

Licence 3 Information-Communication

Domaine Sciences Humaines et Sociales

UE505

Décoder, coder, et explorer le numérique

Rendu intermédiaire : dossier

**Femmes et virilité sur TikTok : quand les tendances
renforcent les normes masculinistes**

M. STEPHAN GAEL

Dossier réalisé par :

BERKAT ANISSA, FAIDI IHSSANE

Année universitaire : 2025-2026

(Semestre : S5)

TikTok occupe aujourd'hui une place bien particulière, notamment au sein de la jeunesse. Son fonctionnement, fondé sur les tendances, les sons viraux et les formats courts, favorise la diffusion rapide d'idées et de représentations. Dans ce cadre, les questions liées au genre et à la masculinité sont devenues des sujets très visibles, et parfois controversés.

Ce dossier s'inscrit dans le cadre d'une étude sur les usages politiques d'internet, en s'intéressant plus précisément à la manière dont la masculinité est représentée, débattue et mise en scène sur Tik Tok.

Le point sur lequel nous allons nous appuyer est surtout la façon dont l'image d'une masculinité centrée sur la force et la domination est aujourd'hui relayée et valorisée par les femmes elles-mêmes. Devenant ainsi parfois des actrices de discours conservateurs, elles participent à un mouvement encourageant l'injonction à la virilité chez les hommes, que ce soit par la valorisation des travaux manuels, des activités sportives telles que la boxe, ou encore de traits de caractère comme la possessivité. Le cliché d'un homme fort, insensible et viril, refait surface, mais d'une manière complètement différente, à l'image de la génération Z.

C'est aujourd'hui à travers des sons tendances, des images ou encore des *memes* (images ou vidéos humoristiques diffusées massivement sur internet) que les femmes accentuent un mouvement masculiniste. Ces tendances vont souvent à l'encontre de la lutte féministe, encore en plein essor, qui milite pour l'égalité des sexes. Car les premières victimes de cette vision sont les hommes eux-mêmes, contraints de se soumettre à des clichés de virilité pour être acceptés et validés socialement en tant qu'« hommes ». Mais il y a inévitablement des victimes collatérales : les femmes. En valorisant un modèle masculin fort, dominateur et peu émotif, ces représentations renvoient les femmes à des rôles traditionnels : celles de femmes sensibles, dépendantes et fragiles, réinstaurant ainsi une vision classique et inégalitaire des rapports entre les sexes.

Nous allons donc, à travers ce corpus, non seulement mettre en lumière l'essor de la masculinité sur TikTok, mais aussi montrer comment elle prend de l'ampleur de manière subtile, à travers des "*trends*" et des sons viraux. Ceux-ci créent une véritable mode chez certaines femmes, qui adhèrent à une image de la masculinité en contradiction avec les combats féministes et égalitaires qu'elles peuvent mener en parallèle.

Nous illustrerons nos propos à l'aide d'articles, d'études, d'ouvrages et d'auteurs ayant mis en lumière ce point de vue. Enfin, nous expliquerons, à travers ce corpus, de quelle manière nous allons analyser ce phénomène afin de répondre à notre problématique suivante :

Comment les femmes participent à la circulation et à la transformation des représentations de la masculinité sur Tik Tok ?

Objet d'étude

Le réseau social TikTok s'est imposé depuis quelques années comme un espace central de la culture numérique. Sa logique algorithmique, fondée sur la personnalisation du fil "*Pour*

toi”, favorise la circulation d’une grande diversité de discours, mais aussi la polarisation des contenus. Les thématiques liées au genre y sont particulièrement présentes, et les représentations de la masculinité y prennent des formes variées : vidéos humoristiques, conseils de développement personnel, discours virilistes, témoignages d’hommes “déconstruits”, etc.

Ce qui nous intéresse ici, c’est la manière dont TikTok devient un espace de politisation du masculin, c’est-à-dire un lieu où se rejouent des rapports de pouvoir et des visions opposées de ce que signifie “être un homme” aujourd’hui.

D’un côté, internet a fait émerger une image émancipatrice de l’homme, libéré des stéréotypes et libre d’être lui-même. De l’autre, on voit se renforcer l’image d’un homme viril, fort et dominant, reflet du masculinisme, que [Le Monde](#) qualifie de “pensée aux origines millénaires”.

Nous avons trouvé pertinent d’analyser la participation des femmes à l’essor de cette pensée archaïque. Car, souvent sans en avoir conscience, elles valident des représentations qui renforcent une image écrasante de la femme. Un exemple particulièrement révélateur est celui de la pornographie.

En effet, l’essor d’internet a contribué à diffuser une image d’homme dominant, notamment à travers la montée de la pornographie. [Une étude IFOP \(2023\)](#) sur le rapport des Français à la pornographie montre la persistance des rôles de genre traditionnels : virilité conquérante et féminité soumise. Ainsi, 12 % des répondants estiment que lorsqu’une femme dit “non”, cela peut signifier “oui”, et 34 % pensent que les femmes aiment être dominées, même si elles ne le disent pas (41 % chez les hommes). Ces chiffres traduisent l’hypersexualisation et la reproduction de schémas conservateurs hérