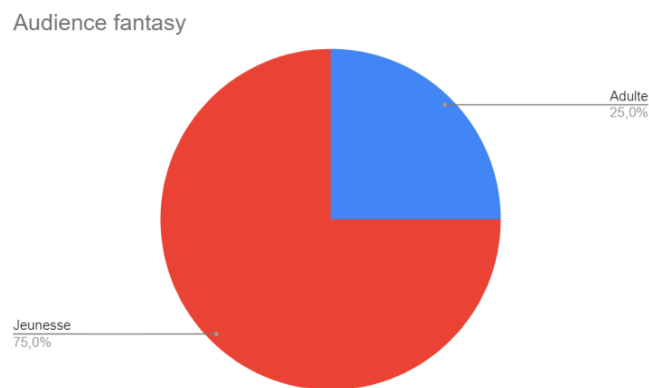


Figure 4 : répartition de l'audience pour les romans de fantasy

#### - **Autres genres :**

Bien entendu, d'autres genres sont mentionnés sur #BookTok, mais par rapport à la romance et à la fantasy ils sont en très faible quantité. Ces genres sont par exemple les romans contemporains (vidéo #5), les classiques (vidéo #22), les romans historiques (vidéos #23 ou #16) et les romans à suspense (vidéo #26). Un genre nouveau prend de plus en plus d'importance, il s'agit de la romantasy : fusion de romance et fantasy, ce genre comprend des livres de fantasy qui ont une forte intrigue de romance. Ce genre peut donc comprendre de nombreux livres de fantasy où la romance a une grande place : *Le sang et la cendre*, *Glint*, *Serpent & Dove* ou encore *La Reine des Ombres*. On note qu'il existe de nombreuses vidéos où le créateur ne présente pas nécessairement de livres, j'ai donc fait le choix de classer ces vidéos dans le genre "NSPP", *ne se prononce pas*.

#### d. Les partenariats



Comme sur tout autre réseau social, il y a des partenariats sur #BookTok. Ils sont généralement de deux ordres :

- **Les services presse** : les maisons d'édition envoient des livres aux créateurs de contenu pour qu'ils en parlent. Ces vidéos peuvent être faites en échange d'une rémunération, ou non. C'est le cas de la vidéo #62. Les services presse ne sont pas un phénomène nouveau : ils existent avec les journalistes depuis de très nombreuses années. Pour promouvoir leurs sorties, certaines maisons d'édition voient les choses en grand et réalisent des grandes campagnes auprès des influenceurs littéraires : les services-presses sont accompagnés de divers goodies et des événements sont même parfois organisés. En effet, en novembre 2022, un bal a été organisé par la maison d'édition BMR pour la sortie du livre *Captive* de Sarah Rivens. De nombreuses créatrices de contenu sur #BookTok ont été invitées à l'événement. A ce jour, 140 000 exemplaires du livre ont été vendus<sup>95</sup>.
- **Les partenariats** : il s'agit de partenariats "classiques" comme on peut les voir depuis plusieurs années. Souvent liés à la lecture, les BookTokeurs réalisent des vidéos pour un produit ou un service en échange d'une rémunération. Les partenariats que l'on retrouve souvent sur #BookTok en France concernent les services de lecture en ligne ou audio : Nextory ou Audible. La vidéo #61 est d'ailleurs une vidéo en partenariat avec Nextory.

#### e. Les tendances

Nous l'avons vu plus tôt, TikTok est un réseau social qui fonctionne grandement sur la viralité et l'**éphémérité** des contenus, les mêmes dynamiques se trouvent sur #BookTok. Les *trends*, ou tendances, peuvent être de plusieurs formes : utilisation d'un audio qui circulent fortement ou bien reproduction d'une vidéo populaire.

- **Les audios** :

---

<sup>95</sup> <https://www.livreshebdo.fr/article/de-wattpad-au-top-20>

Bien que la plupart des contenus originaux des créateurs se font avec leur propre voix et qu'ils racontent leurs expériences de lectures, il existe de nombreuses vidéos qui se font en utilisant des audios fortement populaires. L'un des exemples est la vidéo #47, qui reprend un son qui se base sur une rapidité de la parole ; dans ce cas-là, l'image se lie au son. Dans le cas de la vidéo #40, l'audio est un challenge en lui-même et il donne des indications à suivre pour obtenir quelque chose de précis. Ces deux audios sont des exemples de sons qui ont été des bases de tendances très populaires sur #BookTok.

- **L'image** :

La reproduction de contenus viraux est très commune sur les réseaux sociaux mais d'autant plus sur TikTok où il est très difficile de remonter à l'origine d'une tendance car les vidéos se créent très vite. Les vidéos virales basées sur un contenu sont souvent des vidéos simples à reproduire et donc elles se multiplient très rapidement. Voyons quelques exemples de notre échantillon :

- **Vidéo #38 “Chante si tu as lu la saga”** : ce type de vidéo est souvent trouvé sous la forme d'une pile de livres où enlever un livre en découvre un autre et le spectateur doit chanter s'il a lu le livre en question. L'utilisateur est généralement invité à commenter le nombre de livres qu'il a lu. Ces vidéos ont été déclinées par les créateurs de multiples façons et sur différentes thématiques, notamment sur la vidéo #18.
- **Vidéo #34 “tu as oublié un livre chez moi”** : il s'agit d'une tendance où la phrase dite au créateur est en opposition avec ses pratiques de lecture. Dans cette vidéo c'est pour mettre en opposition un livre non annoté et un livre annoté, mais cela a été fait pour des livres de romance contre la fantasy ou des livres avec du “smut” contre des livres sans.
- **Vidéo #30 “elle le veut mais”** : ces vidéos comme celles où le texte est “il/elle est un 10 mais” mettent en relation des livres où un personnage est “parfait mais” puis explique pourquoi. Généralement, ces oppositions sont faites pour donner envie de lire le livre et comprendre pourquoi cette opposition est là.

- **Vidéo #18 “99 parachutes, 100 livres”** : il s’agit d’une tendance où le créateur présente un livre qu’il ne sauverait pas s’il n’avait pas le choix. C’est souvent l’occasion de parler d’un livre non apprécié. Cette tendance existe également à l’inverse pour parler du seul livre que le créateur sauverait, c’est alors l’un de ses livres favoris.

Ces quelques tendances montrent que les contenus sur TikTok sont facilement reproductibles et adaptables à ses goûts et sa personnalité.

Enfin, certains livres deviennent également une tendance sur BookTok dans le sens où quand ils sont vraiment très populaires, ne pas les lire ou en parler devient pour les créateurs une perte potentielle de visibilité. Une sortie très populaire comme et attendue comme un roman de Sarah J. Mass crée un fort engouement et de nombreux contenus autour de la sortie.

Cette typologie des vidéos nous a permis de passer en revue les aspects principaux des vidéos sur #BookTok : genres, tendances et formats de vidéos notamment. Néanmoins, il y a d’autres aspects des vidéos : le langage visuel et la scénographie mis en place pour parler des livres et de ses lectures.

## 2) *Scénographie et langage visuel*

Comme sur tout autre réseau social, un langage visuel et une scénographie se sont développés sur #BookTok. Ce langage visuel permet au spectateur de rapidement comprendre que les vidéos qu’il regarde concernent les livres et cela rend l’identification du créateur rapide. Nous allons dans cette étude nous pencher sur deux aspects visuels distincts des vidéos sur #BookTok : **la mise en scène de la bibliothèque et du livre et la mise en scène ou non du créateur.**

### a. *La mise en scène de la bibliothèque et du livre*

Sur l’échantillon que j’ai étudié, on voit que la **mise en scène du livre est essentielle aux vidéos : on y voit un livre sur 95% des vidéos.** La façon dont **l’objet-livre** est présenté

diffère : il peut être présenté couverture en avant, ou bien d'abord les pages puis la couverture. Le fait est que le livre est le centre de la grande majorité des vidéos et celles où un livre n'est pas visible sont généralement des partenariats sur des applications, comme la vidéo #61.

Le livre est donc mis en avant par les créateurs : **il n'arrive jamais qu'un créateur parle d'un livre sans le montrer, ne serait-ce que via une image**. Il existe trois façons différentes de présenter le livre : par une image, en montrant le livre possédé ou en commençant par les pages.

En analysant les différentes façons qu'ont les créateurs de montrer le livre, on peut en tirer quelques conclusions. Tout d'abord, dans environ 28% des vidéos, aucun livre n'était spécifiquement mis en avant par le créateur. Je les ai quand même intégrés au graphique car ne pas présenter de livre dans une vidéo sur les livres est une forme de langage en soi, nous reviendrons dessus plus tard.

Concernant les livres qui sont présentés, on peut noter que la façon la plus répandue de montrer un livre est de le tenir pour le présenter : c'est le cas pour 52,2% des vidéos de mon échantillon. Ce choix visuel est expliqué par le fort attachement à l'objet-livre qu'ont les créateurs de contenu. Ensuite, 11,5% des vidéos présentent les pages du livre avant de voir sa couverture (voire même sans montrer la couverture, comme pour la vidéo #4). C'est une pratique très répandue par les BookTokers : cela permet de tenir l'attention de l'utilisateur jusqu'au dévoilement du titre du livre. Ces vidéos sont généralement accompagnées d'un texte qui donne envie de savoir quel est le livre en question, comme sur la vidéo #3. Enfin, la dernière façon de présenter les livres dans les vidéos est de mettre une image de la couverture trouvée sur internet. C'est comme ceci que sont présentés les livres dans 8,2% des vidéos. Cela permet aux créateurs de parler de livres qu'ils ont lu mais n'ont pas, comme pour la vidéo #42, ou de livres qu'ils aimeraient acheter.

Revenons désormais sur les vidéos où aucun livre n'est spécifiquement présenté. Cela ne signifie pas qu'aucun livre n'apparaît sur la vidéo, même si cela peut être le cas, comme pour la vidéo #5. Dans ces cas-là, le livre apparaît généralement sous deux formes : en forme de pile qui apparaît à l'écran mais n'est pas le centre du discours, comme c'est le cas pour la

vidéo #12. La seconde forme d'apparition du livre répandue dans ces vidéos est avec la présence de la bibliothèque en arrière-plan, par exemple sur la vidéo #23.



*Figure 5 : Répartition des différentes façons de présenter le livre*

Enfin, concernant la présentation des livres dans les TikTok, il existe un dernier aspect à prendre en compte. Sur TikTok, il existe une fonctionnalité qui permet de donner un effet miroir, ou inversé, aux vidéos et donc de les retourner. De cette façon, lors de la présentation d'un livre, le spectateur pourra en lire le titre facilement. Or, dans mon échantillon, on remarque que tous les créateurs ne le font pas et le titre est écrit à l'envers pour le spectateur. C'est notamment le cas pour la vidéo #17 :



*Figure 6 : Capture d'écran de la vidéo #17*

Sur cette capture d'écran, on peut voir que le titre du livre est difficile à lire. De plus, puisque la créatrice a le livre dans sa main et le bouge quand elle parle, il devient presque impossible au spectateur de déchiffrer le titre du livre ou les auteurs s'il ne l'a jamais vu.

Un autre aspect de la mise en scène livresque des vidéos sur #BookTok concerne les bibliothèques des créateurs. Dans mon échantillon, 50% des TikTok ont la bibliothèque du créateur visible. Cette visibilité est utile pour deux raisons. Tout d'abord, cela permet d'identifier le créateur avant même qu'il n'apparaisse à l'écran. Certains BookTokers sont très attachés à leurs bibliothèques et les mettent fortement en avant. La deuxième raison pour laquelle les créateurs mettent beaucoup leur bibliothèques et livres en avant est pour une question de légitimité. En effet, pour un créateur qui parle de livres, montrer sa bibliothèque bien fournie est une façon de prouver sa légitimité à tenir des discours livresques. Enfin, pour le spectateur, voir la bibliothèque du créateur lui permet de repérer quels types de lecture il a.



Figure 7 : répartition de la présence ou non des bibliothèques en arrière-plan

#### b. La mise en scène, ou non, du créateur

Le second aspect de la scénographie sur TikTok concerne la mise en scène du créateur de contenu. En effet, la façon dont le créateur se présente face à la caméra a beaucoup d'influence sur le spectateur et permet d'identifier le créateur de la vidéo rapidement. Il y a plusieurs aspects de cette mise en scène du créateur, notamment s'il décide ou non de montrer son visage.

En effet, bien que beaucoup de créateurs montrent leur visage sur chacune ou presque de leurs vidéos, il existe des créateurs de contenu qui ne montrent jamais leurs visages, pour des questions d'anonymat ou de timidité. Les contenus sont alors faits d'une autre façon, avec une présentation des livres se faisant avec la main provenant **de l'hors champ**. Par exemple, dans la vidéo #24, on ne voit pas le visage de la créatrice mais elle a utilisé les fonctionnalités de TikTok pour que la vidéo soit compréhensible en ajoutant un texte explicatif, bref et efficace.

Ce type de vidéo où le créateur tient le livre sans se montrer donne l'occasion au créateur de faire des transitions : il s'agit de morceaux de la vidéo où le livre s'approche de la caméra et quand il recule un nouveau livre est présenté au lecteur. Ce type d'usage permet de rendre la vidéo plus dynamique et de garder le mystère sur le prochain livre à apparaître.

Pour continuer avec l'exemple de cette vidéo #24, la créatrice @viens.on.lit<sup>96</sup> ne poste jamais de vidéos où son visage (ni même son corps) apparaît. Elle a tout de même 13 000 abonnés et rassemble plusieurs centaines de milliers de mentions j'aime sur ses vidéos. Voir le créateur n'est donc pas un aspect essentiel pour les utilisateurs sur #BookTok.



Figure 8 : Capture d'écran de la vidéo #24

Sur cette capture d'écran, on peut voir que la main de la créatrice est visible, ainsi que sa bibliothèque, ce qui l'identifie directement comme étant une créatrice de contenu #BookTok. De plus, le texte qu'elle utilise permet de donner des précisions sur le livre : son titre en français et pourquoi elle ne veut pas le relire.

Néanmoins, à l'inverse, il existe de nombreux créateurs sur #BookTok qui montrent leurs visages et se mettent en scène. Un autre aspect que cela implique est le fait de parler dans la vidéo. Bien que possible dans les vidéos où le créateur ne se montre pas, utiliser sa propre voix pour narrer une vidéo est plutôt rare pour ces créateurs. Pour les autres

<sup>96</sup> [https://www.tiktok.com/@viens.on.lit\\_](https://www.tiktok.com/@viens.on.lit_)

BookTokeurs, faire un TikTok face à la caméra où l'on parle de ses lectures est une partie essentielle du compte. C'est notamment le cas de la créatrice @nous\_les\_lecteurs<sup>97</sup> : au fil des années elle a mis en place une formule qui permet d'identifier son compte très rapidement. En effet, ses vidéos commencent toujours de la même façon : sa bibliothèque uniquement est visible puis elle apparaît en disant "Ok BookTok". On retrouve ces comportements sur les vidéos #24 et #27. Ce sont des vidéos où elle parle face à la caméra pour donner ses avis et expériences personnelles. Il peut arriver qu'elle ne fasse pas ces mises en scène mais alors ce sera plutôt dans une occasion spécifique : l'utilisation d'un son particulier, comme pour la vidéo #17, ou un déplacement hors de chez elle ne lui permettant pas d'utiliser sa bibliothèque.

Enfin, un mode de mise en scène qui est très présent sur #BookTok concerne le moment de lecture. En effet, beaucoup de créateurs se filment pendant leurs lectures ou recréent des moments qu'ils jugent drôles et veulent partager. Etudions deux vidéos : la #33 et la #45.

La vidéo #33 est ce que l'on appelle un vlog de lecture : il s'agit d'un type de vidéo où le BookTokeur va se filmer pendant sa lecture et ses réactions seront alors réelles. Dans le cadre de la vidéo #33, la créatrice partage les nombreuses lectures qu'elle réalise en une journée dans le cadre de sa pratique de la lecture rapide. Elle se filme donc pendant qu'elle lit pendant une journée entière et montre son quotidien à ses abonnés et utilisateurs de TikTok. Le créateur se met ici en scène en se montrant comme un grand lecteur, lui donnant une forte légitimité auprès des spectateurs.

Le second exemple est celui de la vidéo #45. Il s'agit d'une mise en scène de la lecture pour réagir face à une phrase qu'on lui aurait dit : "c'est cool la lecture, ça permet d'avoir un moment calme". Elle oppose cette phrase aux comportements qu'elle a en lisant : lancer et fermer le livre notamment. Cette mise en scène est censée évoquer un sentiment d'identification de la part du spectateur qui adopterait les mêmes comportements.

Ainsi, la mise en scène des créateurs de contenu sur #BookTok est quelque chose d'omniprésent que ça soit en choisissant de se mettre en scène devant la caméra en prenant

---

<sup>97</sup> [https://www.tiktok.com/@nous\\_les\\_lecteurs](https://www.tiktok.com/@nous_les_lecteurs)



des comportements de lecteur ou à l'inverse en choisissant de ne pas se montrer et d'utiliser d'autres stratégies pour partager ses lectures.

Le langage visuel et la scénographie déployées sur #BookTok concernent donc deux grands aspects principaux : le livre et le créateur. Ces mises en scène sont très importantes pour les spectateurs et ont des forts rôles d'identification des livres mais aussi des BookTokers.

### 3) #BookTok : un lieu de divertissement

Enfin, le dernier aspect qui est très important sur #BookTok est l'aspect divertissant des vidéos. En effet, plus qu'être des simples partages de ses lectures, on trouve sur TikTok de nombreuses vidéos humoristiques ou de jeux. Le créateur se pose ainsi dans une posture de partage avec la volonté de créer une communauté. De plus, cette gamification et touche d'humour permettent une diversification des contenus, ce qui évite un sentiment de lassitude de la part du spectateur. Sur notre échantillon, nous avons donc 16% des vidéos qui ont un aspect humoristique et 6,5% qui présentent une gamification du contenu. Nous remarquons donc une plus forte présence des contenus de partage des lectures, suivi de l'humour et enfin les jeux.



*Figure 9 : Répartition des vidéos humoristiques et de jeu*

#### a. L'humour

L'humour est un des aspects qui fait que des vidéos ou tendances deviennent virales sur TikTok. En effet, il s'agit d'un ton grandement favorisé sur l'application et les créateurs

sont même encouragés à produire un contenu drôle car cela incite l'utilisateur à rester sur la plateforme et consommer plus de contenu.

Sur #BookTok, les vidéos humoristiques sont très répandues, il y en a plusieurs dans l'échantillon de vidéos, notamment les vidéos #5, #18 ou #34. Sur l'ensemble des vidéos de l'échantillon, nous pouvons remarquer que les vidéos humoristiques concernent généralement trois types de vidéos : celles de recommandation, celles sur les lecteurs et celles des professionnels.

Les vidéos de recommandation faites sur le ton de l'humour sont souvent réalisées grâce à l'utilisation d'un audio se prêtant particulièrement bien à la situation, comme c'est le cas pour la vidéo #16. Dans ce TikTok, l'opposition entre le premier livre présenté et le second se retrouve dans le son et cela rend la situation comique. Pour réaliser ce genre de vidéo, il faut bien connaître les codes de TikTok mais également ceux de la communauté #BookTok. Ainsi, les livres présentés dans cette vidéo *Le Prieuré de l'Oranger* et *Un jour de nuit tombée* de Samantha Shannon font beaucoup parler pour leur longueur.

Les professionnels font des vidéos sur le ton de l'humour pour partager leur activité du quotidien d'une manière qui pourra plaire davantage au spectateur. Pour la vidéo #5, la créatrice, qui est éditrice, partage les bons comportements des auteurs lui envoyant des manuscrits. Accompagné d'une chorégraphie, ce TikTok est l'occasion pour elle de partager son quotidien d'éditrice tout en donnant des conseils à sa communauté. L'humour est utilisé à des fins de proximité avec les spectateurs.

Enfin, la dernière forme d'humour apporté sur #BookTok que nous allons étudier ici est celle qui concerne les lecteurs. En effet, nous l'avons vu, les créateurs de contenu se mettent beaucoup en scène dans le cadre de ce type de vidéos et n'hésitent pas à jouer le ton de l'humour. Les vidéos #45 et #50 en sont des bons exemples et utilisent l'humour pour que le spectateur puisse s'identifier au contenu. Ainsi, la vidéo #50 reprend un sujet commun pour le genre de la fantasy : la prononciation des noms. La créatrice utilise un audio et joue un dialogue pour partager une situation que les lecteurs de fantasy connaissent et qu'ils peuvent partager.

L'humour est un moyen pour les BookTokers de créer un contenu plus léger, sous un autre format, où l'utilisation d'audio est très fréquente. Cela leur permet de nouer une relation plus intime avec les spectateurs en partageant des *private jokes* sur la lecture créant un fort esprit de communauté.

### b. La gamification

Comme nous l'avons vu pour les réseaux sociaux numériques de lecteurs, où la gamification s'est développée par le biais de quizzs, les lecteurs sont réceptifs à ce type de contenu. Ils sont d'autant plus sensibles aux contenus où ils doivent participer sur #BookTok et sont amenés à compter leurs réponses pour les partager ensuite.

Nous l'avons dit précédemment quand nous avons étudié les différents types de vidéos sur #BookTok, les vidéos de jeux sont sujettes à de grandes répétitions de la part des créateurs. Généralement simples à produire, les TikTok de jeu sont adaptables facilement par les créateurs pour refléter leurs goûts, c'est notamment ce que l'on peut voir avec la vidéo #8 qui demande au spectateur combien de livres il a lu sur les 10 proposés.

La gamification et les jeux se voient aussi dans la vidéo #57 : il s'agit d'un jeu où le créateur doit pencher la tête à gauche ou à droite pour voter. Dans ce cas-ci, il s'agit des tropes préférées de la créatrice, mais de nombreux jeux similaires ont été créés pour voter pour son livre préféré sur divers genres. Similaire à ce format, il existe des effets TikTok qui permettent au créateur de savoir quel personnage d'un livre il est, ou encore quelle citation lui correspond.

Cette gamification amplifie la capacité de #BookTok à être un lieu de divertissement pour le lecteur. Cependant, ces aspects ne sont pas les seuls qui en font un lieu de divertissement : le simple fait pour le lecteur de pouvoir consommer des médias portant sur la lecture très facilement sans nécessairement rechercher la prescription<sup>98</sup>. #BookTok devient alors un espace de prolongement de l'expérience de lecture, et c'est pourquoi les vidéos de mise en scène de la lecture sont aussi populaires.

---

<sup>98</sup> GUITTET Emmanuelle, "Entre aide au choix et extension du plaisir littéraire : des usages rares et différenciés de la recommandation en ligne", *Terminal*, 2020.

Ainsi, les vidéos postées sur #BookTok sont très variées. De par leur format, le type de contenu abordé ou même les genres mis en avant, il existe une multiplicité de contenu face auxquels les lecteurs doivent se positionner. En interagissant avec le contenu présent sur #BookTok, ils sont amenés à voir du contenu qui est censé leur plaire et des recommandations judicieuses. Notre étude sur les vidéos postées sur #BookTok étant close, nous allons maintenant nous pencher sur les comportements des lecteurs face à ces vidéos.

### C. Etude des commentaires comme lieux d'échange

A la suite de cette étude des vidéos, j'ai analysé les commentaires laissés par les utilisateurs sur les vidéos #BookTok. En faisant cette analyse, j'ai remarqué trois grands aspects des échanges sur les commentaires : ils sont un espace de questionnement pour les spectateurs, ils ont une volonté de partage et #BookTok semble être un espace de prescription pour les utilisateurs. Concernant le ton adopté par les commentateurs, on peut noter que globalement ils sont polis et utilisent des termes pour dire bonjour, s'il te plaît et merci. Ces expressions apparaissent très souvent dans les commentaires. De plus, ils tutoient presque toujours les créateurs : c'est un signe de proximité avec le créateur.

#### 1) Les commentaires : témoins de la curiosité des lecteurs

Tout d'abord, on remarque assez rapidement que les espaces de commentaire sont des espaces de questionnement de la part des spectateurs. En effet, on trouve des commentaires posant des questions sur 36 vidéos de mon échantillon, soit 50% des vidéos sélectionnées. Les questions concernent des sujets variés : les livres mentionnés, la bibliothèque, le travail ou encore une demande de vidéo.

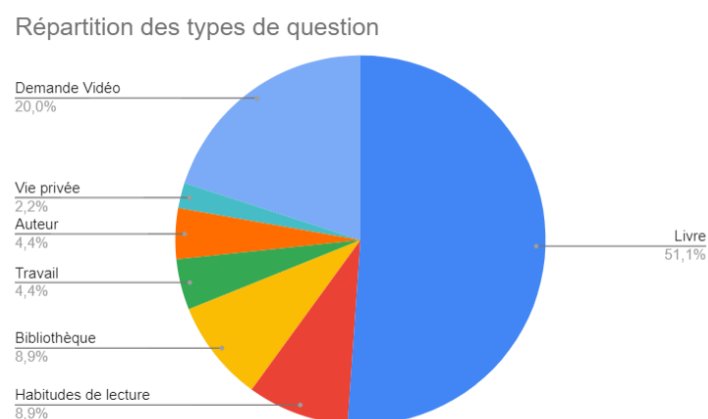


Figure 10 : Répartition des types de questions posées

a. Les questions autour des livres

Les questions posées par les utilisateurs autour des livres sont celles les plus majoritairement posées : elles correspondent à 51,1% du total des questions posées concernant les livres. Ces questionnements concernent plusieurs aspects du livre : demande de précisions sur un livre, savoir si le créateur a lu un livre ou encore savoir où acheter une édition spécifique d'un livre.

Ces questions sont généralement posées dans le but d'obtenir plus d'informations sur un livre afin de savoir s'il pourrait plaire. Ainsi, dans la vidéo #3, l'utilisatrice Charlotte demande quel type d'ambiance est dans le livre recommandé en comparant avec d'autres livres. La créatrice de la vidéo lui répond alors qu'elle n'a pas lu ce livre et ne peut pas l'aider, mais une autre spectatrice répond à la question.

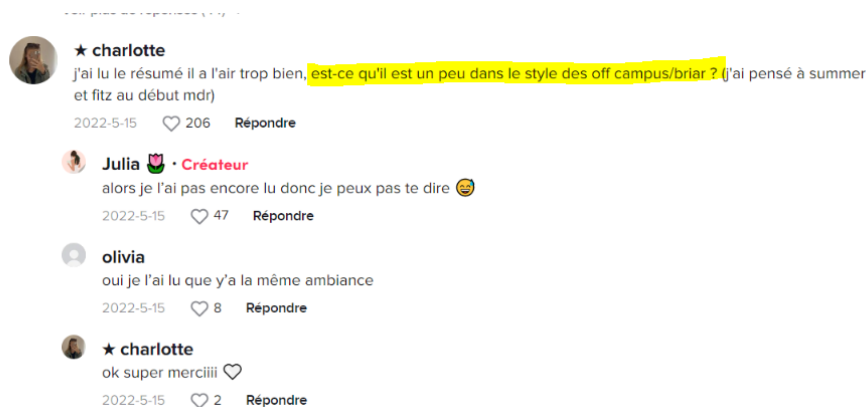


Figure 11 : capture d'écran des commentaires de la vidéo #3

En effet, la participation des autres utilisateurs pour répondre aux questions est très fréquente sur ces vidéos et permettent de donner des indications parfois plus précises car les BookTokeurs n'ont pas nécessairement lu tous les livres qu'ils présentent, comme sur la vidéo #3. On voit ainsi dans la vidéo #17 que les spectateurs réagissent aux commentaires postés par les autres pour directement leur poser des questions :

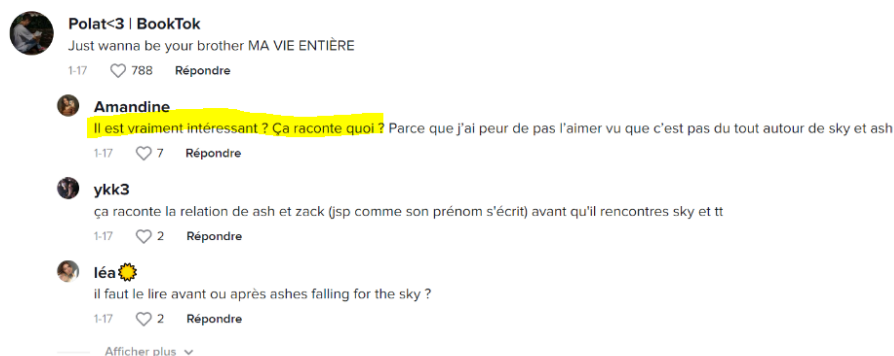


Figure 12 : capture d'écran des commentaires de la vidéo #17

Il y a donc une forte entraide entre les spectateurs qui n'hésitent pas à se répondre et se donner des informations sur les livres qui leur sont présentés.

De plus, on remarque que bien que les questions sur les livres soient présentes sur presque tous les types de vidéos que nous avons relevés, il y a une surreprésentation de ce type de questions sur les vidéos où les créateurs recommandent des livres ou donnent un avis négatif : 43,5% des questions sur les livres sont postées sur des vidéos où les créateurs partagent leurs avis.

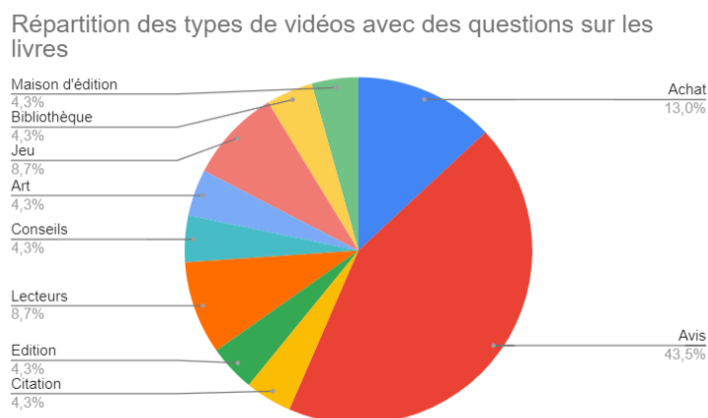


Figure 13 : Répartition des types de vidéos avec des questions sur les livres

Ces demandes d'informations complémentaires faites par les spectateurs sur ces vidéos poussent à se questionner sur la qualité des avis formulés par les créateurs de contenus et à quel niveau de détails ces avis sont poussés. Des commentaires demandant des avis détaillés sur un livre peuvent donc être trouvés sur la vidéo #42. Ou encore, sur la vidéo #21, une utilisatrice demande quelle est l'intrigue d'un livre qui a été fortement mis en avant.

La beauté des livres est également pointée par ces questions : à plusieurs reprises on trouve des commentaires posant la question d'où une édition spécifique d'un livre a été achetée. Ce questionnement apparaît dans les vidéos #17 et #24. Dans la vidéo #24, la spectatrice cherche à savoir où la créatrice a obtenu une édition spécifique d'un livre et une autre lectrice lui répond. Pour la vidéo #17, l'utilisateur cherche à savoir où il peut trouver un livre mentionné dans la vidéo. Dans ces deux cas, ce sont d'autres utilisateurs qui ont répondu et non les créatrices : il s'agit d'une nouvelle preuve de l'entraide qu'il y a entre les lecteurs sur #BookTok.

Enfin, un autre aspect concernant les commentaires sur les livres postés par les utilisateurs est autour de la lecture d'un livre. Il est très fréquent de trouver un commentaire demandant au créateur s'il a lu tel ou tel livre et si oui quel a été son avis. On voit par exemple ce comportement sur la vidéo #27 :

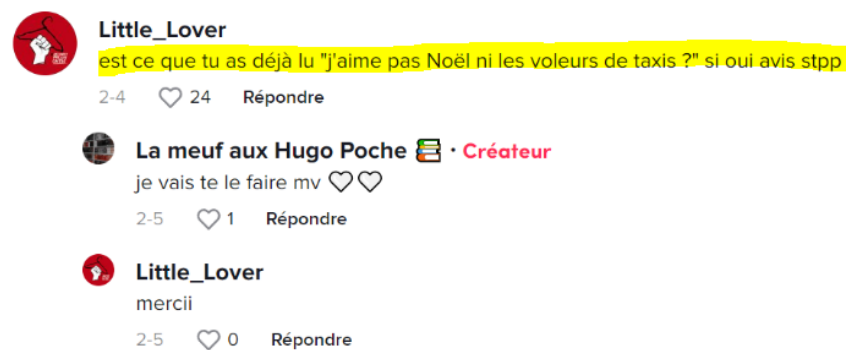


Figure 14 : Capture d'écran des commentaires de la vidéo #27

Cela montre de la part de la personne qui commente une forte confiance dans les goûts du créateur et une volonté de connaître son avis avant de potentiellement se lancer dans la lecture du livre en question. Dans la réponse de la BookTokeuse en question, on voit bien une proximité entre elle et ses abonnés : elle l'appelle "mv" (ce qui veut dire *ma vie*) et utilise des cœurs.

#### b. Les demandes de vidéos

Les demandes de vidéos correspondent à 20% des questions posées par les spectateurs des vidéos. Ces demandes sont assez réparties sur les types de vidéo, ils ne semblent donc pas avoir une influence particulière sur les demandes de vidéos des utilisateurs.

Ces demandes de vidéos peuvent avoir un très faible rapport avec la vidéo sur laquelle ils ont posté la demande, comme c'est le cas sur la vidéo #10 : la demande concerne un Top 5 des lectures de la créatrice a été faite sur une vidéo concernant les acquisitions d'une Boîte à Livres. De la même façon, les demandes de vidéos sur les bibliothèques sont généralement faites uniquement parce que la bibliothèque est en arrière-plan de la vidéo et non parce qu'elle est le sujet de la vidéo : c'est le cas pour la vidéo #17, #27 et #36. On remarque que les bibliothèques sont des sujets qui intéressent les utilisateurs et qui les poussent à demander davantage d'informations ; les demandes sont alors liées à une admiration visible pour la beauté de la bibliothèque, comme sur la vidéo #36 :

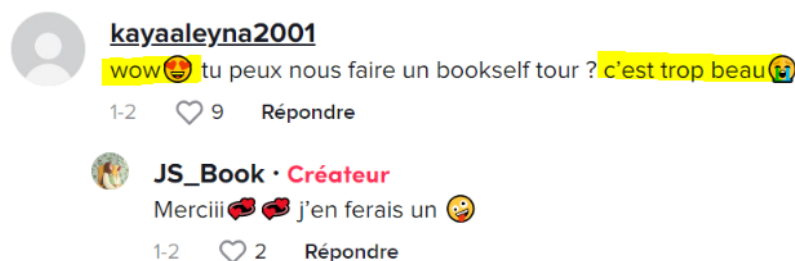


Figure 15 : Capture d'écran des commentaires de la vidéo #36

Ensuite, on remarque que les demandes de vidéo peuvent concerner des explications complémentaires sur des sujets abordés dans la vidéo. C'est notamment le cas pour les vidéos abordant les *tropes* et les annotations : ces sujets créent de la curiosité chez les spectateurs, qui veulent alors avoir plus d'explications. On voit ces comportements sur les vidéos #57 et #34. Les sujets abordés dans ces deux vidéos sont un peu plus complexes et moins faciles d'accès pour un public néophyte face aux discours autour du livre sur #BookTok. On remarque sur ces vidéos davantage de questions et des demandes d'explications plus larges. Le lecteur apparaît être en position d'incompréhension vis-à-vis des comportements adoptés par les BookTokeurs, notamment en ce qui concerne les annotations, sujet qui peut susciter des débats.

Enfin, les derniers types de demandes concernent les vidéos et sont des demandes de prolongement de vidéo : par exemple pour la vidéo #42, plusieurs commentateurs demandent une partie 2 à cette vidéo pour présenter des recommandations mais en français cette fois-ci. De plus, la vidéo #41 mentionne la lecture sur liseuse et donc un spectateur demande une vidéo sur les liseuses. Ceci nous montre que les spectateurs sont en demande de contenu et accordent une grande confiance aux créateurs de contenu.



c. Les questions sur les bibliothèques

Les questions concernant les bibliothèques des créateurs sont fréquentes et concernent 8,9% des questions posées. Généralement très directes, elles sont posées par des spectateurs qui admirent la bibliothèque ou une de ses parties et veulent s'en inspirer. C'est le cas pour la vidéo #49 où un abonné demande d'où vient la bibliothèque. On remarque d'ailleurs que ce n'est pas le créateur de la vidéo qui a répondu mais un autre spectateur.



Figure 16 : Capture d'écran de la vidéo #49

Concernant les bibliothèques, une question revient souvent de la part des spectateurs : d'où provient la desserte (comme sur les vidéos #13 et #47). Ce questionnement répétitif nous indique que les internautes sont curieux et apprécient les organisations des créateurs, allant jusqu'à leur en demander les références, peut-être pour les imiter.

d. Questions sur les habitudes de lecture

Ces questions apparaissent à plusieurs reprises dans l'échantillon : elles concernent l'utilisation de post-its (vidéo #46, #33 et #48) ou encore la vitesse de lecture (#33). Une fois de plus, ces questions témoignent d'une grande curiosité des spectateurs qui essaient de comprendre des usages qui ne sont pas les leurs. Ces questionnements appellent des réponses explicatives décrivant des usages de la lecture précis. Il semble apparaître que les lecteurs n'aiment pas être dans l'incompréhension et cherchent des éclaircissements, peut-être pour adopter des nouveaux comportements.

### e. Autres questionnements

Les autres questionnements des lecteurs concernent des sujets variés : travail (4,4%), auteur (4,4%) ou vie privée du créateur (2,2%). Ces questions peuvent avoir un lien avec les vidéos sur lesquelles le commentaire a été posté ou la vidéo peut juste être une occasion de poser la question, comme c'est le cas pour la vidéo #41. Les questions concernant le travail, qu'on peut trouver dans les vidéos #5 et #6 montrent une fois une grande curiosité de la part des lecteurs : ils s'intéressent grandement aux professions réalisées par les créatrices et veulent en savoir davantage.

Un autre sujet qui attire beaucoup de questions de la part des spectateurs concerne les auteurs. On peut le voir pour les vidéos #9 et #45 : dans la seconde vidéo, l'utilisateur demande si Colleen Hoover est une bonne autrice et dans la vidéo #9, une utilisatrice demande si Emma Green est adaptée pour les ados. Ces comportements montrent une confiance dans les réponses apportées. En effet, on suppose qu'à la suite de ces réponses, la personne ayant posé la question va choisir de se tourner ou pas vers un titre en particulier.

Cette étude des questions posées par les lecteurs sur #BookTok nous donne des premières clés de compréhension de leurs comportements : ils sont curieux et à la recherche d'informations. On note également qu'il y a beaucoup d'entraide entre les utilisateurs, qui n'hésitent pas à se répondre entre eux et ne laissent pas cette prérogative aux créateurs.

#### 2) *#BookTok : un espace de compliments*

On remarque très rapidement sur #BookTok que les utilisateurs font beaucoup de compliments : sur les créateurs, les livres et les auteurs. On remarque une grande part donner à l'émerveillement devant des livres. Ainsi, sur mon échantillon, dans 45% des vidéos, il y a des commentaires avec des compliments. Ces compliments tournent autour de deux aspects majeurs : les livres (et auteurs) et les créateurs.

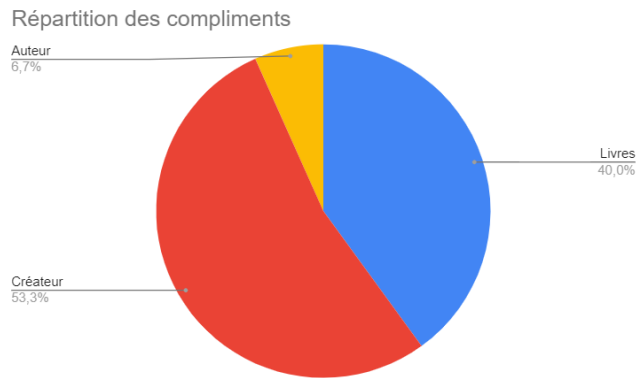


Figure 17 : Répartition des compliments

a. Une certaine admiration des créateurs

Tout d’abord, grâce à l’étude des commentaires, on remarque que les lecteurs n’hésitent pas à **complimenter** les créateurs, **leurs bibliothèques ou encore leurs achats**. En effet, ce type de compliment est le plus présent : il correspond à 53,3% des compliments laissés par les lecteurs. Ces commentaires ne sont pas tous les mêmes et concernent majoritairement trois sujets différents : les créateurs eux-mêmes, leurs bibliothèques et leurs achats.



Figure 18 : répartition des types de compliments au créateur

Tout d’abord, **les lecteurs semblent être très réceptifs aux bibliothèques des BookTokeurs : elles rassemblent 53,3% des compliments des utilisateurs**. On voit donc des commentaires montrant la volonté du spectateur à avoir la même et une pure admiration devant la beauté de la bibliothèque : ces comportements apparaissent sur les vidéos #6, #27 ou #13. On note également que ces vidéos n’ont pas nécessairement les bibliothèques comme

thème central de la vidéo : sur la vidéo #40 par exemple, la bibliothèque est en arrière-plan mais à capter l'attention des utilisateurs.



Figure 19 : Capture d'écran des commentaires de la vidéo #40

Ensuite, les compliments sur les créateurs sont également fréquents : ils concernent généralement leurs rythmes de lecture ou une admiration de leur travail quand ils sont professionnels du monde du livre. Si nous nous concentrons sur les commentaires portant sur le rythme de lecture, on remarque rapidement que ces commentaires montrent un fort émerveillement face au grand nombre de livres lus par la #BookTokeuse. Prenons en exemple la vidéo #46. Il s'agit d'un bilan lecture du mois dans lequel la créatrice présente 9 livres qu'elle a lus. Les commentaires sont très élogieux sur son rythme de lecture mais aussi très surpris :

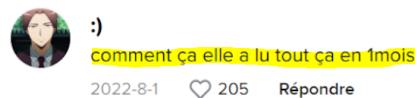


Figure 20 : capture d'écran des commentaires de la vidéo #46

Sur cette même vidéo, on peut également trouver des commentaires provenant de non-lecteurs et qui complimentent la créatrice :

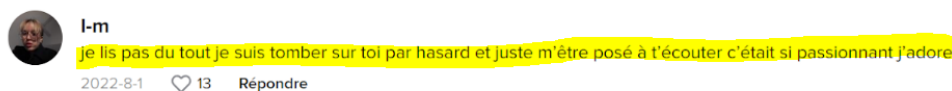


Figure 21 : Capture d'écran d'un commentaire de la vidéo #46

Enfin, le dernier type de compliment fait aux créateurs concerne leurs achats. Une fois de plus, il s'agit d'une forme d'admiration des livres et une volonté d'avoir les mêmes. Ainsi sur la vidéo #10, on peut voir de nombreux commentaires disant qu'ils aimeraient beaucoup avoir des boîtes à livres similaires près de chez eux et se plaignant des livres qu'il y trouvent. Dans la vidéo #15, les commentaires mettent en avant la beauté du livre reçu par la créatrice.

Ces commentaires nous font comprendre que #BookTok est un lieu plutôt bienveillant où les compliments envers les créateurs sont bien plus faciles à trouver que les critiques et insultes. Dans mon échantillon, je n'ai relevé qu'une seule critique faite à un créateur, il s'agit de la vidéo #47. On note notamment sur cet échange que la personne laissant ce commentaire s'excuse et précise que ce n'est pas méchant.



Figure 22 : Capture d'écran des commentaires de la vidéo #47

### b. Une forte admiration pour des livres

L'admiration et l'amour des lecteurs pour certains livres sont très visibles dans les commentaires. Ils peuvent être très simples, ne mentionnant que le titre du livre en question avec des cœurs par exemple. On voit ce comportement sur la vidéo #44.



Figure 23 : capture d'écran de la vidéo #44

Les livres lus et aimés sont mis en avant par les lecteurs : ils n'hésitent pas à réagir quand ils sont mentionnés et à dire à quel point ils les ont aimés. On voit ce type de comportement dans la vidéo #39. Évidemment, tous les commentaires concernant les livres postés par les lecteurs ne sont pas positifs et nous étudierons ces commentaires plus tard.

### 3) #BookTok : une occasion de partage de la lecture

L'étude des commentaires postés sur les vidéos de #BookTok m'a permis de remarquer très rapidement que pour les lecteurs le partage est une part essentielle de leur expérience de lecture : ils racontent très régulièrement leurs expériences de lecture. Ce

partage passe aussi par leurs participations aux jeux proposés par les créateurs. On note donc que pour 53,3% des vidéos on trouve ce type de commentaires.

Les commentaires de partage de la lecture concernent majoritairement deux aspects de l'expérience de lecture : les émotions ressenties et les comportements de lecteurs partagés.

Concernant ces premiers types de commentaires, il s'agit d'une façon pour les lecteurs de montrer qu'ils ont ressenti les mêmes émotions que le créateur en lisant le livre. Le sentiment qui semble être le plus mis en avant est celui de la tristesse, et notamment le fait de pleurer. Ainsi, dans les vidéos #24, #25 ou #26, on peut trouver de nombreux commentaires où les lecteurs font part de leur tristesse en lisant le livre :

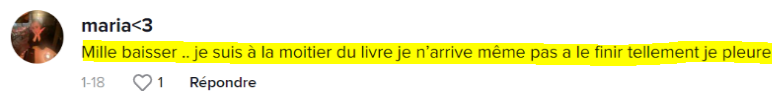


Figure 24 : capture d'écran d'un commentaire de la vidéo #24



Figure 25 : Capture d'écran des commentaires de la vidéo #25

Ce partage de l'expérience de lecture permet de créer un sentiment de communauté avec les autres lecteurs : en commentant qu'il a pleuré, une réaction que beaucoup d'autres lecteurs ont également eu, il ressent une proximité avec les autres lecteurs. De plus, voir que d'autres lecteurs ont eu les mêmes réactions que lui peut légitimer son ressenti.

Le second aspect important concernant le partage sur les commentaires est celui des comportements. En effet, de nombreux créateurs montrent des comportements de lecture qu'ils adoptent : de nombreux lecteurs répondent en exprimant leurs propres comportements, qui peuvent être similaires ou non. Une fois de plus, cela est une façon pour le lecteur de socialiser son expérience de la lecture et de se sentir comme appartenant à une communauté.

Les vidéos #58 et #23 montrent des comportements des lecteurs (spectateurs comme créateurs) concernant l'achat des livres. En effet, dans la vidéo #23, la créatrice partage les comportements qu'elle adopte quand elle est dans une librairie. On remarque que dans les commentaires, de nombreux lecteurs réagissent et décrivent leurs propres comportements : se balader et faire de nombreux aller-retours, dépenser beaucoup d'argent, etc. En observant les interactions, on remarque que l'échange est présent et les commentateurs sont heureux de voir que leurs comportements sont partagés par d'autres :

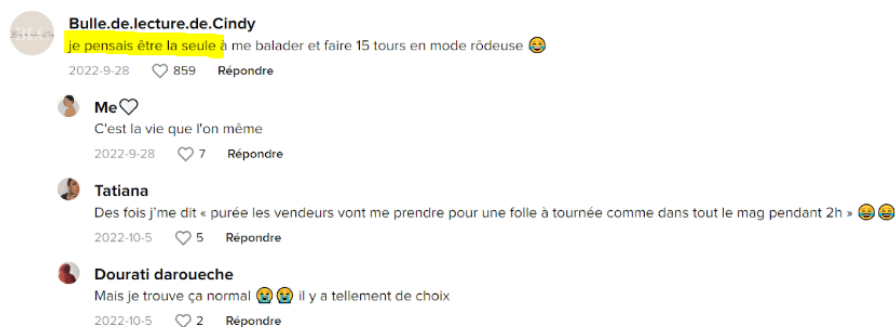


Figure 26 : capture d'écran des commentaires de la vidéo #23

#BookTok est un lieu où les lecteurs vont pour avoir le sentiment de faire partie d'une communauté : ils cherchent à être compris et à partager leurs comportements et émotions en lisant un livre. Le lecteur n'est pas seul et le réseau social est un moyen pour lui de créer un cercle littéraire auquel il peut participer comme il le souhaite.

#### 4) #BookTok : un espace de prescription ?

Enfin, le dernier aspect que j'ai relevé en observant les commentaires postés sur les vidéos #BookTok est la forte présence de la prescription : elle est de différentes formes mais s'articule majoritairement autour de trois axes : l'apport de précision par rapport à un livre exposé par le créateur, la recherche de recommandation, le discours critique autour d'un livre,

et le déclaratif concernant une influence. Ainsi, dans mon échantillon, des commentaires ayant trait à la prescription sont présents dans 34 vidéos, soit environ 55% des vidéos. On voit que la part la plus importante des commentaires de prescription est liée à la recherche de recommandation et la critique d'un livre ou auteur, suivi du déclaratif et enfin l'apport de précision concernant un livre.

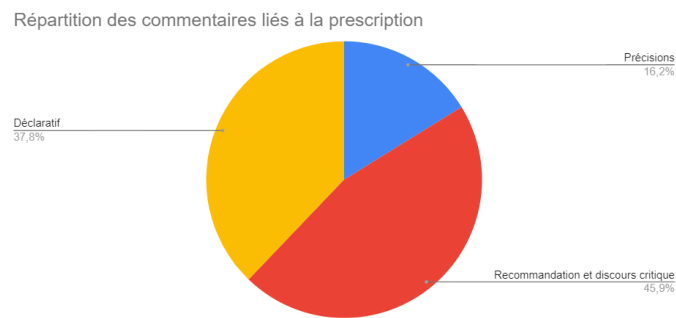


Figure 27 : répartition des commentaires liés à la prescription

#### a. L'apport de précisions

L'apport de précisions dans les commentaires de la part des lecteurs se trouve à plusieurs reprises dans l'échantillon et correspond à 16,2% des commentaires relevant de la prescription. Ce sont des commentaires qui visent à compléter les informations données par le créateur de la vidéo pour le corriger ou donner des indications plus précises aux lecteurs.

Ces précisions concernent généralement le genre du livre (vidéo #9) ou l'ordre dans lequel lire une saga (vidéo #62). En regardant ces commentaires de plus près, on remarque que les lecteurs qui les laissent veulent aider le créateur et les autres spectateurs. Cette entraide et bienveillance sont visible dans les commentaires de la vidéo #10 : la personne qui laisse le commentaire veut aider la créatrice qui présente le tome 9 d'une saga en pensant qu'il intervient beaucoup plus tôt dans la série.

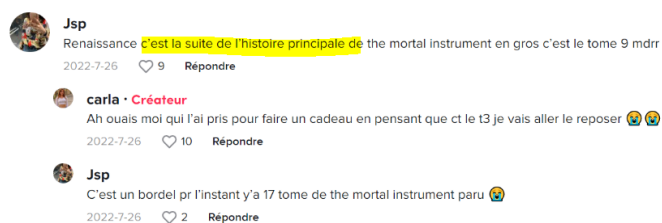


Figure 28 : capture d'écran des commentaires de la vidéo #10



On voit que les commentaires apportant des précisions ont des dynamiques de prescription car selon les précisions apportées un livre peut ne plus plaire à un lecteur. C'est notamment le cas dans la vidéo #9 où la créatrice conseille des romances et que les lecteurs dans les commentaires précisent que deux titres qu'elle a présentés ne le sont pas : *The Inheritance Games* et *Le Prince Cruel*. Cette distinction dans les genres peut être décisionnelle pour les lecteurs car certains d'entre eux ne lisent pas fantasy ou des romans à suspense.

b. Recommandation et discours critique

Ensuite, le second type de prescription qu'on trouve dans les commentaires des vidéos #BookTok concerne la recommandation et le discours critique. J'ai décidé de lier ces deux aspects car ils concernent tous les deux la volonté de choisir un livre. Écrire un avis négatif sur un auteur ou un roman est aussi une forme de recommandation. Il n'empêche que les comportements de recherche de recommandation et de discours critique sont différents, mais complémentaires.

Tout d'abord, concernant la recherche de recommandation, on peut voir que ces commentaires apparaissent dans des vidéos où le créateur parle d'un sujet ou thème sans en donner des exemples. Ainsi, les lecteurs sont à la recherche de recommandations sur ce thème. On trouve ces exemples sur la vidéo #57, qui concerne les tropes de lecture, et la vidéo #51 qui présente le comportement de lecteur grandissant et se dirigeant vers des œuvres qui ne sont plus de la fiction. Les lecteurs sont alors curieux vis-à-vis des usages des créateurs.

Cette recherche de recommandation est fortement associée au discours critique entourant les œuvres : ils peuvent être positifs mais aussi négatifs. Les lecteurs dans les commentaires donnent leurs avis sur les livres mis en avant et disent s'ils le recommandent ou pas.

Dans la vidéo #53, la créatrice partage ses déceptions et les spectateurs font la même chose en commentaire. Ce type de comportement permet de voir plusieurs avis dans les commentaires d'une même vidéo, mais peut également entraîner des débats entre les

commentateurs, comme c'est le cas dans la vidéo #51. Sur cette vidéo, on voit les lecteurs échanger directement entre eux pour discuter d'une recommandation :

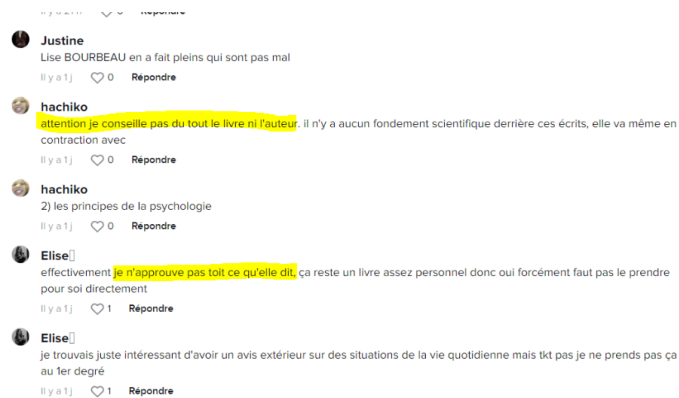


Figure 29 : capture d'écran des commentaires de la vidéo #51

On peut également noter que certains créateurs n'apprécient pas forcément la critique d'un livre qu'ils ont apprécié. Dans la vidéo #11 dans laquelle la créatrice met en avant un livre qu'elle a beaucoup aimé, un lecteur dit en commentaire qu'il n'a pas apprécié sa lecture de ce roman et elle répond en étant fortement sur la défensive.



Figure 30 : capture d'écran des commentaires de la vidéo #11

Les commentaires sur #BookTok sont un espace de discussion entre les lecteurs qui donnent leur avis sur les livres et auteurs. Ces avis peuvent parfois être très tranchés et conduisent à des discussions virulentes entre les spectateurs qui ne sont pas d'accord. Les discussions autour des auteurs conduisent souvent à des débats, en particulier sur le caractère "problématique" de leurs écrits. On voit ces comportements sur les vidéos #20 et #29. Les commentaires étant des lieux plutôt bienveillant sur #BookTok, ces échanges restent généralement polis basés sur une volonté d'entraide et un encouragement aux recherches :

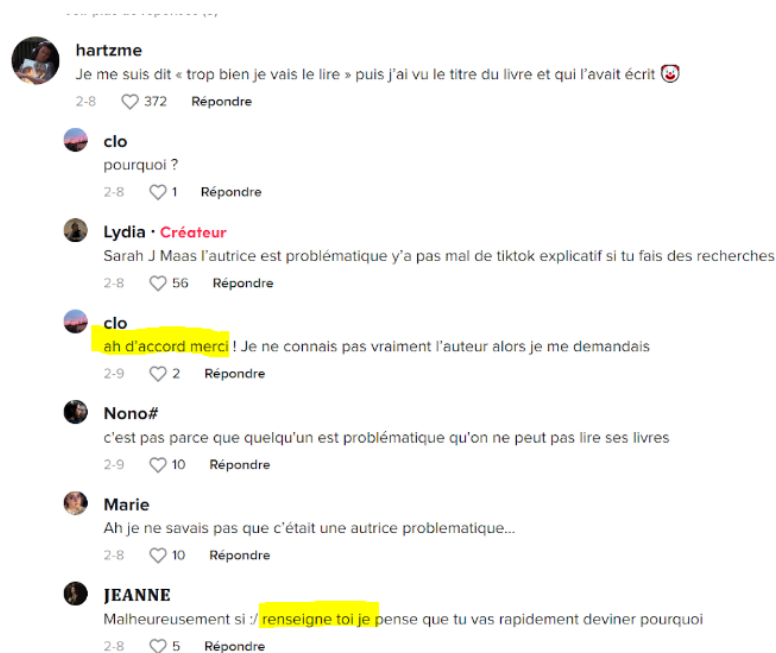


Figure 31 : capture d'écran des commentaires de la vidéo #20

Le partage d'avis et la recherche de recommandations sur #BookTok nous indiquent que les lecteurs veulent s'entraider et partager leurs avis et critiques pour que les autres utilisateurs puissent choisir leurs lectures en connaissance de cause. On remarque également une simple volonté de partager ses lectures et ce qu'on en a pensé à une vaste communauté.

### c. Le déclaratif

Enfin, ce qui transparait dans les commentaires sur #BookTok est l'influence des contenus sur les lecteurs. En effet, de nombreux commentateurs disent clairement dans leurs commentaires que #BookTok les a influencé à acheter un livre, l'ajouter à la *Wishlist* ou au contraire, à en rester loin. Ces comportements apparaissent dans 22,5% des vidéos de l'échantillon. Ces déclarations sont de deux ordres différents : une influence positive vers un livre ou son évitement de la part du lecteur.

Concernant un évitement de la part du lecteur, ces comportements sont souvent liés à des fortes critiques de la part du créateur : avis négatifs, déceptions, etc. Ainsi, dans les vidéos #2 ou #26, où les BookTokeuses font des avis négatifs sur des livres, on voit dans les commentaires des personnes qui remercient la créatrice pour leur permettre d'éviter des "achats inutiles" (vidéo #26).

On remarque néanmoins que les commentaires déclaratifs ont plutôt trait à une influence positive du lecteur qui va désormais faire le choix de se diriger vers le livre en question. Les exemples de verbatims qu'on trouve alors concernent l'ajout à la wishlist d'un livre (vidéo #42), ou encore la lecture d'un livre grâce au créateur, comme dans la vidéo #34.

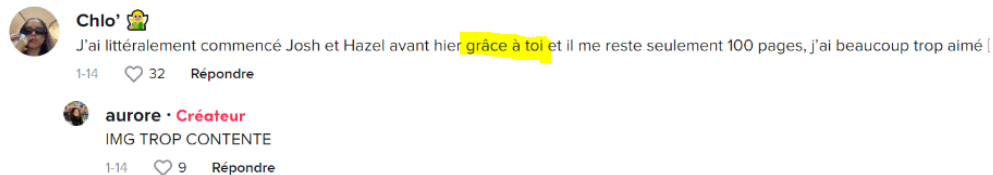


Figure 32 : capture d'écran des commentaires de la vidéo #34

Sur cet échange, le premier commentaire précise bien que la lectrice s'est dirigée vers ce livre grâce à la créatrice. Sa réponse indique une fierté et une joie vis-à-vis de cette influence. On voit ici qu'il existe une véritable relation entre les lecteurs et les créateurs dont l'objectif est de faire des recommandations qui plaisent aux abonnés.

Le dernier type de commentaires déclaratif est particulièrement intéressant : il concerne les habitudes de lecture. En effet, certains spectateurs disent clairement au créateur qu'ils les ont influencés pour commencer à lire. Sur la vidéo #4, un commentateur dit "Je vais me mettre à lire un jour je pense". Le fait que ce commentaire ait été posté sur une vidéo sur #BookTok n'est pas aléatoire et montre bien l'influence de TikTok sur la lecture chez les spectateurs. On trouve d'autres exemples similaires à celui-ci dans mon échantillon : dans la vidéo #15 une spectatrice dit "à cause de toi j'ai acheté 7 livres", dans la vidéo #24 on voit "Je viens de me lancer sur BookTok (...) tu es une inspiration", enfin sur la vidéo #48 sur les annotations, une lectrice dit "nouvelle passion débloquée". Les commentaires sont positifs et témoignent d'une très bonne relation para-sociale entre les créateurs et les lecteurs : ils influencent sur les achats, la lecture, ou des pratiques de la lecture, comme l'annotation.

Les signes de prescription sur les commentaires #BookTok sont très forts : que ce soit des demandes de recommandation, des précisions sur les livres ou même des déclarations directes sur l'influence des créateurs. #BookTok semble donc avoir une certaine influence sur les lecteurs présents sur l'application.

L'étude des commentaires nous donne plusieurs clés de compréhension du phénomène qu'est #BookTok. Il s'agit pour le lecteur d'un lieu d'échange, où l'entraide entre les abonnés prend une grande place. En analysant les échanges et commentaires, on voit que les lecteurs sont fortement curieux et n'hésitent pas à questionner les créateurs. Les commentaires montrent une confiance dans les recommandations et cette confiance est traduite par des commentaires fortement élogieux à l'égard des créateurs. Tous ces aspects montrent que les lecteurs ont une volonté d'appartenir à une communauté de lecteurs, où ils peuvent partager leurs lectures, leurs avis et échanger autour de sujets littéraires.

#BookTok est un lieu multidimensionnel où il y a de nombreux créateurs, vidéos et lecteurs. Notre étude du phénomène nous indique que la multitude de contenus permet de toucher un public divers : les genres abordés dans les vidéos permettent de créer des espaces de niche, où les lecteurs peuvent créer des communautés auxquelles ils participent grâce à leurs commentaires. Pour les utilisateurs de TikTok présents sur #BookTok, la communauté #BookTok semble avoir une influence sur leurs lectures et leurs achats. La question est désormais de savoir si ces mêmes comportements peuvent être vus chez des personnes qui ne laissent pas de commentaires, et ce, grâce à une enquête diffusée auprès de lecteurs et en observant les comportements des clients en librairie. Cela nous permet de présenter une réponse globale à la question qui nous anime : est-ce que TikTok fait lire ?

### III. Une enquête pour comprendre les lecteurs sur #BookTok

Pour répondre à mes questionnements, j'ai mené une enquête sur les lecteurs sur #BookTok, leurs comportements et leurs usages de lecture. Cette enquête est en deux étapes : un questionnaire diffusé sur les réseaux sociaux et une observation en librairie. Grâce à ces démarches, je cherche à comprendre si les lecteurs sont influencés par #BookTok et si oui, vers quels livres et genres.

#### **A. Une enquête auprès des jeunes lecteurs**

Afin de mieux appréhender les résultats que j'ai obtenus, il me faut d'abord présenter ce que j'ai fait pour les obtenir et comment je les ai analysés. Mon enquête est en majeure partie tournée vers un questionnaire qui a reçu un grand nombre de réponses, mais j'ai également mené une observation en librairie pour voir si ce que les répondants ont déclaré se voyait aussi par les achats réalisés.

##### *1) Le questionnaire : méthodologie de recherche*

En premier lieu, il convient de présenter le questionnaire que j'ai diffusé auprès des jeunes de 13 à 25 ans ayant lu au moins un livre au cours des 12 derniers mois et comment je compte analyser ces résultats.

##### *a. Diffusion du questionnaire*

Une enquête a été diffusée sur les réseaux sociaux dans le but de toucher des jeunes âgés de 13 (âge minimum pour être sur Tik Tok) à 25 ans, qui avaient lu au moins un livre au cours des 12 derniers mois. Elle a été lancée le 12 avril 2023 et est restée ouverte pendant un mois, donc jusqu'au 12 mai. Elle a recueilli 717 réponses.

L'enquête a été diffusée sur les réseaux sociaux (Instagram, Twitter) et relayée par mes proches. Je l'ai également diffusée sur plusieurs réseaux socionumériques de lecteurs : Babelio, Booknode et Goodreads. Je l'ai également envoyée à plusieurs influenceuses pour

qu'elles le repartagent : deux d'entre elles l'ont fait : Brunelle<sup>99</sup> sur Instagram et Tess MU<sup>100</sup> sur Twitter. La première crée du contenu axé sur les livres tandis que la seconde est plutôt dans l'univers de la beauté. L'objectif étant de toucher des publics variés, usagers des réseaux sociaux.

### *b. Questions posées*

Dans le questionnaire, j'ai posé 20 questions. Elles se divisent en trois catégories : les habitudes de lecture, l'utilisation de TikTok et le profil.

Pour les questions sur les habitudes de lecture, je me suis concentrée sur des questions similaires à celles de l'enquête sur les jeunes et la lecture : nombre de livres lus au cours des 12 derniers mois, genres lus et d'où les répondants tirent leurs recommandations. J'ai également posé une question ouverte aux répondants : est-ce qu'ils se considèrent comme un lecteur et pourquoi. J'ai posé cette question pour comprendre **s'ils se sentent légitimes dans leur pratique de la lecture.**

Concernant les questions sur l'utilisation de TikTok, elles sont plus nombreuses. Elles sont à propos de l'utilisation de l'application, l'influence de TikTok sur les choix de lectures et d'achats. J'ai demandé aux répondants de me citer des œuvres et auteurs qu'ils avaient vus sur l'application. Pour analyser les dynamiques de prescription, j'ai posé des questions sur les créateurs et ce qui peut les influencer pour les écouter. Enfin, j'ai laissé une question ouverte sur la confiance qu'ils accordent aux recommandations trouvées sur l'application. Cette question est une façon de comprendre l'attitude déployée par les répondants vis-à-vis de #BookTok : doute, appréciation, etc. Concernant les questions sur TikTok et la communauté livresque sur l'application, j'ai fait le choix de ne pas utiliser le terme #BookTok dans le questionnaire pour ne pas créer de confusion pour les répondants ne connaissant pas le terme.

Enfin, les questions de profil sont tournées autour de trois axes : genre du répondant, âge et niveau d'études. Je veux ainsi voir si ces trois critères provoquent des changements dans les réponses des utilisateurs. Pour l'âge, les réponses allaient de 13 à 25 ans, car **TikTok ne peut officiellement être utilisé qu'à partir de 13 ans.**

---

<sup>99</sup> [https://www.instagram.com/brunelle\\_booktube/?hl=fr](https://www.instagram.com/brunelle_booktube/?hl=fr)

<sup>100</sup> <https://twitter.com/yaourtowomen>

### c. Analyse des résultats

J'ai décidé de procéder à l'analyse des résultats en comparant les résultats entre eux : c'est-à-dire en analysant les populations de répondants et comparant leurs réponses. Grâce à ces comparaisons, je veux voir si la présence sur #BookTok, ou encore la fréquence d'utilisation de l'application, ont une influence sur les habitudes de lecture.

Dans mon questionnaire, j'ai également posé des questions ouvertes, notamment sur les livres recommandés ou si la personne se considère comme étant lecteur. Pour analyser ces résultats, j'ai lu chaque réponse et je les ai catégorisées afin de voir les tendances. Concernant les romans évoqués par les répondants, je vais les comparer avec ceux que j'ai pu voir sur TikTok et ceux que j'ai vus en librairie.

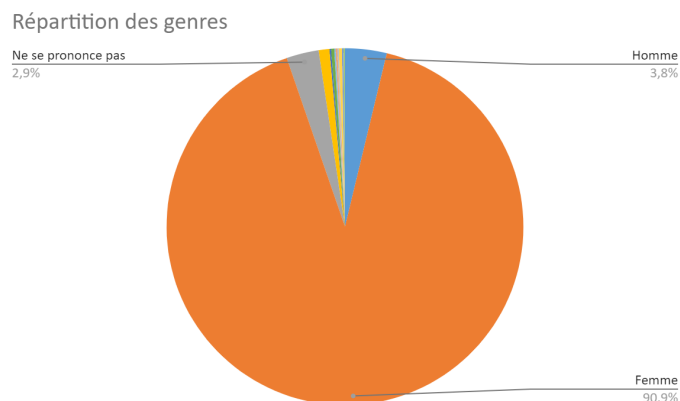
#### 2) *Profil des répondants*

Mon questionnaire a touché un total de 717 répondants, je vais donc définir leurs profils selon plusieurs critères : le genre, l'âge, le niveau d'études, le nombre de livres lus au cours des 12 derniers mois et la présence ou non sur Tik Tok (et la communauté livresque sur Tik Tok). Cette définition du profil des répondants permet de voir la variété de répondants que j'ai eu et me permettra dans un second temps de mettre en perspective les résultats de l'enquête.

##### a. Genre

Concernant le genre des répondants, il s'agit majoritairement de femmes qui ont répondu au questionnaire : **elles sont 90,9% des répondants**. Bien que j'ai essayé de déployer le questionnaire à des cercles variés, **très peu d'hommes y ont répondu**. Je pense que cela peut être expliqué par deux raisons majeures : les influenceuses qui ont partagé le questionnaire ont des publics majoritairement féminins et les hommes sont généralement moins lecteurs et donc moins enclins à répondre à un questionnaire portant sur les habitudes de lecture. **Selon l'enquête publiée par le CNL sur les Jeunes et la lecture, les hommes lisent en moyenne 20 livres par an, contre 24 pour les femmes.**

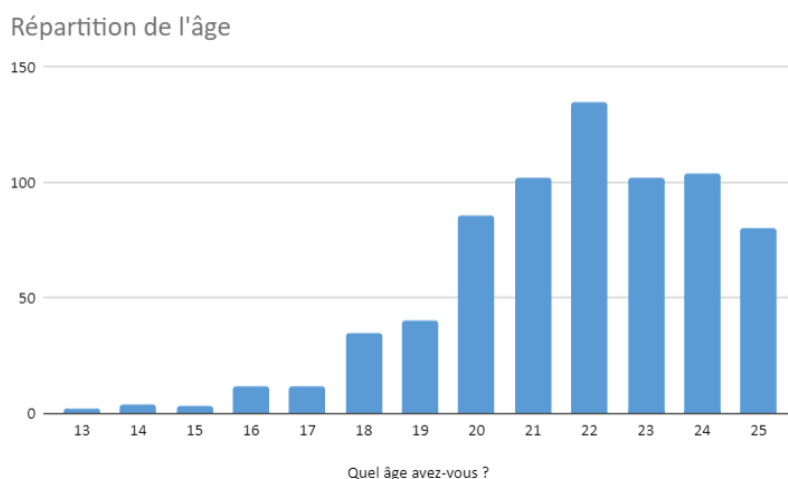




**Figure 33 :** Répartition des genres des répondants au questionnaire

**b. Âge**

L'âge des répondants est davantage répandu que le genre. Néanmoins, on remarque que malgré un nombre élargi de répondants, il s'agit surtout d'individus âgés de 22 ans. La moyenne d'âge des répondants est d'ailleurs de 22 ans. Je pense que c'est parce que mon réseau est âgé majoritairement de 22 ou 23 ans et que c'est également le cas pour les influenceuses qui ont partagé le questionnaire. On remarque néanmoins que tous les âges ont répondu au questionnaire, même si une très faible part des moins de 18 ans l'a fait.



**Figure 34 :** Répartition des âges des répondants

### c. Niveau d'études

Similairement à la répartition de l'âge des répondants, le niveau d'étude moyen se situe autour du bac+3, c'est-à-dire au niveau de la fin de la licence et du début du master. Cela concorde avec l'âge des répondants. On note quand même qu'il y a 69 lycéens qui ont répondu au questionnaire et 9 collégiens.



**Figure 35** : Répartition du niveau d'étude des répondants

Je précise qu'il y avait la possibilité pour les répondants de cocher la case "Autre" et d'écrire leurs niveaux d'études. J'ai uniformisé ces réponses pour avoir un graphique plus clair. Je pense également que j'aurais dû formuler la question autrement en demandant le dernier diplôme obtenu au lieu du niveau d'études, il aurait été plus simple aux répondants de faire leur choix.

### d. Nombres livres lus

Les réponses des individus concernant le nombre de livres au cours des 12 derniers mois sont intéressantes pour mon étude : on voit que 68% des répondants ont lu entre 1 et 19 livres et environ 30% ont lu plus de 20 livres. Cette répartition des habitudes de lecture va me permettre de comparer les usages entre les lecteurs lisant peu ou pas beaucoup et des grands lecteurs, sachant qu'un lecteur est qualifié de "grand" quand il lit plus de 20 livres par an. Il ne s'agit pas ici d'une répartition parfaite du nombre de lectures réalisées, mais elle est assez large pour qu'une comparaison soit menée : 220 des répondants déclarent ainsi avoir lu plus de 20 livres au cours des douze derniers mois.

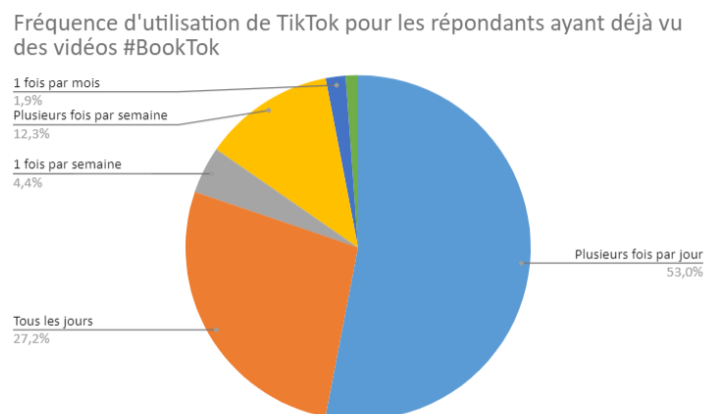


**Figure 36** : Répartition du nombre de livres lus dans les 12 derniers mois par les répondants

e. Présence sur #BookTok

Sur mon échantillon, 76,7% des répondants (soit 550 d'entre eux) utilisent TikTok, plus ou moins régulièrement. Plus précisément, 78,2% d'entre eux consomment des vidéos en lien avec les livres. En termes de fréquence d'utilisation, 80,2% de ces utilisateurs utilisent l'application au moins une fois par jour. Je vais utiliser ces données pour étudier les usages de lecture sur les non-utilisateurs de TikTok, les utilisateurs faibles et les grands utilisateurs. Les utilisateurs forts sont les répondants qui utilisent TikTok tous les jours et les utilisateurs faibles ceux qui l'utilisent une fois par semaine et moins.

De plus, j'ai fait le choix de combiner les utilisateurs de TikTok mais ne consommant pas de contenu #BookTok avec ceux n'utilisant pas TikTok, car ils ne font pas partie de la communauté des lecteurs sur le réseau social.



**Figure 37** : Fréquence d'utilisation de TikTok pour les répondants qui ont déjà vu des contenus #BookTok

Ces cinq aspects de profils vont me guider tout au long de mon analyse des résultats afin de faire des comparaisons entre les répondants selon divers critères.

### *3) Une observation en librairie*

Trouvant mon observation des commentaires et mon analyse des réponses très abstraites, j'ai choisi comme troisième terrain l'observation en librairie. Je suis donc partie à la recherche d'une librairie dans laquelle il y avait une table ou une étagère mettant en avant les romans populaires sur #BookTok. J'ai trouvé cette table à la FNAC du Val d'Europe<sup>101</sup>.

Mon observation s'est déroulée en deux étapes : tout d'abord j'ai discuté avec deux libraires en charge de la table pour comprendre les choix faits et les dynamiques qui l'entourent. Elle occupe une place centrale, ce qui est un choix stratégique pour mettre en avant les livres et capter l'attention des clients.

Ensuite, je suis revenue au magasin un dimanche après-midi pour observer les comportements des clients et voir vers quels livres ils se dirigeaient, quels étaient leurs discours et leurs comportements.

Cette enquête est donc un moyen de répondre à la question qui motive mon sujet : est-ce que TikTok fait lire ? Je vais désormais procéder à l'analyse des résultats et essayer d'en tirer une réponse claire.

## **B. TikTok : un espace de prescription ?**

Le coeur de mon sujet est d'arriver à comprendre si #BookTok influence les lectures des jeunes. Pour ce faire, j'ai décidé d'étudier plusieurs aspects de #BookTok, notamment les dynamiques de prescription et la confiance portée aux créateurs.

L'une des premières questions que j'ai posées à mes répondants concernait leurs espaces de prescription littéraire : lesquels sont-ils ? Pour répondre, je leur ai donné une liste,

---

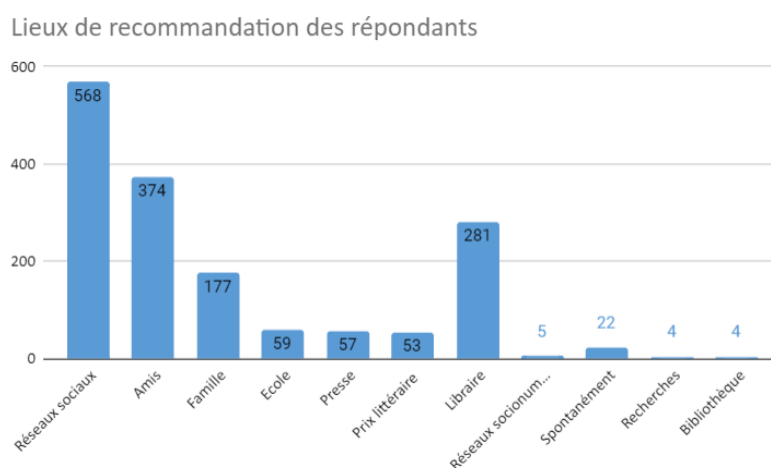
<sup>101</sup> Voir annexe n° IV pour les photos

inspirée de celle de l'enquête sur les Jeunes et la Lecture et ils avaient la possibilité de choisir trois espaces, avec une case "autre" :

- Famille,
- Ecole,
- Réseaux sociaux,
- Amis,
- Presse,
- Prix littéraire,
- Libraire,
- Autres.

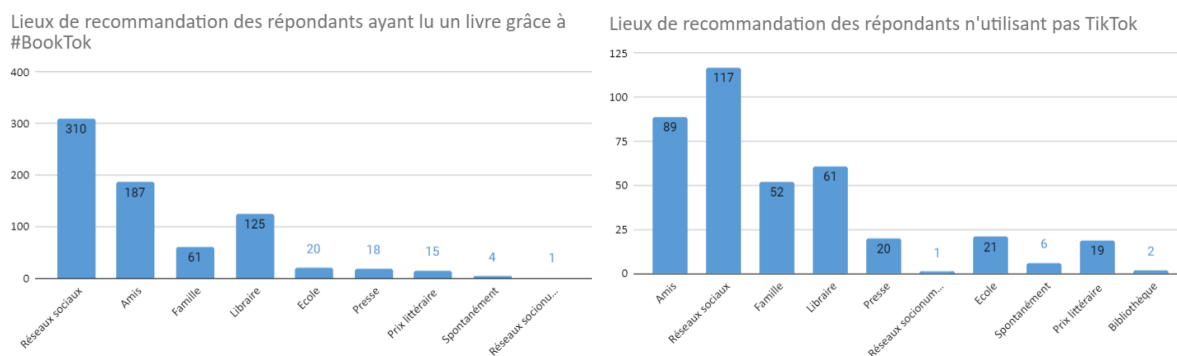
Lors de l'analyse des réponses autres, j'ai remarqué qu'elles correspondaient à quatre nouvelles catégories, en faible présence : réseaux sociaux numériques de lecteurs, spontanéité du lecteur, recherches personnelles et bibliothèque.

Ainsi, les répondants au questionnaire trouvent leurs recommandations littéraires dans principalement trois espaces : les réseaux sociaux (79,2%), leurs amis (52,1%) et par un libraire (39,1%). On voit que la famille est aussi un espace fréquent pour les lecteurs : environ 25% d'entre eux l'ont citée comme un lieu de recommandation. Les autres espaces sont à la marge : l'école, la presse et les prix littéraires ayant été cités par moins de 10% des répondants et les réseaux sociaux numériques, la spontanéité, les recherches personnelles et la bibliothèques par moins de 3% des répondants.



**Figure 38** : lieux de recommandation de l'ensemble des répondants

Je me suis ensuite demandée s'il y avait une différence dans les usages entre les répondants n'utilisant pas TikTok et ceux qui avaient déjà lu un livre car vu sur TikTok. Bien qu'il n'y ait pas de différences majeures entre les deux populations, je remarque des légères différences dans les usages. Tout d'abord, pour les lecteurs qui ont lu un livre grâce à #BookTok, je remarque que 94,8% des répondants ont cité les réseaux sociaux comme lieu de recommandation, suivi de 57,2% pour les amis et 38,2% pour les libraires. Au total, 9 espaces de prescription ont été cités par ce groupe de répondant. Pour les répondants n'utilisant pas TikTok, les réseaux sociaux sont également le lieu le plus cité, mais par uniquement 70% des répondants, suivi des amis pour 53% d'entre eux et des libraires par 36,5% des répondants. Ils ont cité 10 espaces de prescription, soit un de plus que les lecteurs présents sur #BookTok. La présence sur TikTok semble accentuer les modes de prescription autour de l'usage des réseaux sociaux pour la recommandation littéraire tout en gardant une utilisation moindre des autres modes de recommandation.



Figures 39 & 40: lieux de recommandation des répondants ayant lu un livre grâce à #BookTok (327 répondants) (à gauche) et ceux n'utilisant pas TikTok (167 répondants) (à droite)

### 1) Les lecteurs sur #BookTok

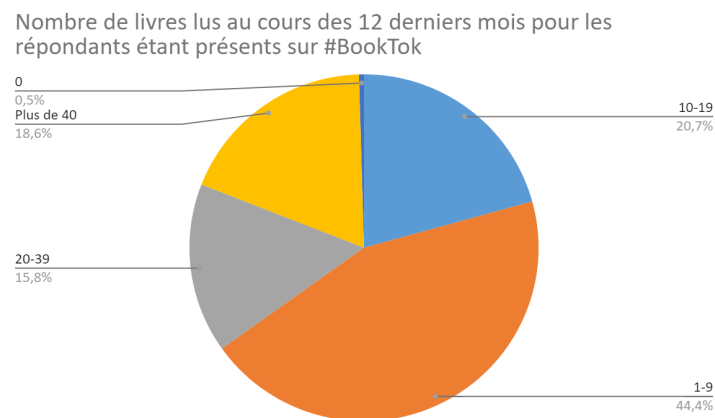
Pour comprendre comment le lecteur est influencé sur #BookTok, je veux d'abord étudier les répondants au questionnaire et leur posture vis-à-vis de la lecture et de l'achat de livres en librairie. Je vais mener une rapide étude des répondants au questionnaire.

#### a. Les achats et lectures grâce à #BookTok

Tout d'abord, je souhaite comprendre qui sont les répondants et quelles sont leurs habitudes de lecture. Pour ce faire, j'ai posé plusieurs questions dans le questionnaire qui

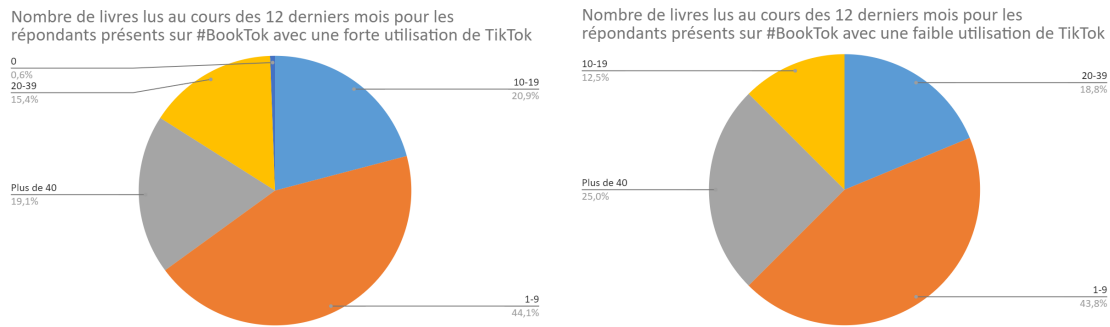
m'intéressent tout particulièrement : le nombre de lectures qu'ils ont réalisées au cours des 12 derniers mois et si oui ou non ils ont lu un livre grâce à #BookTok. J'ai également questionné leurs achats grâce à l'application.

Nous l'avons déjà vu, les répondants au questionnaire ont lu à près de 70% moins de 20 livres au cours des 12 derniers mois. Je vais désormais étudier la variation de ce chiffre en fonction de la présence des répondants sur #BookTok. Les répondants présents sur #BookTok lisent légèrement plus que ceux qui ne sont pas présents, mais la nuance est légère : 65% de ces répondants lisent moins de 20 livres par an. Je remarque cependant davantage de lecteurs déclarant avoir lu plus de 40 livres au cours des 12 derniers mois (18,6% contre 16% pour l'ensemble des répondants).



**Figure 41** : nombre de livres lus au cours des 12 derniers mois pour les répondants présents sur #BookTok

Il est également intéressant de voir si la fréquence d'utilisation de l'application a un effet sur le nombre de livres lus pour les répondants présents sur #BookTok. Peu de changements apparaissent, mais l'on voit quand même que les lecteurs utilisant peu TikTok sont plus nombreux à avoir lu plus de 40 livres au cours des 12 derniers mois (25% contre 19,1% des forts utilisateurs). Cela peut être lié au fait qu'il y a moins de répondants pour les faibles utilisateurs (seulement 39), ou alors puisqu'ils passent moins de temps sur l'application, ils ont plus de temps pour lire.

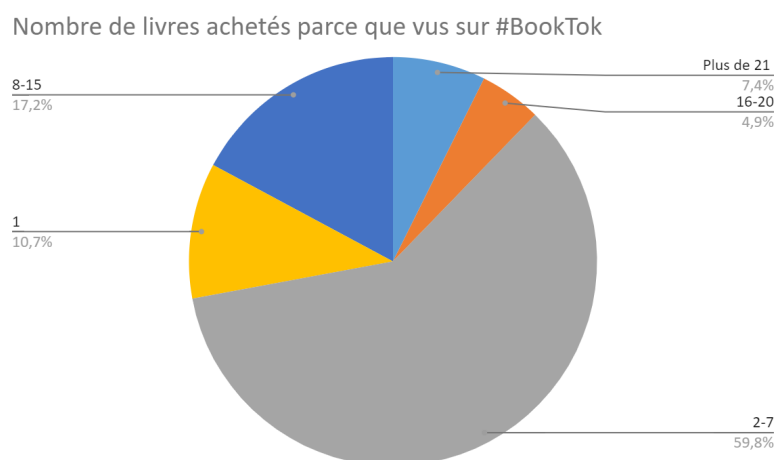


**Figures 42 & 43 :** nombres de livres lu pour les répondants avec une forte utilisation de TikTok (à gauche) et une faible utilisation (à droite)

Je remarque que dans l'échantillon de réponses, 45% des répondants ont lu un livre grâce à #BookTok, soit 327 répondants. Ce chiffre correspond à 76% des répondants présents sur TikTok.

Concernant les achats réalisés grâce à #BookTok, j'ai posé deux questions aux répondants : si oui ou non ils avaient acheté des livres grâce à #BookTok et si oui, combien. Je remarque tout d'abord que 75,6% des lecteurs présents sur TikTok ont acheté au moins un livre grâce à #BookTok et que 94,5% des lecteurs ayant lu un livre grâce à #BookTok en ont acheté au moins un.

Si l'on s'attarde sur les quantités de livres achetés, on voit que la plupart des répondants en ont acheté entre 2 et 7, l'achat de plus de 21 livres est fortement à la marge chez les répondants (seulement 7,4% d'entre eux).



**Figure 44 :** nombres de livres achetés grâce à #BookTok



Je remarque que les grands lecteurs sont plus susceptibles à l'achat de livres vus sur #BookTok : 48,4% d'entre eux déclarent avoir acheté au moins 8 livres grâce à #BookTok. A l'inverse les lecteurs ayant lu moins de 20 livres au cours des 12 derniers mois ont acheté moins de livres grâce à #BookTok : 17,9% d'entre eux en ont acheté plus de huit. Ces résultats semblent logiques et correspondent aux comportements que l'on s'attend à voir : un lecteur grand consommateur achète davantage de livres qu'un plus faible lecteur.

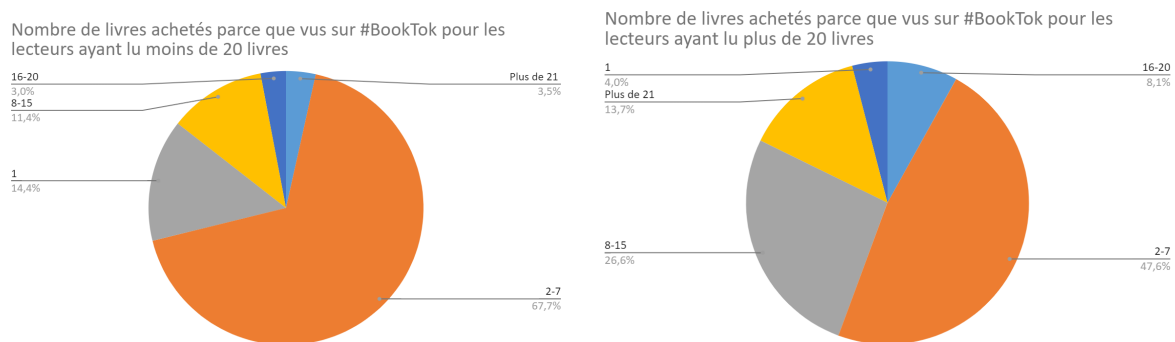


Figure 45 & 46 : nombre de livres achetés par les petits lecteurs (à gauche) et les grands lecteurs (à droite)

La question est désormais de savoir quels sont les comportements des lecteurs en librairie et si l'influence de TikTok se retrouve dans les ventes en magasin.

### b. Le lecteur face à l'achat

L'observation en librairie m'a permis de comprendre les comportements des lecteurs face à l'achat. Mes discussions avec les libraires m'ont donné des clés de compréhension du phénomène. Une courte présentation de la table est essentielle pour comprendre les comportements des clients. Tout d'abord, les romans présents sur la table "Populaire sur #BookTok" sont en grande partie des livres de romance, avec quelques romans de romantasy. Concernant les comportements des clients vis-à-vis de la romance, une partie entière y sera dédiée plus tard. Les genres et livres présents sur la table changent régulièrement, mais les libraires m'ont confirmé que la romance était le genre le plus populaire.

Bien que les romans présents sur l'étalage étaient en grande partie de la romance, mes discussions avec les libraires me permettent de présenter d'autres aspects des comportements et de l'influence de TikTok.

Tout d'abord, d'après les libraires, TikTok a une influence sur d'autres types de livres que la romance : des romans un peu plus vieux comme *Le maître des illusions* ou *Le chant d'Achilles* ont eu une forte popularité alors qu'ils sont respectivement sortis en 1992 et en 2011. Ces livres et d'autres cités par la libraire comme *Une vie comme les autres* ou les romans de David Foenkinos sont à la FNAC classés dans les romans de littérature et sont généralement peu populaires auprès des publics ciblés par TikTok.

En effet, elle me l'a dit et je l'ai vu lors de mon observation, ce sont surtout des jeunes filles, dès 11 ans, qui se dirigent vers des romans mis en avant sur #BookTok et n'hésitent pas à demander des romans qu'elles ne trouvent pas.

Enfin, les clientes achètent beaucoup quand elles suivent les recommandations de TikTok, j'ai pu observer de nombreuses clientes repartir de la table avec plusieurs livres. Ce comportement a été remarqué par les libraires qui m'ont dit qu'elles se demandaient même si les clientes lisaient vraiment les livres qu'elles achetaient. Les comportements d'achat sont fortement liés au Pass Culture pour les jeunes filles, qui l'exploitent dans son entièreté, il y a même des panneaux indiquant que les livres sont éligibles au Pass Culture. Le dernier aspect que j'ai pu observer est la forte popularité des formats poche : bien que rarement mis en avant sur #BookTok car jugé moins esthétique, ce format semble être celui vers lequel se dirigent principalement les clientes.

Ainsi, les clientes sont clairement influencées par #BookTok et cette influence se traduit en librairie. Je reviendrai plus tard sur les comportements des lectrices de romance, mais à ce stade, je peux déjà voir une volonté de lire ce qui est populaire et fortement recommandé. De plus, la forte utilisation du Pass Culture et le choix fait sur les romans poches m'indiquent que ce sont bien des jeunes filles et adolescentes avec peu de moyens qui se dirigent vers ces recommandations.

## 2) *Les dynamiques de prescription sur #BookTok*

Je sais désormais que **les lecteurs sont présents sur #BookTok et qu'ils font des achats et lectures grâce à l'application, il y a donc des dynamiques d'influence**. Je vais maintenant me concentrer sur ces dynamiques pour les comprendre et définir ce qui influence vraiment le lecteur à se diriger vers un livre plutôt qu'un autre.

a. Ce qui incite le lecteur à suivre une recommandation

Pour mieux comprendre pourquoi les lecteurs suivaient ou non une recommandation, je leur ai demandé de classer différents aspects entourant une recommandation du plus important pour eux au moins important. Les critères étaient le genre du livre, son auteur, sa couverture, l'avis du créateur, son résumé, sa popularité et son titre. Seuls les lecteurs ayant répondu qu'ils regardaient des vidéos sur les livres sur TikTok pouvaient répondre à la question, soit 430 répondants.

Sur l'ensemble de l'échantillon, le résumé est le premier aspect le plus important, suivi du genre du roman, de l'avis du créateur et de sa couverture. Les critères comme l'auteur, le titre du roman ou sa popularité ne semblent pas être des aspects essentiels pour les lecteurs.

Classement des raisons pour choisir un livre sur TikTok selon tous les répondants présents sur #BookTok

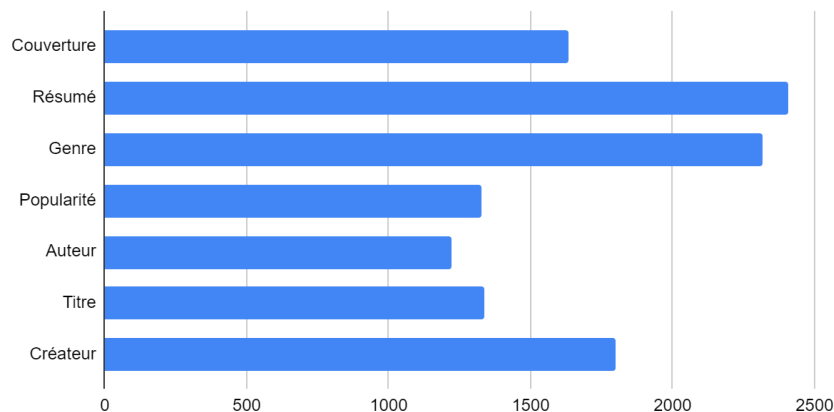
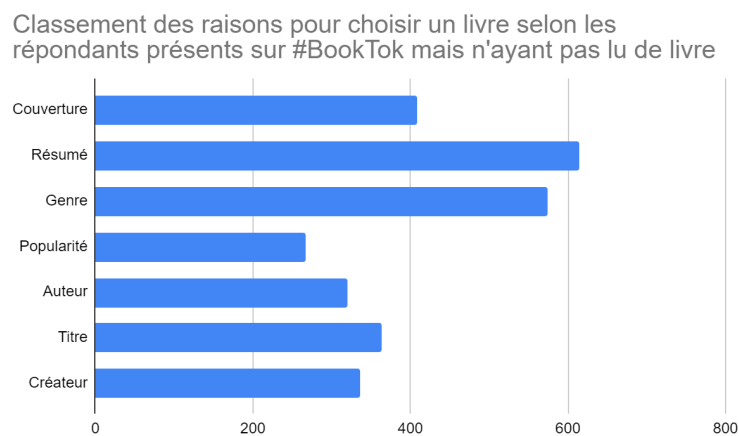


Figure 47 : Classement des raisons pour choisir un livre selon tous les répondants (430 répondants)

Bien que me donnant des clés de compréhension sur #BookTok et son effet de prescription, j'ai choisi de préciser les profils des répondants pour voir s'il y avait des différences de comportements et préférences à l'intérieur de mon échantillon. Dans un premier temps, j'ai décidé de comparer les résultats entre les répondants n'ayant pas lu de livres grâce à #BookTok et ceux en ayant lu un selon leur niveau d'utilisation de l'application. Les échantillons sont alors très asymétriques : 277 répondants pour les forts utilisateurs contre 19 pour les faibles utilisateurs et 103 pour ceux n'en ayant pas lu.

Néanmoins, je remarque des différences entre les réponses des deux échantillons et pense pouvoir en tirer des tendances dans les comportements.

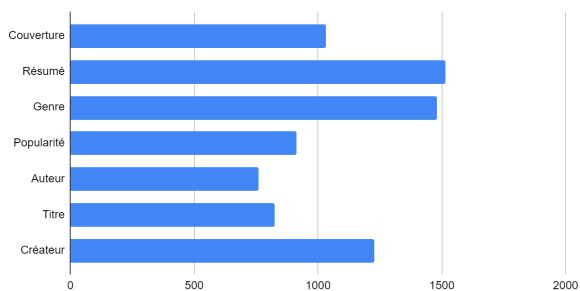
Tout d’abord, concernant les lecteurs n’ayant pas lu de livres grâce à #BookTok, on peut voir que la place donnée au critère “Avis du créateur” baisse fortement, devenant le cinquième le plus important, derrière le résumé, le genre, la couverture et l’auteur du livre. Ces lecteurs n’ayant pas lu de livres grâce à #BookTok donne une bien plus faible importance au BookTokers et à la popularité des livres. Les aspects plus objectifs du livre sont mis en plus grande importance : son auteur, sa couverture ou le résumé par exemple.



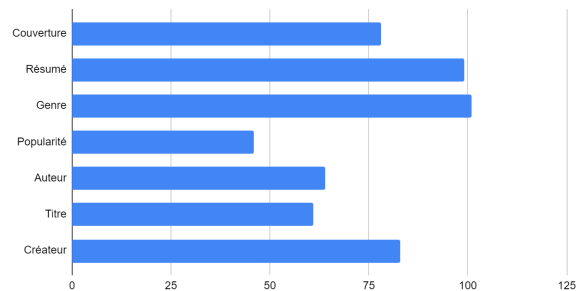
**Figure 48** : classement des raisons pour choisir un livre selon les répondants n’ayant pas lu de livres grâce à #BookTok (103 répondants)

Si je me concentre maintenant sur les lecteurs qui ont bien lu un livre grâce à #BookTok mais selon leur niveau d’utilisation de l’application, je remarque alors des légères différences, qui auraient pu être accentuées si plus de lecteurs avec une faible utilisation de l’application avaient répondu. Je remarque donc que le genre a plus d’importance pour les faibles utilisateurs, de plus, ils donnent la plus faible importance à la popularité d’un livre, probablement parce qu’étant plus rarement sur l’application ils sont moins enclins à voir cette popularité. L’auteur a également une plus forte importance pour les lecteurs à faible utilisation de TikTok et je pense que c’est dû au fait que connaître l’auteur rassure dans le processus de choix de ses lectures.

Classement des raisons pour choisir un livre selon les répondants ayant lu un livre grâce à TikTok avec une forte utilisation de TikTok



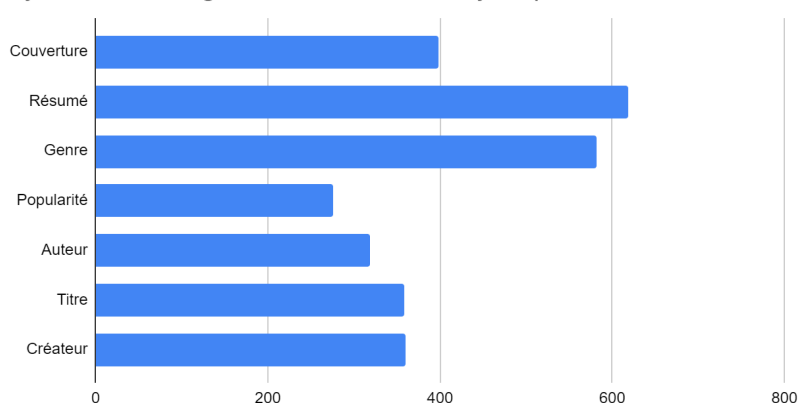
Classement des raisons pour choisir un livre selon les répondants ayant lu un livre grâce à TikTok avec une faible utilisation de TikTok



**Figures 49 & 50 :** classements des raisons pour choisir un livre selon les répondants ayant lu un livre grâce à #BookTok avec une forte utilisation de TikTok (277 répondants) (à gauche) et une faible utilisation (19 répondants) (à droite)

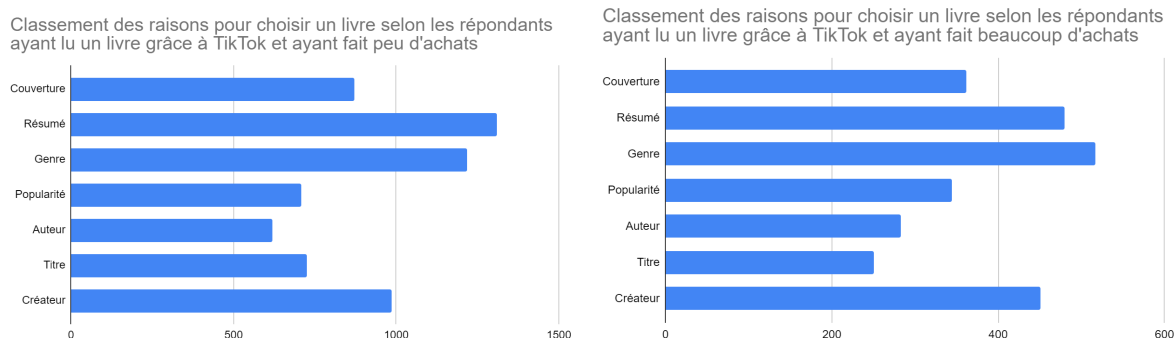
Les mêmes dynamiques se retrouvent au sein des populations n’ayant pas fait d’achat grâce à #BookTok, en ayant fait peu et en ayant fait beaucoup. En effet, concernant cette première population, les critères “avis du créateur” et “popularité” perdent en importance par rapport aux autres populations de l’échantillon. Pour ces lecteurs, les trois critères les plus importants dans le choix d’un livre vu sur TikTok sont le résumé, le genre du livre et sa couverture.

Classement des raisons pour choisir un livre selon les répondants ayant lu un livre grâce à TikTok mais n'ayant pas fait d'achat



**Figure 51 :** classements des raisons pour choisir un livre selon les répondants n’ayant pas acheté de livres grâce à #BookTok (104 répondants)

On retrouve ces mêmes dynamiques entre les lecteurs ayant fait beaucoup d’achats grâce à #BookTok et ceux en ayant fait peu. Ainsi, ceux ayant fait beaucoup d’achats semblent favorisés le genre du livre, se dirigeant probablement vers des livres de leurs genres de prédilection. De plus, pour ces lecteurs, l’importance donnée à l’avis des créateurs est bien plus forte que la couverture du livre et la popularité est un critère important.



**Figures 52 & 53 :** classements des raisons pour choisir un livre selon les répondants ayant acheté peu de livres grâce à #BookTok (230 répondants) (à gauche) et beaucoup (96 répondants) (à droite)

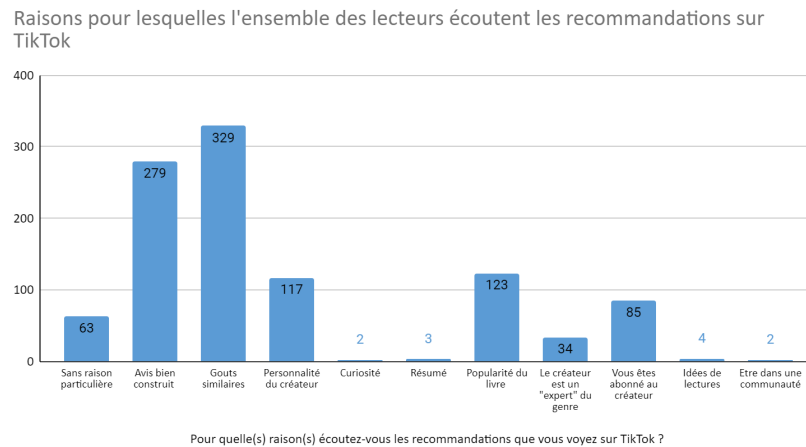
Ainsi, les critères essentiels pour l'ensemble des répondants sont le genre et le résumé, ce qui n'est pas surprenant. L'avis des créateurs et la couverture du livre sont généralement assez proches en troisième et quatrième position. Enfin, les aspects les moins importants sont en général la popularité d'un livre, son auteur et son titre.

*b. La relation du lecteur avec les recommandation du BookTokeur*

Cherchant à comprendre ce qui pousse les lecteurs à faire confiance aux BookTokeurs, j'ai posé une question dans le questionnaire demandant les raisons pour lesquelles les répondants écoutaient les recommandations vues sur l'application. Ils pouvaient choisir autant de raisons qu'ils le souhaitaient et il y avait également une réponse "autre". Les réponses possibles étaient : sans raison particulière, avis bien construit, goûts similaires, personnalité du créateur, popularité du livre, le créateur est un "expert" du genre, vous êtes abonné au créateur. Après lecture des réponses "autres", j'ai ajouté quatre nouvelles catégories : curiosité, résumé du livre, pour avoir des idées de lecture et pour être dans une communauté.

429 lecteurs ont répondu à cette question et à travers leurs résultats, on peut voir que la raison pour laquelle ils écoutent le plus une recommandation d'un BookTokeur est parce qu'ils ont des goûts similaires. Cela implique de connaître le créateur et de le suivre assez fidèlement pour connaître ses goûts. La deuxième raison mentionnée est l'avis bien construit, ainsi les lecteurs sont réceptifs à la qualité de la critique produite sur un roman et se tournent vers des livres dont les recommandations ont été bien faites. Enfin, deux autres aspects sont intéressants : la personnalité du créateur est un aspect important pour le lecteur, mais son

statut “d’expert” dans un genre ne l’est pas. Cela indique que les lecteurs s’intéressent plus au créateur et à qui il est plutôt qu’à son expertise sur un genre. Cette expertise est probablement perçue par les répondants comme des goûts similaires. Enfin, à l’opposé de ce que les lecteurs ont répondu à la question sur ce qui les incitait à lire un livre, où la popularité d’un livre était peu importante, ici 28,7% des répondants ont jugé que la popularité était un aspect important et même le troisième le plus cité.



**Figure 54 :** raisons pour lesquelles l'ensemble des lecteurs écoutent les recommandations sur TikTok (429 répondants)

J’ai cherché à voir si ces comportements et préférences changeaient selon les profils des lecteurs et cela ne semble pas vraiment être le cas : le critère “goûts similaires” est dans tous les cas le premier, suivi de “avis bien construit”. J’ai tout de même noté que pour les lecteurs avec une faible utilisation de TikTok, “sans raison particulière” était le troisième critère le plus important, ayant été sélectionné par 25% des utilisateurs. C’est également le cas pour les lecteurs n’ayant pas lu de livres grâce à #BookTok : 28,5% de ces répondants ont sélectionné “sans raison particulière”. Ces comportements sont probablement liés à une faible présence sur l’application.

Ainsi, les lecteurs suivent les recommandations des BookTokeurs en grande partie pour un partage des goûts et la présence d’avis bien construits. D’autres facteurs comme la personnalité du créateur, la popularité d’un livre ou l’abonnement au créateur sont des raisons secondaires de motivation de suivi des recommandations. Cela semble être concordant avec le classement des critères donnés par les lecteurs : ils se dirigent vers un livre pour son résumé ou son genre. Les lecteurs favorisent donc des faits autour du livre : l’histoire, le genre, si le créateur l’a apprécié ou non. La forte importance des goûts similaires avec le

BookTokkeur montre une certaine confiance dans les recommandations faites par les créateurs sur #BookTok.

### 3) *Une confiance au créateur ?*

Les réponses des lecteurs indiquent une certaine confiance envers les créateurs et leurs recommandations. Dans le questionnaire, j'ai demandé aux répondants s'ils avaient confiance aux recommandations #BookTok et pourquoi. L'analyse de ces réponses m'a montré que les comportements n'étaient pas les mêmes mais des grandes tendances peuvent être dessinées.

#### a. *Une réception mitigée des recommandations*

Tout d'abord, concernant les recommandations elles-mêmes, les répondants trouvent en grande partie qu'elles sont de qualité en disant qu'ils n'ont pas été déçus, comme la répondante 440 qui dit "Je n'ai encore jamais été déçue". A l'inverse, certains répondants qui n'ont pas confiance en #BookTok trouvent que les recommandations sont de mauvaise qualité et mettent en avant des auteurs et livres problématiques. En effet, plusieurs répondants ont dit qu'ils ne faisaient pas confiance à TikTok à cause de ce qui est recommandé, la Dark Romance est notamment mentionnée. Ainsi, la répondante 340 déclare : "Beaucoup ont des recommandations "problématiques" (dark romance à base de viol, torture, etc.)". J'ai trouvé de nombreuses réponses de ce type mettant en avant des auteurs toxiques que les répondants ne voulaient pas lire, et ce même chez ceux ayant plutôt confiance en TikTok. Une autrice souvent mentionnée est Colleen Hoover.

Il y a un double comportement vis-à-vis des recommandations de livres très populaires sur #BookTok : certains répondants pensent qu'il y a des effets de groupe qui mettent en avant des livres génériques ou sans saveur tandis que pour certains répondants si beaucoup de personnes ont aimé un livre c'est qu'il a de grandes chances de leur plaire. La popularité d'un livre peut conduire à une peur de la déception, comme pour la répondante 151. Certains lecteurs partent du principe que puisqu'il y a de nombreux avis sur le même livre et qu'il semble y avoir un consensus autour de ce roman, alors ils peuvent leur faire confiance, comme la répondante 551.



La confiance aux recommandations sur #BookTok semble être liée à la *For You Page* des répondants et à la correspondance entre leurs goûts et les vidéos mises en avant par l'algorithme. Ainsi, certains répondants disent clairement qu'ils font confiance aux recommandations TikTok grâce à l'algorithme qui leur présente des vidéos qui correspondent à leurs goûts : "l'algorithme nous montre des vidéos adaptés à mes goûts et je sais donc que les vidéos recommandées sont plutôt adaptées à ce que je recherche" déclare la répondante 596. A l'inverse, de nombreux lecteurs qui n'ont pas confiance en #BookTok ont expliqué que les livres présentés ne correspondaient pas à leurs goûts, ce qui me laisse penser que leur algorithme n'a pas encore réussi à leur montrer des contenus qui leur plaisaient.

Le dernier aspect des recommandations que j'aimerais évoquer concerne les commentaires. En effet, plusieurs répondants ont cité les commentaires comme un espace de recommandations où on peut trouver des confirmations de l'avis des créateurs et des avis complémentaires, permettant de mettre en perspective les autres avis. La répondante 466 le dit : "mais aussi les commentaires sous les tiktoks aident à avoir plein d'avis différents et mieux prendre de décisions". Ainsi, en plus d'être des espaces d'échanges pour les lecteurs, les commentaires permettent de confirmer ou non l'opinion des spectateurs face à un livre qu'ils ont envie de lire.

#### *b. Une confiance dans certains créateurs*

Le deuxième aspect qui apparaît lors de l'étude des commentaires concerne les créateurs et une confiance relative dans leurs contenus. En effet, de nombreux répondants ont répondu qu'ils avaient confiance en certains créateurs et pas d'autres pour diverses raisons.

En premier lieu, les répondants sont plutôt sceptiques par rapport à l'honnêteté des créateurs et à la place des partenariats dans les avis. Les répondants mentionnent ainsi un manque d'honnêteté possible des créateurs (répondante 380 par exemple). La possibilité d'être face à un partenariat inquiète les répondants qui doutent donc fortement de ce qu'ils voient et ont choisi quelques créateurs à qui ils font confiance. Ce comportement me fait penser à celui qui peut être adopté face au libraire dont les recommandations sont parfois remises en question parce qu'il a un gain à mettre un livre en avant.

Enfin, je l'ai déjà remarqué dans une question précédente, mais la proximité avec les goûts du créateur est un aspect essentiel de la confiance des lecteurs au créateur. En effet, ils sont plusieurs à mentionner ce fait : s'ils suivent un créateur qui a les mêmes goûts qu'eux, alors ils sont plus susceptibles de lui faire confiance et de suivre ses recommandations. La répondante 648 déclare : "Je follow des créateurs de contenu qui me ressemble et qui partagent mes goûts", cela indique qu'une sélection est faite vis-à-vis des créateurs qu'elle suit en fonction des goûts des créateurs.

c. *Le créateur vu comme un ami*

Cela me conduit au dernier aspect mentionné par les répondants : la proximité avec les créateurs. Elle prend une forte importance pour les lecteurs qui la mettent en avant de nombreuses fois et de façons différentes.

En premier lieu, les répondants sont à la recherche d'un créateur de contenu passionné, un lecteur, quelqu'un qui aime la lecture et le partage. C'est pour cette raison qu'il leur font confiance, en déclarant qu'il s'agit d'un lecteur comme un autre et qu'il est donc logique d'écouter ses recommandations, comme on le ferait pour un ami (répondante 411).

La ressemblance avec les créateurs est également mise en avant à de nombreuses reprises : âge, goûts, opinions politiques, etc. Ces aspects sont importants pour les répondants qui sont à la recherche d'une communauté dans laquelle ils peuvent avoir confiance aux recommandations du créateur et à ses propos. Cette relation me fait penser à celle qui peut être entretenue avec les blogueurs : les blogs sont des lieux d'échange, où il y a une volonté de créer une communauté autour d'un blogueur. Le même schéma se reproduit sur TikTok, mais ici le spectateur fait un choix dans la (ou les) communauté(s) à laquelle il choisit d'appartenir en fonction des divers critères que nous avons mentionnés.

Au final, le lecteur est à la recherche d'un créateur passionné et honnête qui propose des recommandations variées avec des avis construits et de qualité, permettant de bien comprendre de quoi parle le livre présenté.

#BookTok est un espace de prescription pour les lecteurs présents sur l'application : ils sont susceptibles aux diverses recommandations des créateurs de contenu notamment ceux

avec lesquels ils ont des goûts proches. La confiance accordée aux créateurs dépend de plusieurs aspects : leurs goûts et leurs discours notamment. La question est maintenant de savoir quels livres sont recommandés sur #BookTok.

### **C. #BookTok : des recommandations qui diffèrent selon les genres**

TikTok recommande de nombreux livres, à travers des genres différents. Dans cette analyse, je vais donc regarder les genres lus par les répondants au questionnaire, réaliser une étude des livres lus grâce à TikTok et enfin présenter la romance comme le genre le plus présenté.

#### *1) Les genres lus par les répondants*

Pour mieux comprendre les lecteurs ayant répondu à mon questionnaire, j'ai décidé d'analyser les genres qu'ils lisaient pour ensuite voir si les genres lus grâce à #BookTok étaient en concordance ou non.

Dans le questionnaire, j'ai demandé aux répondants quels étaient les genres qu'ils lisaient le plus en leur laissant la possibilité d'en choisir trois. Je leur ai proposé des genres en me basant et **en adaptant sur de l'enquête sur les Jeunes et la Lecture** :

- Science-fiction, fantasy et fantastique,
- Roman d'aventures,
- Roman policier et d'espionnage, suspense,
- Histoire de famille, vie quotidienne,
- Contes et mythologie,
- Romans historiques,
- Livres humoristiques,
- Mangas,
- Bande-dessinées,
- Autre

La question autre leur permettait de préciser des genres auxquels je n'aurais pas pensé. En regardant ces réponses de plus près, j'ai remarqué que la réponse "Autre" avait majoritairement été utilisée pour mettre divers livres de non-fiction : essais, essais féministes, ouvrages scientifiques ou encore œuvres pédagogiques pour les études. J'ai uniformisé ces réponses pour obtenir des résultats clairs.

La première analyse que l'on peut mener des résultats de l'enquête sur les genres est la suivante : les genres sont assez bien répartis, avec une légère domination de la romance, qui est lue par 23,7% des répondants. Elle est suivie des genres de l'imaginaire avec 21,1% de répondants, les romans policiers avec 11,5% et les histoires de famille avec 9,7%. Ces résultats concordent plutôt bien avec l'enquête du CNL où les littératures de l'imaginaire sont majoritaires, suivis des romans d'aventure qui sont surtout lus par des élèves de primaire, puis les romans policiers, les romans d'amour, notamment lus par des étudiants, et les histoires de familles.

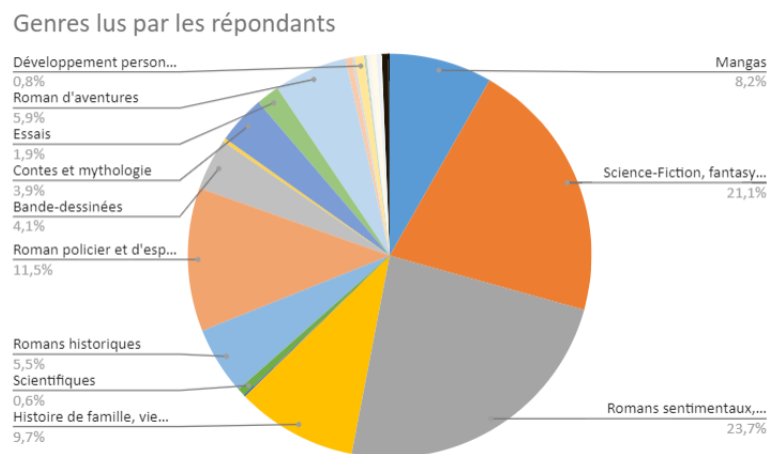
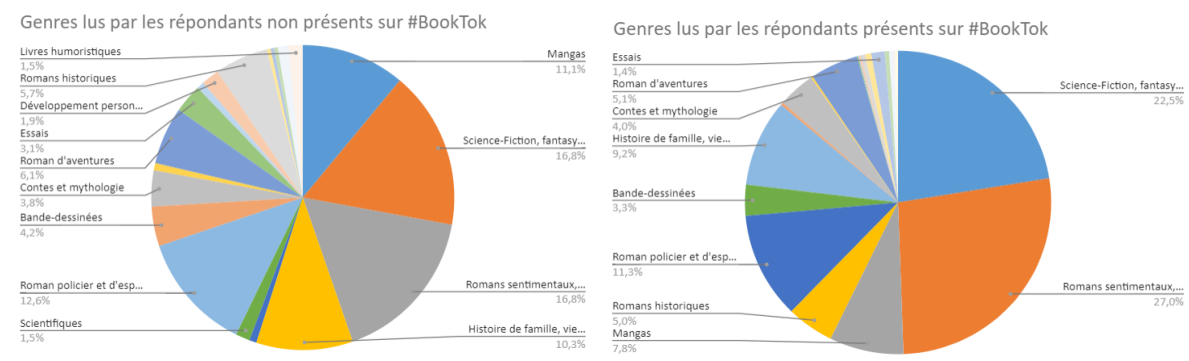


Figure 55 : genres lus par l'ensemble des répondants

Ainsi, si on regarde les résultats de l'enquête du CNL concernant les jeunes de 20 à 25 ans, on remarque que les quatre genres les plus lus sont : la science-fiction et les littératures de l'imaginaire, les romans policiers et d'espionnage, les romans sentimentaux et les romans d'aventure. La différence majeure que l'on peut noter concerne cette dernière catégorie, qui n'est représentée qu'à 5,9% dans mon enquête et se classe en sixième position des genres les plus lus.

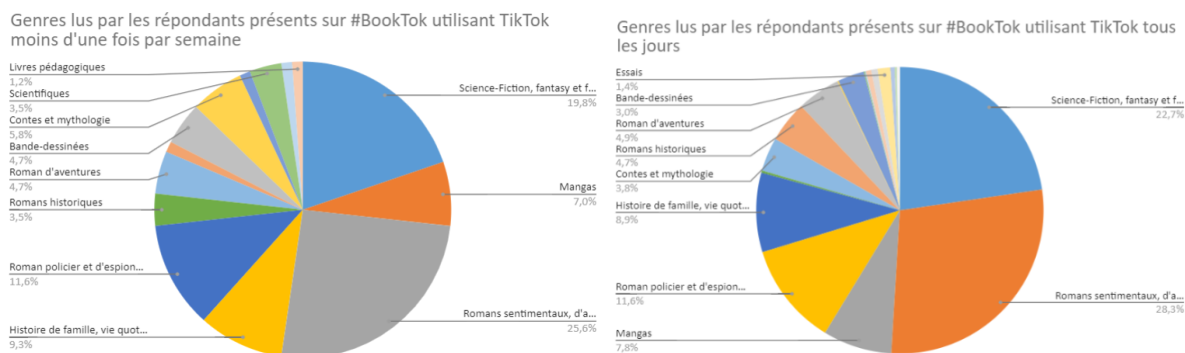
Si l'on précise l'observation des réponses par rapport à l'utilisation de TikTok et la présence sur #BookTok en fonction de la fréquence d'utilisation de l'application, on obtient alors des résultats différents qu'il est intéressant d'étudier.

En premier lieu, si l'on regarde les genres lus par les répondants qui consomment des vidéos sur les livres sans filtrer par leur niveau d'utilisation de TikTok, on remarque que les résultats vus précédemment s'accroissent par rapport à ceux qui n'utilisent pas l'application. Les lecteurs présents sur #BookTok lisent à peu près autant de genres différents (19 contre 20 pour les répondants non présents) mais ils lisent davantage les mêmes genres : les quatre genres les plus populaires (imaginaire, romance, policiers et histoires de famille) rassemblent 70% des genres lus tandis que pour les non-consommateurs de #BookTok les quatre genres les plus populaires (le manga remplaçant alors les histoires de famille) ne rassemblent que 57,3% des différents genres lus. La romance est le genre le plus touché par la présence ou non sur #BookTok : le taux de lecture de romance passe de 16,8% à 27. Il s'agit d'une augmentation de 60,7% de la lecture de romance entre les répondants non présents sur #BookTok et ceux qui le sont.



Figures 56 & 57 : genres lus par les répondants non présents sur #BookTok (à gauche) et présents sur #BookTok (à droite)

Ensuite, il semble pertinent d'étudier les genres lus par les utilisateurs de #BookTok en fonction de leur fréquence d'utilisation de l'application. On remarque donc que pour les grands utilisateurs, la lecture de romance et de science-fiction et fantasy est la plus largement répandue : ces deux genres rassemblent en effet 51% des genres évoqués par les répondants. Si l'on compare avec les faibles utilisateurs, ces genres n'atteignent que 45,4%. On remarque cependant que les genres ont plus ou moins les mêmes taux de lecture pour les deux populations. Il semble donc que le simple fait d'être présent sur TikTok, même d'une façon peu régulière, pousse les lecteurs vers la romance.



**Figure 58 & 59** : genres lus par les répondants avec une faible utilisation de TikTok (à gauche) et avec une forte utilisation de TikTok (à droite)

Bien qu'il y ait également une forte présence des lectures de l'imaginaire, genre très populaire chez les jeunes en général, on voit que la romance est très présente chez les lecteurs qui consomment du contenu livresque sur TikTok, que ce soit de manière journalière ou plus occasionnelle. J'ai d'ailleurs remarqué ces mêmes comportements dans les livres et auteurs cités par les répondants à la question 10 de mon questionnaire.

## 2) Etude des livres lus par les répondants

Dans le questionnaire, j'ai demandé aux répondants s'ils avaient déjà lus des livres car ils les avaient vus sur TikTok, et si oui, s'ils pouvaient citer des auteurs ou livres. Ainsi, 288 d'entre eux ont répondu en citant une large variété de livres et auteurs. Au total, 197 livres et 57 auteurs ont été cités. Étant donné que les répondants ont généralement cité plus d'un titre ou auteur, les livres ont été mentionnés 583 fois et les auteurs 177 fois. Bien sûr, la répartition des mentions de livres et auteurs n'est pas égale et il existe des fortes disparités.

### a. Une inégale répartition des livres et auteurs mentionnés

En observant la liste des livres cités par les répondants, on voit qu'une grande partie des livres n'a été citée que par un seul lecteur. Cela nous donne un graphique qui est peu lisible mais permet de repérer plusieurs faits. Tout d'abord, on peut voir qu'il y a certains livres qui rassemblent de nombreuses mentions, comme *Le chant d'Achilles* (9,1% des mentions) ou *Le prince cruel* (6,2%). Ce qui est le plus marquant cependant est le grand nombre de livres cités qui ont peu de mentions : 118 d'entre eux n'ont été cités que par un seul lecteur et au total 163 livres ont été cités par moins de quatre répondants.

### Répartition des livres mentionnés

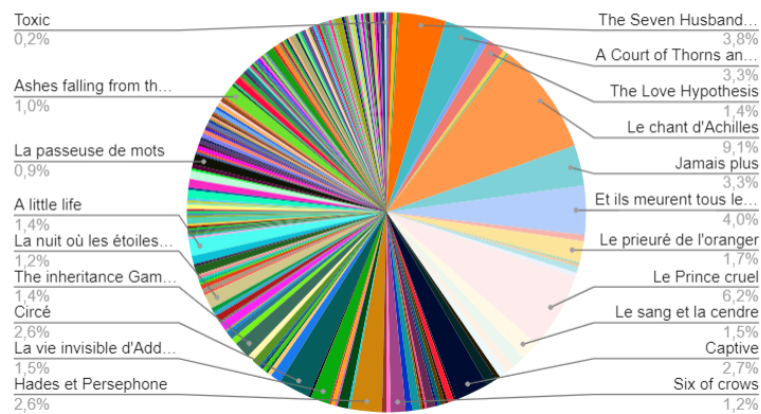


Figure 60 : répartition des livres mentionnés par les répondants

Si l'on exclut les livres qui ont été cités par moins de quatre lecteurs, on obtient alors un graphique bien plus lisible, qui permet de mieux voir les romans les plus lus grâce à #BookTok. Avec ce nouveau graphique, on remarque clairement la présence de leaders dans les livres lus par les répondants au questionnaire : il s'agit des livres avec plus de 10 mentions et surtout ceux avec plus de 20, voire 30, mentions.

### Répartition des livres mentionnés par 4 répondants ou plus

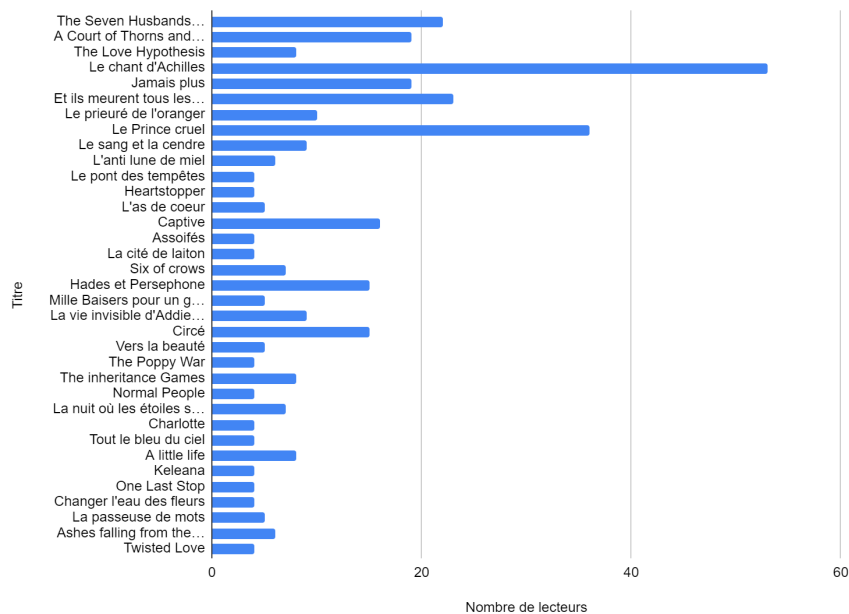


Figure 61 : répartition des livres mentionnés par 4 répondants ou plus

Les 10 romans les plus lus par les lecteurs sont donc les suivants :

- *Le chant d'Achilles*, de Madeline Miller avec 53 citations,

- *Le Prince Cruel*, de Holly Black avec 36 citations,
- *Et ils meurent tous les deux à la fin*, de Adam Silvera avec 23 citations,
- *Les Sept Maris d'Evelyn Hugo*, de Taylor Jenkins Reid avec 22 citations,
- *Un Palais d'épines et de roses*, de Sarah J. Mass avec 19 citations,
- *Jamais Plus*, de Colleen Hoover avec 19 citations,
- *Captive*, de Sarah Rivens avec 16 citations,
- *Hadès et Perséphone*, de Scarlett St. Clair avec 15 citations,
- *Circé*, de Madeline Miller avec 15 citations,
- *Le Prieuré de l'Oranger*, de Samantha Shannon avec 10 citations.

Le roman *Le chant d'Achilles* a été le plus cité, et ce de loin, avec près d'un lecteur sur cinq déclarant l'avoir lu. Concernant ce classement, on peut également préciser que le seul titre écrit par un auteur francophone est *Captive* et que tous ces livres hormis *Et ils meurent tous les deux à la fin* ont été écrits par des femmes.

Concernant les dates de publication de ces livres, je m'aperçois qu'il ne s'agit pas de sorties très récentes, à part pour *Captive* et *Hadès et Perséphone* qui sont sortis en 2022. Les autres romans ont été publiés autour de 2018 et sont sur le marché depuis assez longtemps pour qu'ils aient une version poche. Les lecteurs ont tendance à se diriger vers des livres dont la popularité n'est plus à prouver, ce qui est probablement dû à une volonté de limiter les risques liés à l'achat en se tournant vers des valeurs-sûres.

Concernant les genres de ces livres, ils sont répartis sur deux genres principaux : la romance et la fantasy. J'aimerais également préciser que même s'ils ne sont pas classés dans le genre romance, *Le chant d'Achilles*, *Le prince Cruel*, *Et ils meurent tous les deux à la fin*, *Les sept maris d'Evelyn Hugo* et *Un Palais d'épines et de Roses* sont grandement mis en avant pour leurs romances sur #BookTok et les réseaux sociaux en général.



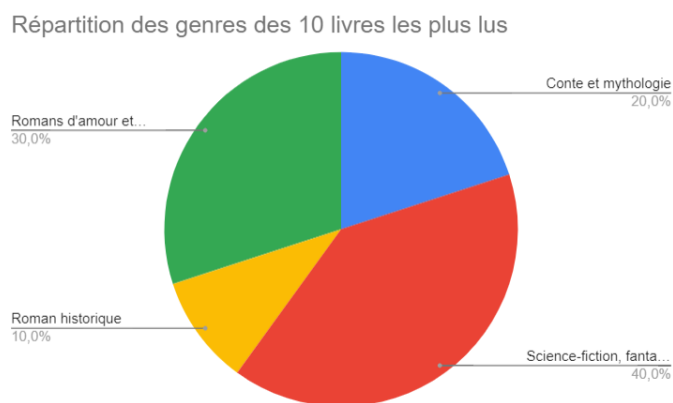


Figure 62 : répartition des genres des 10 livres les plus lus par les répondants

Concernant les auteurs cités par les répondants, ils sont également variés mais l'on remarque directement que l'auteur Colleen Hoover est de loin la plus citée avec 26% des mentions des lecteurs. On remarque également que presque tous les auteurs présents, sauf Samantha Shannon, dans les 10 livres les plus cités ont eux aussi été cités au moins une fois :

- Sarah Rivens 1 fois,
- Adam Silvera 1 fois,
- Scarlett St. Clair 1 fois,
- Madeline Miller 4 fois,
- Taylor Jenkins Reid 7 fois,
- Holly Black 9 fois,
- Sarah J. Mass 12 fois,
- Colleen Hoover 46 fois.



Figure 63 : répartition des auteurs cités par les répondants

En regardant ce graphique, on voit que la deuxième autrice la plus citée est Morgane Moncomble, qui n'apparaît pourtant pas dans les classements des livres. Deux de ses romans apparaissent dans la liste : *L'As de Pique* et *L'As de Coeur* mais ils n'ont respectivement été cités que 2 et 5 fois. L'autrice est connue pour l'ensemble de ces livres. Le même type de dynamique peut être relevé pour Colleen Hoover : plusieurs de ces livres ont été cités et le plus populaire est *Jamais Plus*, mais il n'a été mentionné que 19 fois, ce qui est un chiffre assez faible comparé aux 46 mentions de son nom par les lecteurs.

b. Les genres lus par les lecteurs grâce à TikTok

En parcourant et relevant les livres et auteurs mentionnés par les répondants au questionnaire, je leur ai associé un genre. Si l'on compare ce graphique avec celui des genres cités par l'ensemble des répondants au questionnaire, on remarque qu'il y a beaucoup moins de genres présents (13 contre 19). De plus, on note la forte présence du genre "Contes et mythologie" (12,5%) qui était presque absent des genres lus par l'ensemble des répondants.

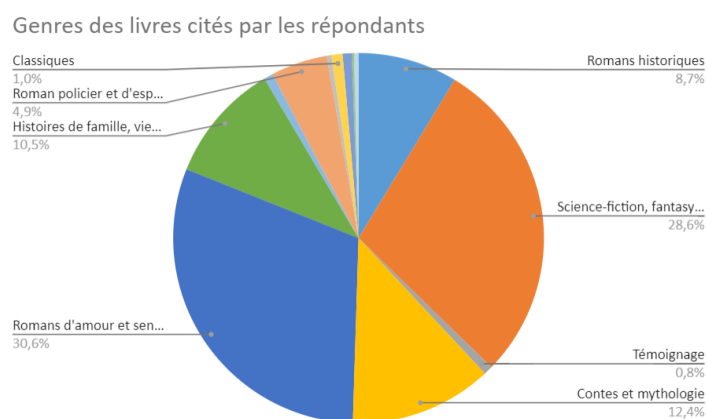


Figure 64 : genres des livres lus par les répondants ayant lu des livres grâce à #BookTok

Je vais maintenant passer tous ces genres en revue afin de comprendre et étudier leurs spécificités et les usages que les lecteurs ont.

- **Romans d'amour et sentimentaux** :

Il s'agit du genre le plus mentionné par les lecteurs avec 30,6% des livres appartenant à la romance. Je ne vais pas m'attarder ici sur ce genre car j'y ai dédié une sous-partie entière plus bas.

- **Science-fiction, fantasy et fantastique** :

Concernant les genres de l'imaginaire, on remarque tout d'abord que, similairement à l'ensemble des lecteurs ayant répondu au questionnaire, la science-fiction, fantasy et le fantastique sont un genre qui plaît aux lecteurs présents sur #BookTok : 28,6% des romans lus car vus sur l'application y appartiennent. Il est donc très populaire et mis en avant par les créateurs mais aussi choisi par les lecteurs.

Tout d'abord, le premier point d'observation que nous pouvons tirer est le nombre de livres différents mentionnés par les lecteurs : 62 titres ont été cités, soit 31,5% de l'ensemble des livres. C'est plus de variété que pour les livres de romance, qui sont pourtant plus souvent mentionnés en termes de proportion. En effet, pour les romans de science-fiction, fantasy et fantastique, les choix de lecture pour le lecteur sont très grands. Seulement huit titres ont été cités plus de 5 fois comme ayant été lus par les répondants :

- *Le Prince Cruel*, de Holly Black avec 36 citations,
- *Et ils meurent tous les deux à la fin*, de Adam Silvera avec 23 citations
- *Un Palais d'épines et de roses*, de Sarah J. Mass avec 19 citations,
- *Le Prieuré de l'Oranger*, de Samantha Shannon avec 10 citations,
- *Le sang et la Cendre*, de Jennifer L. Armentrout avec 9 citations,
- *La vie invisible d'Addie Larue*, de V.E. Schwab avec 9 citations,
- *Six of Crows*, de Leigh Bardugo avec 7 citations,
- *La passeuse de mots*, de Alric et Jennifer Twice avec 5 citations.

On note que hormis le dernier titre, tous ces livres ont été écrits par des auteurs anglophones, en majorité américains.

Je vais maintenant m'intéresser à deux aspects de ces livres lus par les répondants : leur audience cible et le sous-genre qu'il représente (science-fiction, dystopie, fantasy ou fantastique). J'aimerais comprendre vers quels types de romans les lecteurs de l'imaginaire se tournent face aux multiples recommandations de #BookTok. J'ai moi même attribué ces différentes catégories aux romans en m'aidant de sites internet comme Goodreads ou Booknode, n'ayant pas lu tous les livres mentionnés par les lecteurs, il est possible que

quelques erreurs se soient glissées dans les attributions malgré mes efforts. Pour des raisons de clarté et de compréhension, je vais rapidement définir les genres et les catégories d'âges :

- **Jeunesse** : il s'agit de roman ayant pour cible des enfants ou adolescents âgés de 8 à 12 ans.
- **YA** : ce sont des livres *young adult*, qui vise des adolescents et jeunes adultes de 13 à 18 ans à peu près.
- **Adulte** : ces livres ont pour cible les adultes de 18 ans et plus. Cela ne signifie pas toujours qu'il y a des scènes choquantes ou sexuelles à l'intérieur du livre.
- **Science-fiction** : il s'agit d'un genre qui décrit l'état futur du monde en extrapolant les données de la science ou de la technologie<sup>102</sup>. Un exemple connu est *Dune* de Frank Herbert.
- **Dystopie** : c'est un sous-genre de la science-fiction, l'histoire se passe dans le futur et présente une société régie par un pouvoir totalitaire ou une idéologie néfaste<sup>103</sup>. Une référence récente est *The Hunger Games* de Suzanne Collins.
- **Fantasy** : genre où l'action se déroule dans un monde imaginaire qui peut être peuplé d'êtres surnaturels, mythiques et légendaires<sup>104</sup>. On peut par exemple penser au *Seigneur des anneaux* de J. R. R. Tolkien.
- **Fantastique** : c'est un genre complexe à appréhender, qui n'existe pas vraiment dans les mondes anglo-saxons. Il s'agit d'un récit où le surnaturel vient se mêler au réel. On peut citer *La quête d'Ewilan* de Pierre Bottero.

Avec ces définitions claires, nous pouvons passer à l'étude des préférences de lecture des répondants au questionnaire. Tout d'abord, concernant les audiences favorisées, on voit clairement une domination du YA, avec 62,9% des livres mentionnés appartenant à cette

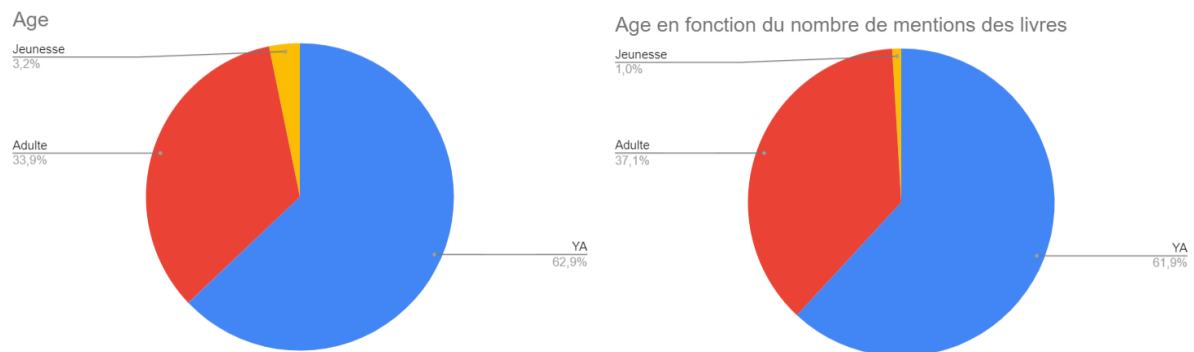
---

<sup>102</sup> <https://dictionnaire.lerobert.com/google-dictionnaire-fr?param=science-fiction>

<sup>103</sup> <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/dystopie/187699>

<sup>104</sup> <https://dictionnaire.lerobert.com/google-dictionnaire-fr?param=fantasy>

classe d'âge. En effet, ils sont 39 à avoir pour audience les adolescents et jeunes adultes contre 21 livres avec une audience adulte et seulement 2 pour la jeunesse. Si on agrège le nombre de mentions de chaque livre avec la répartition des audiences, on obtient un graphique qui diffère peu : l'adulte gagne en importance tandis que la jeunesse disparaît presque. On peut donc dire que les lectures favorisées par les lecteurs de l'imaginaire sont les romans YA ou adulte, mais en moins grande proportion.



**Figure 65 et 61** : répartition des âges cibles des romans de l'imaginaire en fonction du nombre de livres mentionnés (gauche) et du nombre de mentions (à droite)

Attardons nous désormais aux sous-genres préférés par les lecteurs présents sur #BookTok. La fantasy est le genre le plus cité, avec 54,8% des livres, soit 34 titres différents. Elle est suivie du fantastique, genre la plupart du temps assimilé à de la fantasy sur #BookTok à cause de l'influence anglo-saxonne. Enfin, les genres de science-fiction représentent 16,1% de l'échantillon pour la dystopie et 8,1% pour la Science-Fiction pure. Ces préférences se traduisent dans les 10 livres les plus cités par les lecteurs : il n'y en a que trois qui ne sont pas de la fantasy : *Et ils meurent tous les deux à la fin* (dystopie), *La vie invisible d'Addie Larue* (fantastique) et *Assoiffées* (fantastique).

En cumulant les mentions des mêmes livres, le graphique change et montre la très forte domination de la fantasy sur les autres genres : elle représente alors 66,2% des mentions. La science-fiction devient infime dans la répartition des genres populaires sur #BookTok : seulement quatre titres ont été mentionnés, chacun une seule fois. Deuxième résultat de ce cumul des mentions : la dystopie devient le deuxième sous-genre le plus mentionné : 10 titres sont mentionnés, en moyenne 3,7 fois chacun. Cependant, sur les 37 mentions de romans dystopiques, on remarque une très forte concentration de ces citations sur le roman *Et ils meurent tous les deux à la fin*, qui en regroupe 23, on peut également noter

que ce livre est davantage mis en avant pour son histoire d'amour que pour son aspect dystopique. Si l'on exclut ce livre, la dystopie perd son poids dans le graphique.

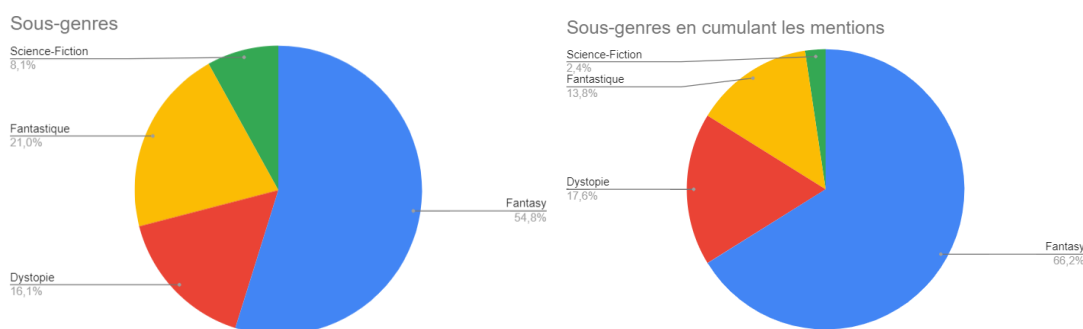


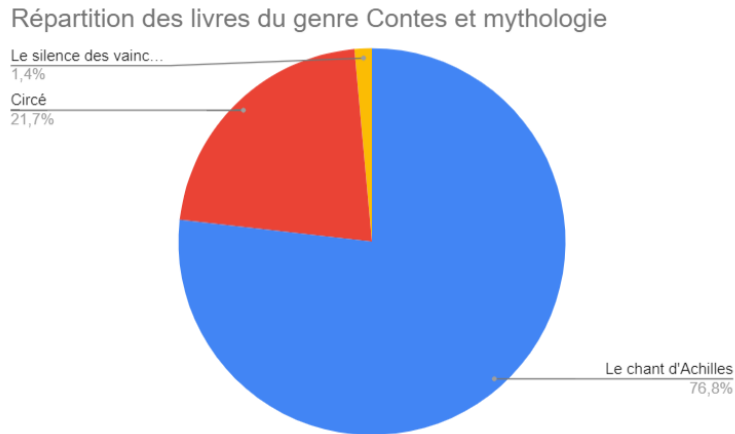
Figure 67 & 68 : répartition des sous-genres de l'imaginaire en fonction du nombre de livres mentionnés (à gauche) et du cumul des mentions (à droite)

Les lecteurs se tournent majoritairement vers des romans de fantasy, ou dans de moindres proportions vers du fantastique et de la dystopie. Enfin, on remarque que bien que la majorité des romans ait été publiés dans les dernières années, quelques livres plus vieux ont été mentionnés, comme *La Roue du Temps* de Robert Jordan, dont le premier livre a été publié en 1990 ou *La Nuit des temps* de René Barjavel (1968).

#### - Contes et mythologie :

Ce genre peut être assimilé à du fantastique ou de la fiction historique. Dans ma répartition des genres, j'ai choisi de le garder comme un genre à part des autres pour deux raisons : être proche des genres proposés par l'enquête du CNL et donner la possibilité aux lecteurs de choisir un genre approprié pour les réécritures de contes et de mythologie. Certains romans comme *Hadès et Perséphone* auraient pu entrer dans cette catégorie mais pour cet exemple, l'aspect romantique du livre est plus mis en avant que l'aspect réécriture, qui correspond davantage à une utilisation des personnages dans un contexte moderne qu'à une véritable réécriture comme on peut en trouver dans *Le chant d'Achilles*.

Le fait principal sur le genre Contes et mythologie est qu'il ne plaît pas particulièrement aux lecteurs : seulement trois œuvres ont été nommées. Cependant, deux de ces trois romans font partie des neuf livres les plus cités : *Le chant d'Achilles* (premier du classement) et *Circé* (neuvième du classement), ces deux romans sont de la même autrice : Madeline Miller. Ainsi, ces romans concentrent 98,6% des mentions des lecteurs.



**Figure 69** : répartition des livres du genre Contes et mythologie

Madeline Miller est une autrice grandement favorisée par les lecteurs et elle domine entièrement ce genre. De plus, je remarque que ces trois romans sont des réécritures de mythes grecs : il y a donc très peu de variété culturelle. En effet, *Le chant d'Achilles* et *Le silence des damnés* portent tous les deux sur la Guerre de Troie.

Je m'interroge donc sur ce qui pousse les lecteurs à se tourner vers ces deux romans, mais notamment *Le Chant d'Achilles*. Il n'est pas un livre que j'ai beaucoup vu dans mon observation des vidéos sur #BookTok, néanmoins près d'un cinquième des répondants déclarent l'avoir lu grâce à TikTok. Ayant moi-même lu ce livre après l'avoir vu sur les réseaux sociaux, je sais pour quelles raisons il est mis en avant : une belle histoire d'amour entre deux hommes, la tristesse du roman et l'aspect éducatif du contexte du livre. Je pense que deux de ces aspects expliquent la popularité : l'histoire d'amour tragique. Cela crée de la curiosité de la part du lecteur et une volonté d'éprouver les mêmes émotions lors de sa propre lecture. Cette volonté de partage est déjà un aspect que j'avais relevé lors de mon analyse des commentaires sur #BookTok, et cela ne me surprendrait pas si une grande partie des lecteurs ayant répondu au questionnaire avaient lu ce livre pour voir si eux aussi allaient pleurer.

- **Histoires de famille, vie quotidienne** :

Quatrième genre le plus présent dans les romans cités par les répondants au questionnaire, le genre "Histoires de famille, vie quotidienne" peut être résumé sous le nom "Contemporain". Ce sont des romans qui se passent à notre époque et qui suivent des personnages faisant face à des problèmes de famille, travail ou encore relations amicales et

familiales. Par l'ensemble des répondants, il s'agit du quatrième genre le plus cité avec 9,7% des lecteurs qui en lisent.

Pour le genre contemporain, 22 titres différents ont été cités, avec un total de 49 mentions. Les livres les plus cités sont les suivants :

- *Une vie comme les autres*, de Hanya Yanagihara avec 8 mentions,
- *Vers la beauté*, de David Foenkinos avec 5 mentions,
- *Changer l'eau des fleurs*, de Valérie Perrin avec 5 mentions,
- *Normal People*, de Sally Rooney avec 4 mentions,
- *Tout le Bleu du Ciel*, de Melissa Da Costa avec 4 mentions.

Puisque c'est un genre très vague, on a ici tous types de romans, abordant différents types d'histoires et de personnages. Sur ces 5 livres les plus cités, je vois deux tendances se dessiner : tout d'abord il y a trois auteurs français qui apparaissent, et ce genre semble être celui où les auteurs anglophones sont les moins présents, mais je reviendrai dessus ultérieurement. Le second point que je remarque concerne le ton de ces romans, qui semble être plutôt positif et tourné vers le bonheur pour certains livres comme *Changer l'eau des fleurs* ou *Tout le bleu du ciel*, quand à l'opposé il y a des livres comme *Une vie comme les autres* où la liste des avertissements est très longue. Cette opposition me fait penser que les lecteurs se tournant vers ce genre cherchent à ressentir des émotions fortes, que ce soit du bonheur ou de la grande tristesse.

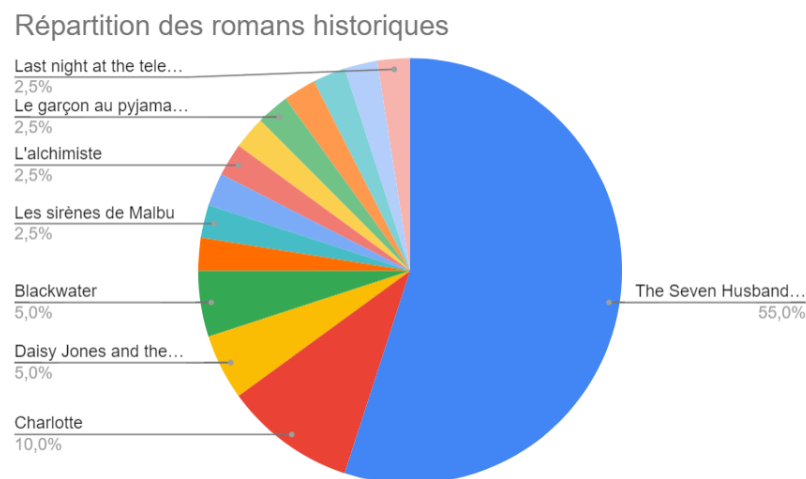
Une fois de plus, le livre *Une vie comme les autres* est un livre mis en avant pour son caractère tragique, triste et dur à lire. La plume de l'autrice est elle aussi vantée mais ce roman est décrit comme une expérience de lecture, où le lecteur essaie de comprendre et deviner tout au long de sa lecture ce qui est arrivé au personnage principal, Jude, pour qu'il soit aussi torturé. Comme pour *Le chant d'Achilles* ou *Et ils meurent tous les deux à la fin*, *Une vie comme les autres* est présenté comme une expérience à vivre, une source d'émotions intenses. De plus, dans ces trois livres ce sont des relations tragiques entre deux hommes qui sont mises en scène, cela me pousse à me questionner sur cet aspect : les lecteurs sur #BookTok ont-ils une tendance particulière à se diriger vers des livres avec des romances gays ou est-ce une coïncidence ? Les clés de compréhension que mes différentes observations m'ont données sont les suivantes : ce sont des femmes qui consomment le plus de contenu sur



#BookTok et qui ont le plus lu et cité ces romans. Des débats ont régulièrement lieu autour de cet engouement pour les romances gays, avec des fins tragiques, et surtout mises en avant par un public féminin. Cette dynamique est souvent critiquée comme étant de la fétichisation des hommes gays. *Une vie comme les autres* est en tout cas fortement populaire pour les lecteurs de ce genre et correspond à 16,3% des citations totales pour les romans contemporains.

- **Romans historiques :**

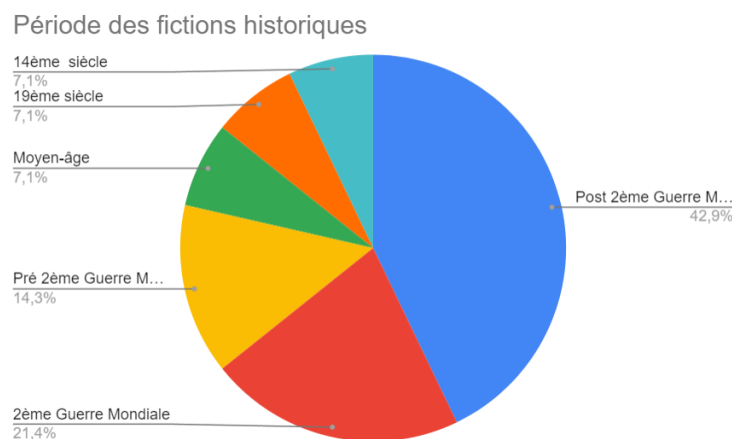
Le cinquième genre le plus cité par les répondants est la fiction historique. Il rassemble 8,7% des livres mentionnés soit 14 titres différents avec 40 votes. Les romans historiques sont intéressants pour mon étude pour deux aspects. Tout d’abord, la nette victoire du roman *Les sept maris d’Evelyn Hugo* de Taylor Jenkins Reid, qui a été lu par 22 lecteurs. De plus, deux autres romans de cette autrice sont dans cette liste : *Daisy Jones and the Six* et *Les Sirènes de Malibu*. Le total de mentions de ses livres est de 25, ce qui correspond à 62,5% des mentions totales. Il semble se produire le même type de dynamique pour cette autrice que pour Madeline Miller : un de ses romans est extrêmement populaire, ce qui pousse les lecteurs à essayer ses autres livres. Cela joue sur la popularité globale de l’autrice sur l’application : Taylor Jenkins Reid a été citée 7 fois par les répondants : signe d’une connaissance et lecture globale de ces œuvres.



**Figure 70 :** répartition des romans historiques cités par les lecteurs

En analysant les romans cités par les lecteurs, je me suis interrogée sur la période durant laquelle ils se passent. En effet, j’ai très vite remarqué que presque l’entièreté de ces

livres a lieu au cours du XXème siècle et notamment à partir de la Seconde Guerre Mondiale. Ainsi, 78,6% des romans lus par les répondants se passent dans ce siècle. Les lecteurs sont plus enclins à se tourner vers des romans qui parlent de sujets qu'ils connaissent et avec lesquels ils ont une proximité historique et culturelle. En effet, 3 romans ont été cités se passant pendant la Seconde Guerre Mondiale. Il s'agit d'un sujet grandement étudié à l'école et donc peut-être plus accessible pour un lecteur qui aurait peur de ne pas comprendre le contexte et les enjeux d'une fiction historique.



*Figure 71 : répartition des périodes des romans historiques*

Les romans historiques sont des livres qui intéressent assez faiblement les lecteurs. A part *Les sept maris d'Evelyn Hugo*, qui est un grand succès, aucun des autres romans n'a été cité plus de 4 fois. Ce genre semble donc être à la marge et ne pas être favorisé par les lecteurs.

#### - **Roman policier et d'espionnage, suspense** :

Le sixième genre cité par les répondants est celui du roman policier, d'espionnage et de suspense. Cité par 11,5% de l'ensemble des répondants, ici il ne correspond qu'à 4,9% des livres. 16 romans ont été cités par les lecteurs, pour un total de 30 mentions. Le roman *The Inheritance Games* domine largement le classement avec sept mentions.

Les livres cités sont des livres d'auteurs anglophones avec deux exceptions : *Les contes interdits* écrit par Christian Boivin et *Que ta volonté soit faite* de Maxime Chattam. Cela me fait penser que les auteurs de polar français sont relativement peu mis en avant par

les BookTokeurs ou que les lecteurs n’y sont pas nécessairement réceptifs. Nous verrons plus tard que l’attrait pour les titres français varie grandement selon les genres.

Les lecteurs ne se tournent pas vraiment vers des lectures de l’ordre du policier, espionnage ou suspense ou alors seulement sur quelques titres très populaires et mis en avant comme *The Inheritance Games* ou *Le Maître des illusions*.

#### - **Autres genres** :

Des romans d’autres genres ont bien évidemment été cités par les répondants, mais ils sont assez peu représentés. On trouve six autres genres : la poésie, les classiques, les essais, les témoignages, les mangas et la non-fiction. Je vais rapidement les passer en revue pour essayer d’explicitier les résultats et en tirer des clés de compréhension principales.

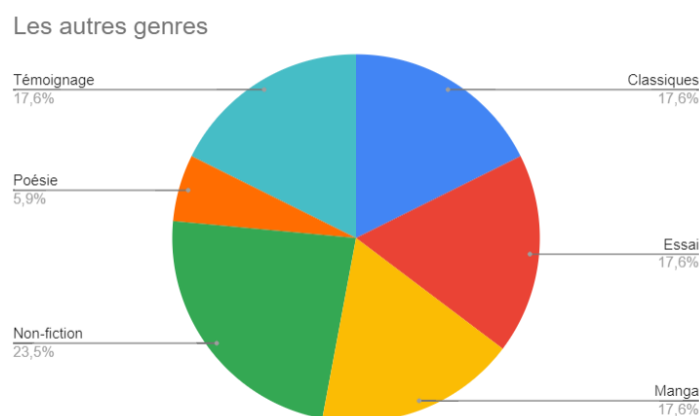


Figure 73 : répartition des autres genres

#### - **La poésie** :

Une seule œuvre de poésie a été citée par les répondants, il s’agit de *Lait et Miel* de Rupi Kaur. C’est un livre qui a gagné en popularité sur Instagram en 2017 et qui a lancé un genre de poésie très spécifique : “L’insta-poésie”. Cette popularité s’est étendue à TikTok, où le livre est l’un des rares mentionnés pour la poésie. Je tiens à préciser que l’une des deux lectrices ayant mentionné ce recueil a dit : “quand j’ai lu j’ai arrêté d’acheter via les recommandations tiktok<sup>105</sup>”. Il existe donc des désaccords et opinions fortes des lecteurs présents sur #BookTok.

<sup>105</sup> Il s’agit de la répondante n°354

- **Les classiques :**

J'ai été assez surprise de voir que plusieurs classiques de la littérature avaient été cités par les lecteurs : *Frankenstein* de Mary Shelley, *Le Portrait de Dorian Gray* de Oscar Wilde et *La Métamorphose* de Franz Kafka. Ce dernier a d'ailleurs été mentionné par deux lecteurs différents. La première chose que je remarque est qu'aucun des ces livres n'a été écrit par un auteur français, Shelley est anglaise, Wilde irlandais et Kafka austro-hongrois. Ces trois livres sont différents et montrent un lecteur intéressé par des classiques étrangers et célèbres, qu'il a probablement eu l'occasion de mentionner à l'école mais n'a probablement jamais lu. Ce que je remarque également est que ces trois livres ont été mentionnés avec d'autres romans lus par les répondants, romans avec des genres variés. On trouve par exemple *La Métamorphose* mentionnée en même temps que *Jamais Plus* ou alors *Frankenstein* en même temps que *La Voleuse de Livres*. C'est une preuve de la curiosité des lecteurs sur #BookTok et un signe d'une aptitude à tenter des livres nouveaux.

- **Les essais :**

Trois essais ont été mentionnés par les lecteurs : *Scum Manifesto* de Valerie Solanas, *Le corps lesbien* de Monique Wittig et *King Kong Théorie* de Virginie Despentes. Ce sont tous trois des essais féministes. Ces types de lecture sont à la marge de mon échantillon mais me font penser que les discours féministes ont une place sur #BookTok et pas uniquement à travers les romans.

- **Les témoignages :**

Trois témoignages ont été cités par les répondants, tous ayant été écrits par des femmes anglo-saxonnes. Une fois de plus, il s'agit ici d'une lecture occasionnelle et pas de titres et comportements qui représentent l'ensemble des lecteurs sur #BookTok. Néanmoins, cette lecture de témoignage montre une volonté de lire à propos de femmes partageant leurs expériences de vie.

- **Les mangas :**

Trois titres de mangas ont été cités par les lecteurs : *Tokyo Revengers* de Ken Wakui, *Criminelles Fiançailles* de Konishi Asuka et *Les Carnets de l'Apothicaire* de Natsu Hyuga. La lecture de manga n'est pas le centre de mon sujet mais cela représente une niche sur #BookTok où les discours sont très nombreux. Le #MangaTok semble avoir de l'importance auprès des lecteurs de mangas et les mangas ont été bien plus cités que les bande-dessinées ou les romans graphiques.

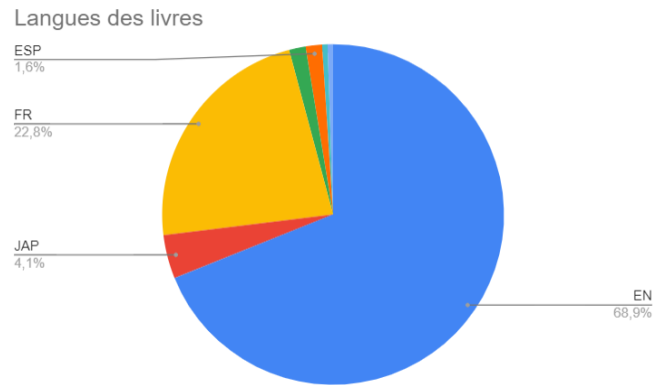
- **La non-fiction :**

Enfin, quatre titres qui ne sont pas de la fiction ont été mentionnés par les lecteurs : *Les quatre accords Tolteques* de Miguel Ruiz, *Un rien peut tout changer* de James Lear, *L'art de la manipulation* de Thomas Wilhelm et *Power, les 48 lois du pouvoir* de Robert Greene. Ces titres sont différents mais touchent globalement au même sujet : l'amélioration de soi et la compréhension du monde autour de nous. Il y a un intérêt pour ces titres, très célèbres, qui ne sont pas de la fiction et enseignent aux lecteurs la compréhension de qui ils sont.

Les livres mentionnés par les répondants au questionnaire appartiennent à des genres différents et peu variés : la romance et les récits de l'imaginaire concentrent près de 60% des livres lus. Néanmoins, l'étude des livres lus à travers leurs genres m'a donné des clés de compréhension des comportements et préférences des lecteurs : ils se tournent plutôt vers de la fantasy, les auteurs anglophones sont grandement favorisés et les lectures se tournent souvent vers des titres qui sont populaires depuis de nombreuses années et donc disponibles en format poche et présentés comme des valeurs-sûres, avec un risque de déception moins fort. Un des points dominants de mon analyse reste la forte domination des auteurs et récits anglophones.

c. *Une domination des livres et auteurs anglophones*

J'ai très vite remarqué la domination des auteurs anglophones : 68,9% des livres sont originellement en anglais. J'ai décidé de ne pas catégoriser les titres selon la nationalité des auteurs mais selon la langue d'origine du livre.



*Figure 73 : répartition des langues des titres de l'échantillon*

La langue qui arrive en deuxième position est le français, avec 22,8% des titres, suivie du japonais avec 4,1%. Les autres langues qui apparaissent dans les livres mentionnés sont l'allemand, le coréen, l'espagnol et le portugais, fortement en marge.

Je remarque une grande inégalité de la représentation française en fonction des genres. En effet, pour les genres de l'imaginaire, près de 80% des titres sont anglophones, contre seulement 36,4% pour les romans contemporains et 66% pour les romances. Les comportements et usages sont différents selon les genres de prédilection des lecteurs.

### **Une majorité de titres et auteurs anglo-saxons**

Les lecteurs sur #BookTok sont attirés en majeure partie par des auteurs et titres anglophones. En effet, si l'on regarde le graphique des langues des titres avec agrégation des mentions, la lecture de livres anglophones atteint presque 76%.



*Figure 74 : répartition des langues des livres avec agrégat des mentions*

Ces comportements s'expliquent par deux raisons : la lecture en anglais et l'influence du #BookTok anglo-saxon. En effet, beaucoup des livres mis en avant par les BookTokers français sont des romans qui sont populaires dans les communautés anglophones et donc en langue anglaise. J'ai remarqué cette tendance à lire en anglais et présenter des livres vus sur les communautés américaines ou anglaises grâce aux titres donnés par les lecteurs dans le questionnaire : souvent ils utilisaient les titres en anglais au lieu des titres en français (*A little life* pour *Une vie comme les autres* ou *It Ends with us* pour *Jamais Plus*).

De plus, une maison d'édition beaucoup mise en avant par les lecteurs est De Saxus. De mon observation et connaissance de cet éditeur, ils ne font que des traductions et ne proposent donc pas de titres écrits par des auteurs français. La forte popularité de la maison d'édition chez les lecteurs explique en partie cette forte présence des romans anglais.

Un autre aspect à prendre en compte est la lecture en anglais : peu mise en avant dans mon échantillon de vidéos sur #BookTok, cette pratique semble plutôt courante chez les répondants à mon questionnaire. En effet, de nombreux titres cités par les lecteurs n'ont pas été traduits en français et ne sont accessibles qu'en langue originale. Quelques exemples sont *Haunting Adeline* de H. D. Carlton ou *Delilah Green doesn't care* de Ashley Herring Blake. Les romances semblent aussi être les plus touchées par ces comportements, probablement parce que ces livres sont moins traduits en français, notamment ceux de Dark Romance.

### **Certains auteurs français fortement mis en avant**

Les romans et auteurs francophones ont quand même été mentionnés et représentent 22,8% des livres lus par les répondants. Les titres français sont intéressants à analyser notamment par les auteurs très présents dans les citations et la place des titres français dans certains genres.

Concernant les auteurs les plus cités, on retrouve David Foerkinos, Morgane Moncomble ou encore Emma Green. Morgane Moncomble est la plus populaire des auteurs français : deux de ces romans sont mentionnés avec un total de 7 citations et l'autrice seule a été citée 17 fois. L'autrice ayant écrit sept livres différents mais n'en ayant que deux cités dans le questionnaire, cela me fait penser qu'elle est connue par les lecteurs pour la globalité de son œuvre. David Foerkinos est intéressant à étudier car ses livres sont différents des

livres les plus populaires et mis en avant sur l'application. Trois de ses livres ont été cités par les répondants et le plus populaire est *Vers la beauté* avec 5 mentions.

En effet, les livres de Foenkinos appartiennent à des genres où il y a plus de représentativité des langues autres que l'anglais. Pour le genre contemporain, près de 41% des romans sont en langue française avec une variété d'auteurs : huit auteurs ont été cités. A l'inverse, pour les romans historiques, le français n'est présent qu'à 14% avec deux romans.

Ainsi, les romans français sont lus par les lecteurs présents sur #BookTok mais pas autant que les romans en anglais. Certains auteurs et livres rassemblent la majeure partie des citations : il y a une beaucoup plus faible diversité des lectures pour les œuvres françaises. J'aimerais également pointer qu'il y a un livre français dans le classement des dix livres les plus cités : *Captive* de Sarah Rivens. En effet, les romances par des auteurs francophones sont plutôt populaires sur #BookTok, notamment quand elles viennent de plateformes comme Wattpad.

Les usages des lecteurs autour des romans francophones dépendent grandement des genres des livres qu'ils lisent, la popularité des auteurs et livres semblent n'être qu'un critère secondaire.

### **D'autres cultures en marge**

Bien que les romans anglophones et francophones représentent la majeure partie des livres cités par les lecteurs, d'autres langues apparaissent dans les échantillons. Je vais me concentrer sur une de ces langues : le japonais.

Huit livres ont été mentionnés ayant pour langue d'origine le japonais : trois mangas et cinq romans. Ces derniers s'étendent sur plusieurs genres : contemporains, récits de l'imaginaire et romance. La culture japonaise étant très populaire en France, je ne suis pas du tout étonnée que cela se traduise dans les livres recommandés sur #BookTok et lus par les répondants. Je remarque également que les deux romans cités appartenant à la science-fiction sont des science-fiction douces : les éléments fantastiques sont plutôt faibles et ne sont pas le centre de l'histoire. Dans ces deux cas, l'auteur donne une grande importance aux histoires personnelles des personnages plutôt qu'aux mondes dans lesquels les personnages évoluent.



Ainsi, les usages des lecteurs autour des langues d'origine des livres qu'ils lisent varient fortement selon le genre qu'ils lisent. Les lecteurs de l'imaginaire semblent être moins sensibles aux questions de diversité culturelle que les lecteurs contemporains ou même les lecteurs de romance.

d. La question de la diversité dans les recommandations : le cas de la place de la femme et des thématique LGBT

Ces premières analyses m'amènent à un dernier point concernant l'étude des livres lus par les répondants au questionnaire : la question de la diversité dans les recommandations sur #BookTok. Il s'agit d'un sujet qui est très présent dans les discours livresques des communautés anglophones mais qui peine à prendre plus d'importance dans le #BookTok français bien qu'il y ait des créateurs qui se concentrent sur le sujet. Voyons ce que les livres cités par les répondants nous apprennent sur la diversité sur #BookTok.

### **Le genre des auteurs : la place des femmes et auteurs queer**

Le premier domaine que je souhaite aborder est celui du genre des auteurs lus sur #BookTok. J'ai regardé le genre des auteurs cités par les répondants pour voir si une tendance se dessinait<sup>106</sup>. Et effectivement, 75,6% des romans ont été écrits par des femmes. On note la présence d'auteur.trice.s non-binaires ou avec une fluidité de genre. Les lecteurs se tournent vers des livres écrits majoritairement par des femmes, probablement parce qu'étant en grande partie des femmes, il y a une proximité avec les personnages et récits des autrices.

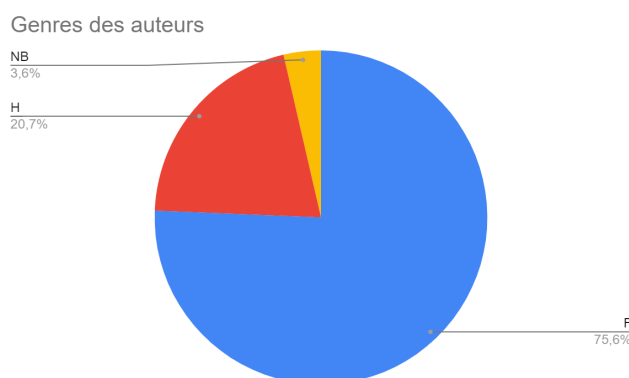


Figure 75 : Répartition des genres des auteurs cités

<sup>106</sup> Concernant le genre, j'ai fait attention à aller vérifier sur les pages wikipedia ou twitter des auteur.e.s mais il se peut que quelques erreurs se soient glissées dans le classement

De plus, je l'ai déjà mentionné, mais dans la liste des 10 livres les plus lus sur #BookTok, *Et ils meurent tous les deux à la fin* d'Adam Silvera est le seul à ne pas avoir été écrit par une femme. Ainsi, les autrices semblent concentrer la popularité et être plus mises en avant sur la plateforme. Que ce soit conscient ou non de la part des lecteurs, ils se dirigent davantage vers des romans écrits par des femmes.

Cette tendance des lecteurs à se diriger vers des romans écrits par des autrices est une indication permettant de comprendre pourquoi des récits de témoignages écrits par des femmes ou des essais féministes ont été cités : la proximité avec les autrices dépassent la fiction et une envie de lire des textes non fictifs semble être ressentie par les répondants.

### Les romans LGBTQ+

Le dernier aspect que j'aimerais étudier est celui de la présence de thématiques autour de la communauté LGBT dans les romans mentionnés. Nous l'avons déjà vu, certains livres fortement mentionnés ont des romances gays, mais quand est-il de la globalité de l'échantillon ?

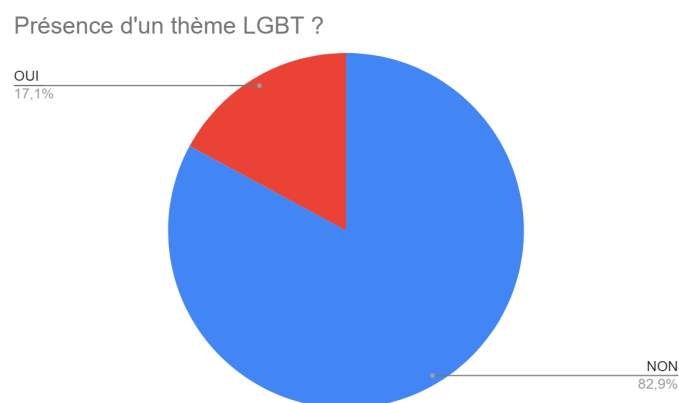


Figure 76 : répartition des thèmes LGBT dans les livres mentionnés

La réponse est évidente : 82,9% des livres mentionnés n'abordent pas de thématique liée aux problématiques, questionnements, sexualités et orientations sexuelles LGBT. Cependant, malgré cette faible présence de ces questionnement les livres qui abordent bien ces sujets sont fortement populaires et sont généralement mentionnés plusieurs fois. En effet, en cumulant le nombre de fois où les livres ont été mentionnés par les répondants,

l'importance des livres avec des sujets ayant trait à la communauté LGBT augmente et arrive à 28,7% et ces livres sont généralement très populaires.

Ainsi, dans le classement des 10 livres les plus mentionnés, quatre des romans ont des romances LGBT : *Le chant d'Achilles*, *Et ils meurent tous les deux à la fin*, *Les sept maris d'Evelyn Hugo* et *Le Prieuré de l'Oranger*. Cela montre un fort attrait des lecteurs vers ce type de lecture et une volonté existante de diversifier les romans lus.

D'ailleurs, dans les réponses du questionnaire, j'ai remarqué que les répondants avaient parfois donné des précisions quant à leurs attentes et goûts sur #BookTok. Nombre de ces précisions concernaient les types de livres recherchés et notamment la volonté d'avoir des histoires "*saphiques*<sup>107</sup>". C'est le cas par exemple d'une lectrice ayant répondu "J'ai enfin réussi à programmer mon algorithme pour atterrir sur le sapphic booktok. Ainsi, mes lectures vont du simple roman de gare sapphique à de la fantaisie<sup>108</sup>." ou encore une autre répondante qui dit "en général beaucoup de lecture lgbtq+ en anglais parce qu'on en parle + sur tiktok que dans les librairies ou autre (je suis lesbienne donc c'est cool)<sup>109</sup>". Ces deux témoignages des usages sur #BookTok montrent une connaissance de l'application et de son fonctionnement pour avoir des recommandations de romans qui entrent dans une certaine catégorie.

L'analyse des livres grâce à #BookTok m'a fortement éclairé sur les comportements des lecteurs influencés par l'application : ce sont majoritairement des lecteurs de romance ou de l'imaginaire, qui donnent une grande place aux auteurs anglophones avec quelques auteurs français qui arrivent à se mettre en avant, et les autrices sont grandement favorisées. Je note également une forte concentration des lectures très populaires autour de récits centrés sur des hommes gays et une volonté de certaines lectrices à se diriger vers des lectures représentant leur orientation sexuelle.

---

<sup>107</sup> Il s'agit d'une relation entre deux personnages féminins. Ce terme est souvent préféré à "lesbien" pour ne pas invisibiliser les personnes bisexuelles ou pansexuelles mais est sujet à débats. J'ai fait le choix de l'utiliser ici car c'est celui donné par les répondants au questionnaire.

<sup>108</sup> Répondante numéro 235

<sup>109</sup> Répondante numéro 426

### 3) *La romance : le genre le plus populaire sur #BookTok*

Je l'avais déjà remarqué lors de mon étude des vidéos sur #BookTok, mais la romance est de loin le genre le plus populaire sur TikTok et les créatrices qui en parlent ont des grandes communautés. A travers mon questionnaire et mon observation en librairie, j'ai pu confirmer ces comportements : la romance est grandement favorisée par les lecteurs présents sur #BookTok et cela se voit en librairie. Nous l'avons vu, la romance est le genre le plus lu des lecteurs en général et notamment des lecteurs utilisant fortement TikTok : 28,3% des livres lus sont de la romance. Si l'on regarde les livres qui ont été cités par les répondants au questionnaire, la romance représente 30,5% des romans cités. Étudions ce phénomène.

#### a. Les livres de romance mentionnés

Tout d'abord, l'analyse des livres de romance mentionnés par les répondants au questionnaire m'a donné plusieurs clés de compréhension de l'engouement autour du genre. Au total, 59 romans ont été mentionnés par 155 répondants, ce qui signifie que 53,8% des répondants ont lu au moins un livre de romance grâce à TikTok.

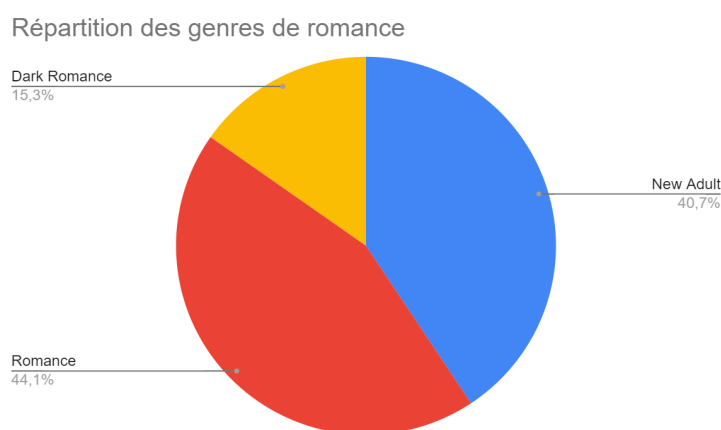
Les romans les plus populaires de la romance sont les suivants :

- *Jamais plus*, de Colleen Hoover avec 19 mentions,
- *Captive*, de Sarah Rivens avec 16 mentions,
- *Hadès et Perséphone*, de Scarlett St. Clair avec 15 mentions,
- *The Love Hypothesis*, de Ali Hazelwood avec 8 mentions,
- *La nuit où les étoiles se sont éteintes*, de Nine Gorman avec 7 mentions,
- *L'anti lune de miel*, de Christina Lauren avec 6 mentions,
- *Ashes falling from the sky*, de Ning Gorman avec 6 mentions.

On note la présence de deux autrices françaises dont Nine Gorman qui a deux de ses livres dans cette liste. Il est bon de noter que cette autrice était à l'origine une YouTubeuse assez célèbre, ce qui lui a donné une grande popularité quand elle s'est lancée dans l'écriture sur Wattpad. De plus, hormis *La nuit où les étoiles se sont éteintes*, tous ces romans sont des romances hétérosexuelles. Je remarque également que 34 des 59 livres mentionnés ne l'ont été qu'une seule fois, ce qui montre une grande variété des lectures avec quelques livres ayant

été lus par de nombreuses lectrices qui lisent aussi des livres moins populaires peut-être plus de niche.

Un aspect intéressant à étudier à travers les livres mentionnés par les lecteurs est celui du genre de romance lu par les répondants. En effet, après analyse des titres mentionnés, j'ai compris que trois grandes tendances se dessinaient : les livres de romance "classique" sans scène à caractère sexuel, les livres de romance "New Adult" avec des scènes à caractère sexuel et les romans de "Dark Romance" qui plus sombres, peuvent avoir des scènes de maltraitance physique ou morale et des comportement illégaux. En précisant les genres de chaque livre de romance, je suis donc arrivée à la conclusion que malgré ce que l'on peut entendre dire sur la romance, le sous-genre le plus cité est celui de la romance classique, suivi du New Adult et enfin la Dark Romance en minorité.



*Figure 77 : répartition des genres de romance*

J'aimerais désormais étudier les romans mentionnés par les lecteurs du questionnaire et les comparer avec les livres que j'ai relevé dans les vidéos des BookTokeurs et ceux présents sur la table #BookTok de la FNAC du Val d'Europe. Cette comparaison m'a permis de voir de nombreuses ressemblances dans les titres : 5 livres de romance apparaissent sur l'ensemble des espaces :

- *L'as de coeur*, de Morgane Moncomble,
- *Captive*, de Sarah Rivens,
- *Campus Drivers*, de C. S. Quill,
- *Jamais plus*, de Colleen Hoover,

- *Hadès et Perséphone*, de Scarlett St. Clair.

A ceux-là, on peut ajouter deux livres de l'imaginaire : *Le prince cruel* de Holly Black et *Assoiffées* de Tracy Wolfe. Je remarque d'ailleurs que ces sept romans sont des livres qui ont été très souvent mentionnés par les répondants au questionnaire : ils semblent avoir atteint une telle popularité qu'ils sont devenus très facilement recommandables et accessibles aux lecteurs.

De plus, 27 romans sont visibles sur deux des trois terrains d'observation et je remarque sur ces romans une très faible présence de romans de Dark Romance. En effet, ce sous-genre est pour l'instant peu mis en avant dans les rayons des libraires, à part quelques exceptions très populaires comme *Captive*, et ne se retrouvent pas sur les tables "Populaire sur #BookTok". Excepté cet aspect, je remarque une concordance entre les livres mis en avant en librairie, dans les vidéos sur #BookTok et ceux déclarés comme lus par les répondants à mon questionnaire. Cela me fait donc penser que TikTok influence bien les habitudes de lecture, au moins pour le genre de la romance.

Enfin, j'aimerais présenter un dernier aspect que j'ai rapidement évoqué précédemment. De nombreux livres non classés en tant que romance directement ont toutefois une forte intrigue romantique et sont souvent mis en avant et lus par des lecteurs de romance. Quelques exemples sont *The Inheritance Games* (suspense), *Un palais d'épines et de roses* (fantasy), *Le chant d'Achilles* (Contes et mythologie) ou *Les sept maris d'Evelyn Hugo* (historique). Cela traduit une recherche et une volonté de lire de la romance même dans d'autres cadres que les romances contemporaines classiques. Les lecteurs de romance semblent donc enclins à sortir de ce genre pour explorer d'autres romans romantiques.

#### b. Une tendance qui se confirme en librairie

La popularité des livres de romance se voit en librairie : les libraires de la FNAC m'ont dit que la romance correspondait à environ 50% des ventes de littérature et que le rayon romance avait grandi pour prendre en compte les nouveaux usages des clientes.

Durant mon observation, j'ai pu voir que le public le plus sensible à la table #BookTok était majoritairement féminin : alors que les hommes ont tendance à ignorer la

table et à passer à côté sans même la regarder, les femmes la regardent, touchent les livres et sont généralement curieuses vis-à-vis des recommandations. Ce sont des adolescentes qui se dirigent vers la table, allant de 11 ans et accompagnées de leurs parents jusqu'à des adultes. Beaucoup de jeunes filles sont en groupe et discutent des livres : se disant ce qu'elles ont aimé ou pas, partageant leurs expériences de lecture ou critiquant des auteurs présents sur la table. Ainsi, plusieurs clientes ont critiqué Colleen Hoover.

J'ai pu relever deux types de comportements principaux des clientes :

- de la curiosité, une prise de temps pour lire les résumés de plusieurs livres, un choix fait après comparaison de plusieurs options.
- une certitude de la part de la cliente, qui voit un livre qu'elle connaît déjà et le prend sans même lire le résumé ou hésiter.

Ces deux comportements me laissent penser que le premier groupe est moins présent sur #BookTok ou en tout cas suit les recommandations avec plus de doute et une réflexion plus poussée, tandis que le deuxième groupe semble connaître de nombreux livres présents sur la table et déjà avoir son opinion faite sur ceux qu'il veut lire.

L'observation m'a permis de voir vers quels livres les clientes se tournaient :

- *L'anti lune de miel* de Christina Lauren est un livre vers lequel les clientes se sont beaucoup dirigées. Disponible en poche, il a été choisi à de nombreuses reprises.
- *Good Girl Complex* de Elle Kennedy, il s'agit d'une sortie récente (avril 2023) et donc il a attiré un grand nombre de clientes.
- Les livres de Colleen Hoover : bien que très critiquée par une partie des clientes, l'autrice reste populaire et ses livres sont souvent sélectionnés par les clientes. Plusieurs de ses romans sont présentés sur la table et les clientes n'ont pas semblé avoir de préférences et des titres différents ont été choisis : *Jamais plus*, *All your perfects* ou encore *Verity*.

La visite de la librairie semble être un moment entre amies pour la plupart des clientes qui utilisent ce moment pour partager leurs goûts et avoir des discussions sur ce qui est populaire tout en parcourant les rayons.

Ainsi, les clientes lectrices de romance se laissent souvent conquérir par des romances en magasin : elles se dirigent vers la table et prennent le temps de regarder les options avant de faire leurs choix. La lecture de résumé est quelque chose que j'ai pu observer, ainsi que des clientes hésitantes et finissant par prendre plusieurs livres. Le second type de comportement qui ressort est celui de la lectrice décidée, qui elle n'hésite pas sur ses choix et si elle ne trouve pas le livre qu'elle veut va le demander au libraire. L'achat livresque est un moment de partage, de discussions et d'échange pour les clientes.

Les livres mis en avant sur #BookTok sont plutôt variés, avec près de 200 livres différents mentionnés par les lecteurs. Cependant, une étude plus précise de ces livres laissent voir que ce sont surtout des romans et que la romance a une forte place dans les recommandations. Cela explique pourquoi pour beaucoup TikTok est une application où les lecteurs ne parlent que de romance : les romans appartiennent souvent à ce genre et quand ce n'est pas le cas, la romance est souvent une partie très importante de l'intrigue.

Pour conclure cette enquête que j'ai réalisée auprès des lecteurs sur #BookTok, je pense pouvoir dire que oui, TikTok fait lire. Les dynamiques de prescription que j'ai analysé m'ont montrées que #BookTok est un lieu où les lecteurs cherchent des recommandations en fonction des genres qu'ils aiment mais aussi des résumés et présentations faites des livres. Les lecteurs cherchent à appartenir à une communauté et suivent des créateurs desquels ils sentent une proximité : par l'âge, les goûts ou les opinions. Je pense que cet aspect explique pourquoi les livres lus par les lecteurs sont souvent les mêmes : lire des livres populaires sur l'application permet de rentrer dans la communauté et de comprendre les discours et mythes entourant certains romans, notamment ceux présentés comme étant tragiques. Enfin, la romance est le genre le plus populaire sur l'application et concentre le plus de discours, livres mis en avant et achats en librairie. Bien qu'étant un genre très critiqué par les non-lecteurs, comme la Dark Romance, la romance sur #BookTok semble être le point central du #BookTok français.



## Conclusion

A travers ce mémoire j'ai cherché à répondre à une question simple : est-ce que TikTok fait lire ? Plus précisément, est-ce que TikTok fait lire les jeunes ? Il s'agit d'un questionnement commun et fréquent, notamment de la part des libraires, de la presse ou même des parents. Ils se demandent si vraiment TikTok influence leurs enfants et si oui, pour lire quels livres.

Cette question est en fait beaucoup plus complexe qu'elle n'y paraît et essayer d'y répondre m'a poussé à me renseigner sur de nombreux sujets ayant trait aux pratiques de lecture, la sociologie de la lecture et les sociabilités littéraires notamment. Ma première partie a donc été l'occasion de placer le lecteur au centre de mon analyse et de comprendre ses comportements par rapport à la lecture avant l'arrivée de TikTok. Cette remise en contexte historique et culturelle a introduit les notions de lecture sociale, prescription et communauté littéraire, qui sont des concepts centraux à mon étude. Cette partie a également été l'occasion de mettre en avant les nouvelles dynamiques entourant le monde du livre : livre numérique, partenariat et influence notamment. Ce portrait du lecteur tel qu'il est au XXIème siècle m'a donc préparé, ainsi que mon lecteur, à entrer dans le vif du sujet : l'influence de TikTok sur les lecteurs.

Pour comprendre l'influence de TikTok sur les lecteurs, il m'a d'abord fallu comprendre #BookTok : ses acteurs, ses contenus et ses spectateurs. Ainsi, j'ai passé du temps et observé de nombreuses vidéos postées par des créateurs francophones dans le but de comprendre les dynamiques, formats et comportement mis en place par la communauté livresque française sur #BookTok. Cette observation a été très instructive sur deux points majeurs : les contenus et les spectateurs. En effet, j'ai appris que les contenus sont très variés sur #BookTok et abordent de très nombreux sujets, comme les derniers achats ou des avis de livres, mais j'ai également compris que #BookTok était surtout un espace de divertissement où le lecteur vient pour faire partie d'une communauté. D'ailleurs le lecteur-spectateur a une place centrale sur #BookTok et sans lui la communauté n'aurait pas la même importance. En observant leurs commentaires, j'ai remarqué que les spectateurs sont curieux, en recherche de recommandation constante et surtout ont une volonté d'appartenir à une communauté de lecteurs dans laquelle ils peuvent partager leurs lectures et leurs expériences. Cette

observation m'a montré #BookTok comme un lieu de bienveillance où l'échange et le partage sont omniprésents.

Pour mieux comprendre les lecteurs, dont je commençais à comprendre les comportements grâce à mon observation, j'ai décidé de poser des questions aux lecteurs jusqu'à 25 ans par deux moyens : une observation en librairie et un questionnaire diffusé sur les réseaux sociaux. Ces deux terrains m'ont donné de nombreuses clés de compréhension des lecteurs et de leurs usages vis-à-vis de #BookTok, notamment autour de la prescription littéraire sur TikTok. Grâce à mes discussions avec les libraires de la FNAC du Val d'Europe et l'étude des réponses au questionnaire, j'ai compris que la romance était le genre le plus influent sur #BookTok et que l'application a eu un véritable impact sur les ventes de romance en librairie. Genre le plus lu par les répondants ayant lu des livres grâce à #BookTok, la romance plait et ce qu'importe les âges : en librairie, mon observation m'a permis de voir que les jeunes filles étaient intéressées par ces romans, mais c'était également le cas d'adolescentes, de jeunes femmes, de mère de famille ou de dames âgées. Avec un public largement féminin, #BookTok influence plus les femmes que les hommes, mais ces derniers sont quand même présents en magasin, en général pour trouver des cadeaux. Les réponses au questionnaire m'ont apporté d'autres clés de compréhension : les répondants sont réceptifs aux avis bien construits mais également à la personnalité du créateur et à ses goûts proches : le spectateur n'est donc pas uniquement passif dans sa consommation de contenu mais bien actif, faisant des choix dans les créateurs qu'il suit et ceux qu'il évite. Enfin, les lecteurs sur #BookTok ont plutôt confiance aux recommandations qui sont faites et n'hésitent pas à dire qu'ils aiment lire des livres populaires sur l'application.

Enfin, je peux répondre à la question "est-ce que TikTok fait lire ?". Oui, TikTok fait lire mais pas de tout. TikTok fait surtout lire des romans, de la romance, des livres écrits par des femmes, et des livres présentant la plupart du temps des personnages hétérosexuels. Le lecteur influencé par #BookTok est la plupart du temps une femme, adolescente ou jeune adulte qui est veule limiter les risques liés à l'achat et cherche donc de nombreux avis sur un même livre avant de le lire. #BookTok est un lieu où la beauté des livres est fortement mise en avant, avec de très fortes dynamiques de consumérisme, où comme me l'a dit la libraire de la FNAC, on se demande si les personnes vont vraiment lire tout ce qu'elles ont acheté. Enfin, les lecteurs sur #BookTok sont curieux, avides de rencontres et d'échange et souhaitent appartenir à une communauté : certains lecteurs savent comment utiliser et

manipuler l'algorithme puissant de l'application pour trouver la bonne communauté qui leur proposera des livres qui leur plairont, tandis que d'autres ne font plus confiance à #BookTok après une mauvaise lecture.

L'influence de TikTok sur la lecture chez les jeunes est donc bien réelle mais à relativiser. Tous les lecteurs n'ont pas TikTok, et les recommandations ne conviennent pas à tous, notamment à cause de l'algorithme de TikTok qui propose d'abord le contenu le plus populaire qui est un contenu plus *mainstream*. Néanmoins, les lecteurs qui sont régulièrement sur #BookTok et apprécient le contenu qu'ils y voient sont influencés par l'application et y trouvent des recommandations qui leur conviennent.

Je peux donc conclure en disant que oui, TikTok fait lire, mais pas tous les jeunes et pas tous les genres. Certains livres concentrent la plus grande partie de l'attention tandis que d'autres sont plus à la marge et deviennent des contenus de niche.

## Annexes

<b>Annexes</b>	<b>154</b>
Annexe n°I : liens utiles	155
Excel des résultats de l'enquête	155
Excel du listing des vidéos	155
Drive avec les vidéos	155
Documents avec les captures d'écran des commentaires	155
Annexe n°II : bibliographie	156
Sociologie	156
Sociologie de la lecture	156
Prescription	157
Prescription littéraire	157
Les lecteurs	158
Annexe n°III : questionnaire et résultats	159
Annexe n°IV : photographies de la table #BookTok	166

## **Annexe n°1 : liens utiles**

[Excel des résultats de l'enquête](#)

[Excel du listing des vidéos](#)

[Drive avec les vidéos](#)

[Documents avec les captures d'écran des commentaires](#)

## **Annexe n°II : bibliographie**

### *Sociologie*

AGULHON Maurice, *Le cercle dans la France Bourgeoise 1816-1848 : étude d'une mutation de sociabilité*, Paris, Armand Colin, 1977.

BOURDIEU Pierre, PASSERON Jean-Claude, *Les Héritiers : les étudiants et la culture*. Paris, Minuit, 1964

DARMON Murielle, *La socialisation : domaines et approches*, Paris, Armand Colin, 2016.

FLICHY Patrice, *Le Sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires à l'ère du numérique*, Paris, Seuil, 2010

KARPIK Lucien, *L'Économie des singularités*, Paris, Gallimard, 2007.

LILTI Antoine, 2005, *Le monde des salons. Sociabilités et mondanité à Paris au XVIIIe siècle*, Paris, Fayard

NOEL Sophie, "Le petit commerce de l'indépendance", *Sociétés contemporaines*, n°111, 2018.

OCTOBRE Sylvie et al., *L'enfance des loisirs : trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence*, Paris, La Documentation Française, 2010.

PETERSON Richard, "Le passage des goûts carnivores : notions, faits et perspectives", *Sociologie et société*, vol 36, Paris, 2004.

VIALA Alain, "Qu'est-ce-qu'un classique ?", *Littératures classiques*, Paris, Klincksieck, 1993

### *Sociologie de la lecture*

BURGOS Martine, EVANS Christophe, BUCH Esteban, *Sociabilité du livre et communauté de lecteurs : trois études sur la sociabilité du livre*, Paris, Bibliothèque Municipale d'informations/Centre Pompidou, 1996

CHAPELAIN Brigitte, "Les communautés littéraires comme organisations apprenantes", in PROULX Serge, POISSANT Louise, SENEAL Michel (dir), *Les communautés virtuelles : penser et agir en réseau*, Quebec, Presses de l'Université de Laval, 2006, p.255-268.

CHARTIER Anne-Marie, HEBRARD Jean, *Discours sur la lecture (1880-2000)*, Paris, Fayard, 2000

CLERC Adeline, FLEURY Béatrice (dir), *Le monde du livre en salon : le livre sur la place à Nancy (1979-2009)*, Thèse de doctorat, Nancy, 2011.

GENSOLLEN Michel, "Les communautés en ligne : échange de fichiers, partage d'expériences et participation visuelle", *Esprit*, 2006, p.179-194.

HORRELOU-LAFARGE Chantal, SEGRE Monique, *Sociologie de la lecture*, Paris, La Découverte, 2007

JAHJAH Marc, “Qu’est-ce que la lecture sociale ?”, in *La revue des médias*, INA, Paris, 2014

STEIN Bob, “A Taxonomy of social reading: a proposal”, [futureofthebook.org](http://futureofthebook.org), 2010

### *Prescription*

DELPECH Estelle, CANDILLIER Laurent, CHAI Etienne, “Production de l’offre de services : Nomao, systèmes de recommandation et de recherche d’informations” in KEMBELEC Gerald, CHARTRON Ghislaine, SALEH Imad (dir), *Les moteurs et systèmes de recommandation*, Londres, Istes Editions, p 219-233.

FOULONNEAU Muriel, GROUES Valentin, NAUDET Yannick, CHEVALIER Max, “Recommandation et diversité : exploitation de la longue traîne et diversités des listes de recommandation”, in KEMBELEC Gerald, SALEH Imad (dir), *Les moteurs et systèmes de recommandation*, Londres, Istes Editions, p 219-233.

HATCHUEL Armand, “Rapport de prescription et conception collective du travail” in MARTIN Christian, BARADAT Dominique (dir), *Des pratiques en réflexion : 10 ans de débats sur l’intervention ergonomique*, Toulousen Octares Editions, 2003, p.375-382.

STENGER Thomas, “La prescription de l’action collective”, *Hermes*, 2011, p. 127-133

### *Prescription littéraire*

CHEVALIER Judith A., MAYZLIN Dina, “The effect of word of mouth on Sales : online book reviews”, *Journal of Marketing Research*, 2006, p 345-354

FEUGÈRE Lorraine, “La fabrique de la sociabilité littéraire sur les médias sociaux, Le cas des blogs, YouTube, Facebook, Twitter et Instagram”, *Interfaces numériques*, en ligne, 2018.

GUITTET Emmanuelle, « Entre aide au choix et extension du plaisir littéraire : des usages rares et différenciés de la recommandation en ligne », *Terminal*, 2020.

LEGENDRE Bertrand, « Chapitre 2. Tous critiques ? Tous promoteurs ? », in *Ce que le numérique fait aux livres*. LEGENDRE Bertrand (dir), Presses universitaires de Grenoble, 2019, p. 65-86.

PAINBENI Sandra, *La prescription dans le processus de décision d’achat de produits culturels : le cas des romans et nouvelles de littérature générale contemporaine*, thèse de doctorat en sciences de gestions, Lille, 2010, p.6.

POURBAIX Astrid, GUINTCHEVA Guergana, « Le rôle des blogs littéraires amateurs dans le processus de décision des jeunes adultes en France », *Management & Avenir*, 2019/8 (N° 114), p. 93-108.

ROGUES Christelle, « Tasses de café et fleurs séchées. Plongée dans l'univers Bookstagram », *Communication & langages*, en ligne, vol. 207, no. 1, 2021, pp. 65-91.

SEVERO Marta, THUILLAS Olivier, « Plates-formes collaboratives : la nouvelle ère de la participation culturelle ? », *Nectart*, 2020, p. 120-131.

WIART Louis, *La prescription littéraire en réseaux : enquête dans l'univers numérique*, Presses de l'ENSSIB, 2017

### *Les lecteurs*

GUITTET Emmanuelle, PEQUIGNOT Bruno (dir), *Lecteurs et lectrices de romans face à la prescription littéraire : Une enquête sociologique sur les choix de lecture à l'ère numérique*, Paris, 2018

GUITTET Emmanuelle, "Moi, il me faut du papier", *Biens Symboliques*, en ligne, 2020.

IPSOS, *Les jeunes Français et la lecture*, CNL, 2022.

HOMMEL Elodie, *Lectures de science-fiction et fantasy : enquête sociologique sur les réceptions et appropriations des littératures de l'imaginaire*, Thèse de doctorat en sociologie, Lyon, ENS, 2017

LEGENDRE Bertrand, ABENSOUR Corinne, "Les publics du livre d'art en bibliothèque", *CNI*, 2008

MAUGER Gerard, POLIAK Claude, PUDAL Bernard, *Histoires de lecteurs*, Broissieux, Editions du Croquant, 2010

RENARD Fanny, *Les lycéens et la lecture. Entre habitudes et sollicitations*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2011

VINCENT Gérard Armelle, PONCET Julie, *Synthèse – Les Français et la lecture*. Paris, Ipsos pour le CNL, 2019.

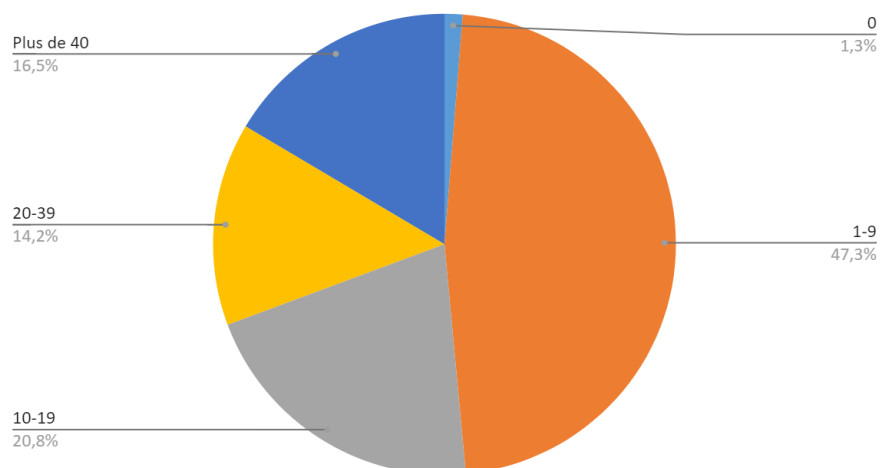
WATTY Bérénice, "Les e-communautés de lecteurs : une nouvelle vie du livre?", in COLLE-BAK Nathalie, LATHAM Monica, TEN EYCK David (dir), *Les vies du livre : passées, présentes et à venir*, Nancy, Presses universitaires de Nancy, 2010, p. 231-250.



## Annexe n°III : questionnaire et résultats

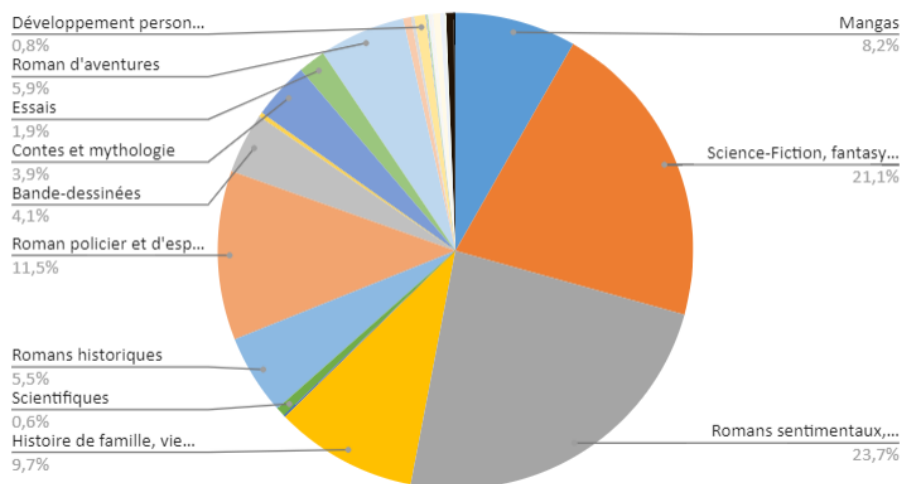
Questionnaire diffusé en ligne à destination des jeunes ayant lu au moins un livre au cours des 12 derniers mois. (717 réponses)

Combien de livres avez-vous lu au cours des 12 derniers mois ?

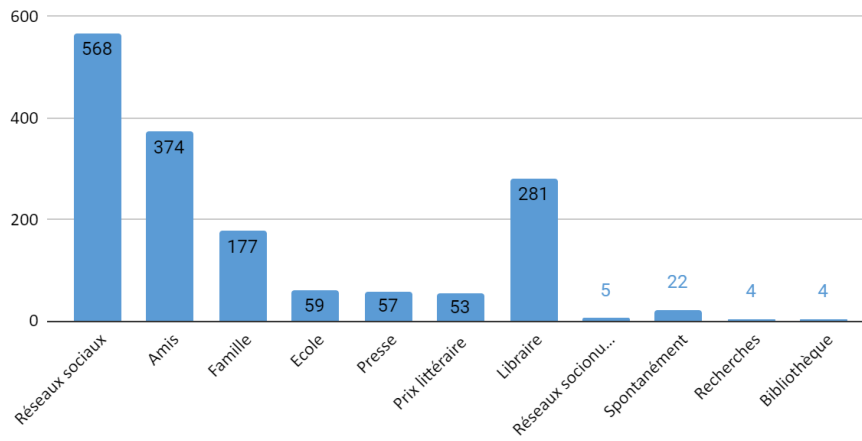


Quels genres de livres lisez-vous ? (3 réponses maximum)

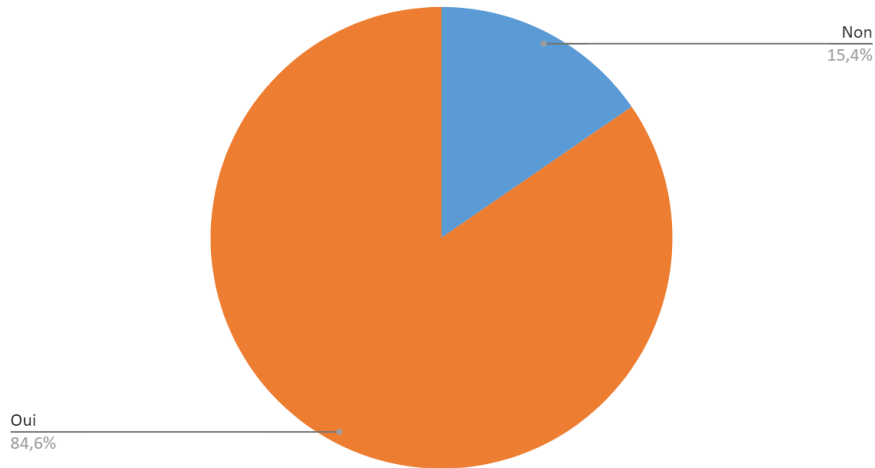
Genres lus par les répondants



De manière générale, d'où prenez-vous vos recommandations de livres ?

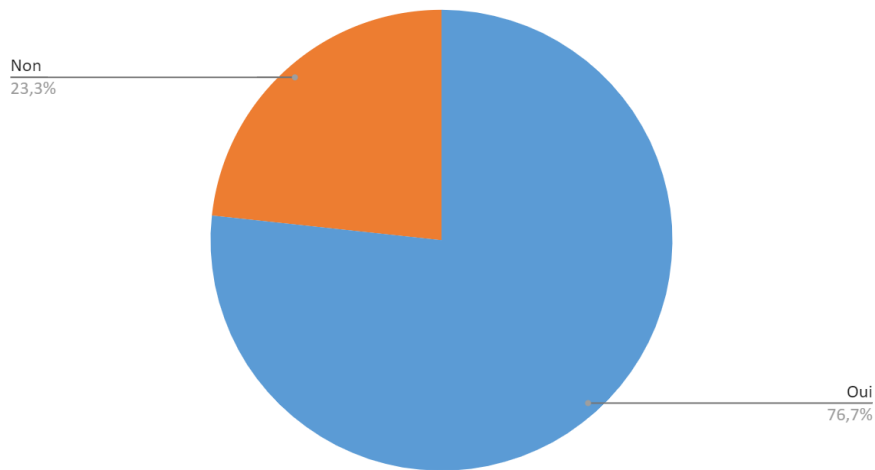


Vous considérez-vous comme un lecteur ?

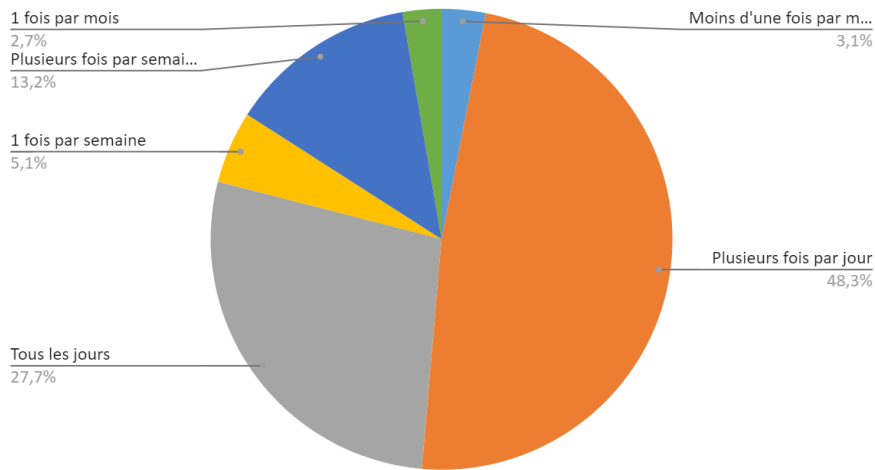


Pourquoi ?

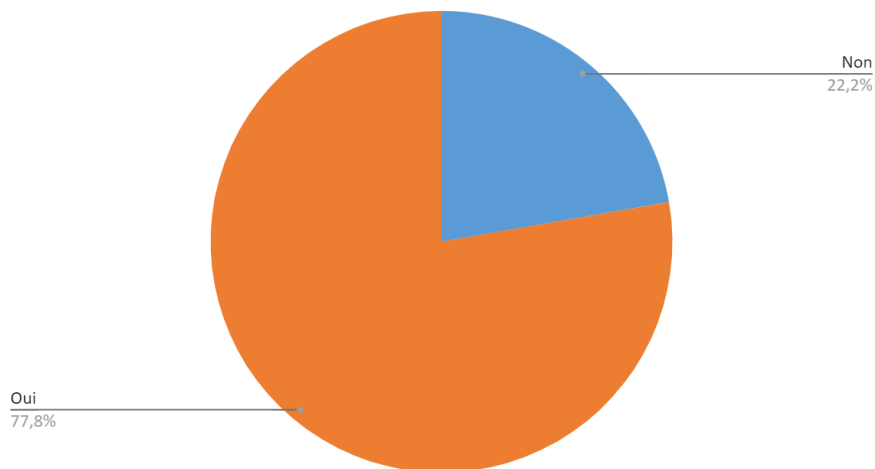
### Etes-vous présent sur TikTok



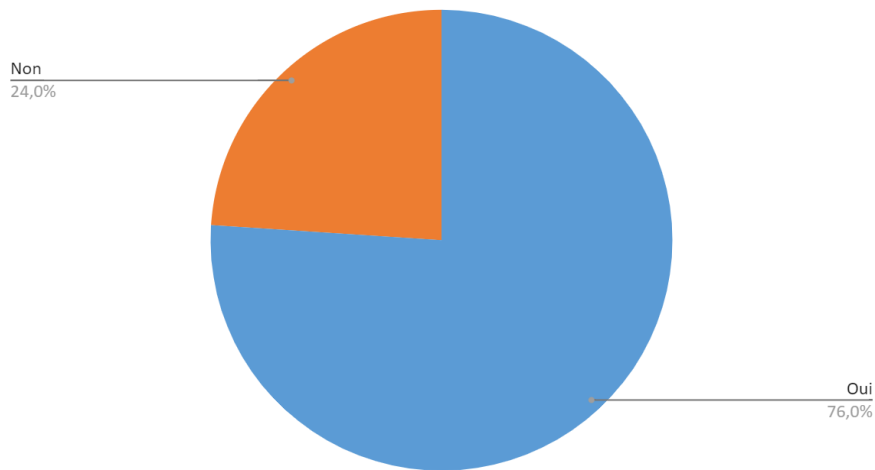
### Si oui, à quelle fréquence utilisez-vous Tik Tok ?



### Regardez-vous des vidéos portant sur des livres sur TikTok ?

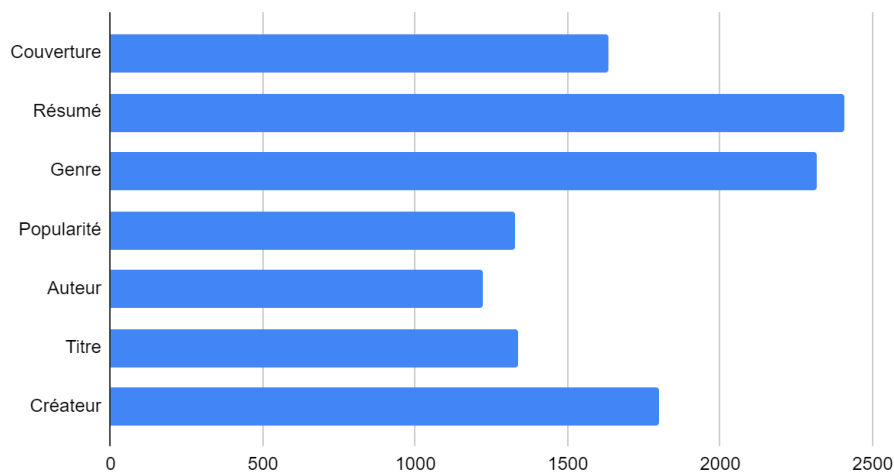


Avez-vous déjà lu un livre parce que vous l'aviez vu sur TikTok ?

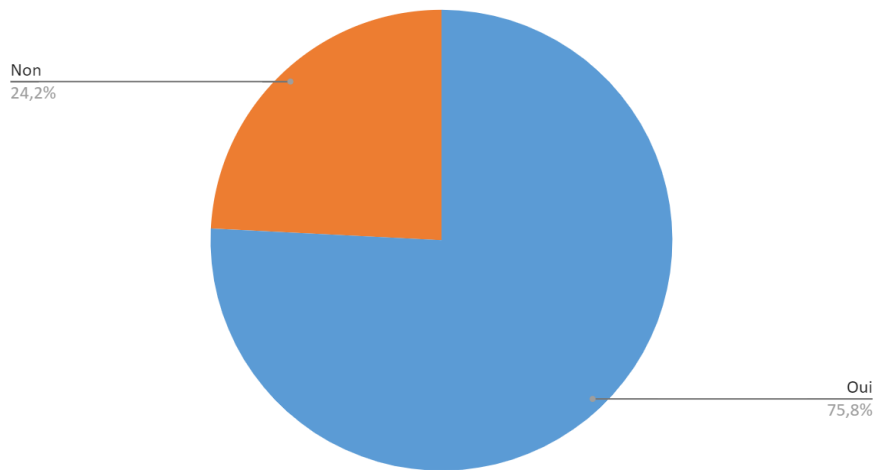


Pouvez-vous citer quelques livres (ou auteurs) que vous avez lu parce que vous les aviez vu sur Tik Tok ?

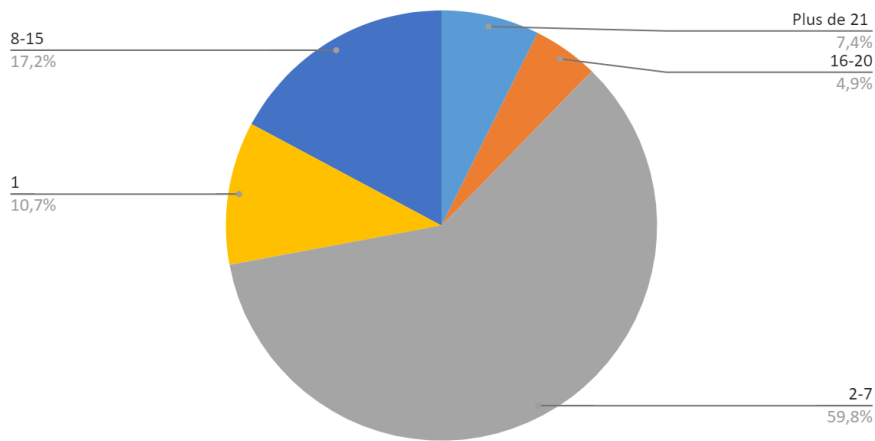
Sur TikTok, qu'est-ce qui peut vous inciter à choisir un livre ?



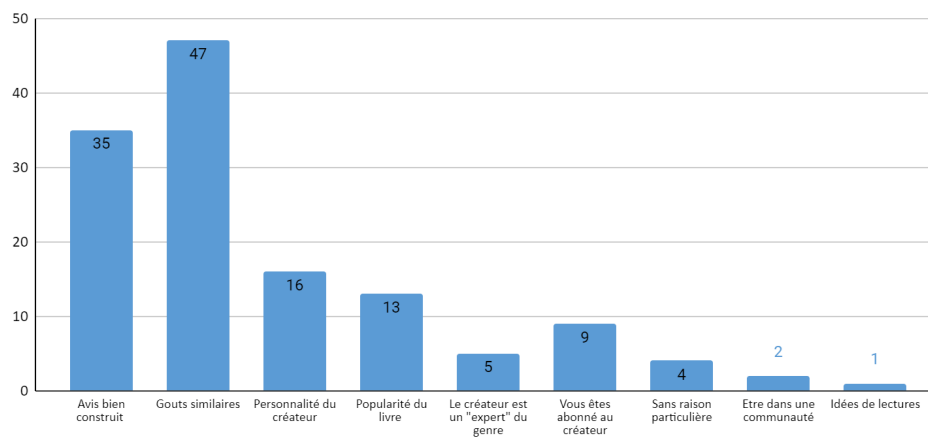
Avez-vous déjà acheté un livre parce que vous l'aviez vu sur TikTok ?



Si oui, combien de livres avez vous acheté parce que vous les aviez vu sur TikTok ?

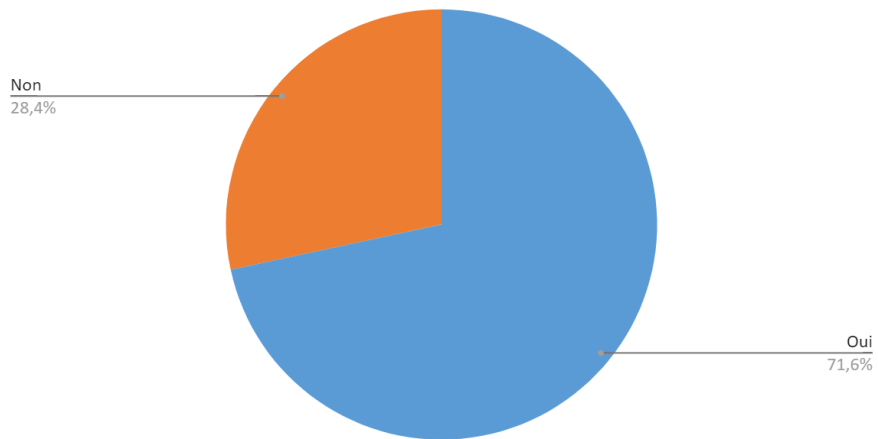


Pour quelle(s) raison(s) écoutez-vous les recommandations sur TikTok ?



Pour quelle(s) raison(s) écoutez-vous les recommandations que vous voyez sur TikTok ?

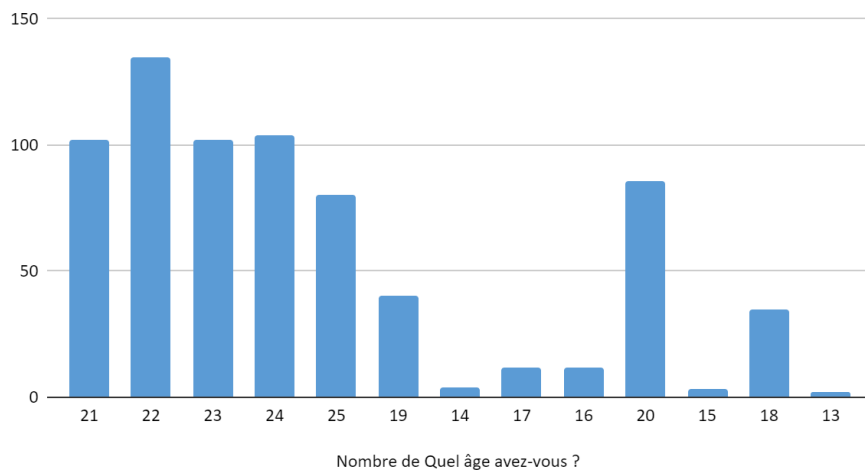
De manière générale, faites-vous confiance aux recommandations faites sur TikTok ?



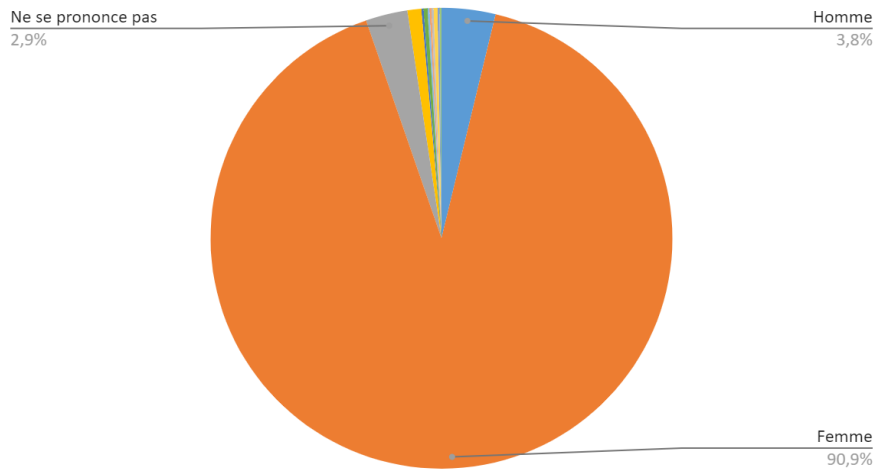
Pourquoi ?

Avez-vous quelque chose à ajouter ?

Quel âge avez-vous ?



### Quel est votre genre ?



### Quel est votre niveau d'études ?

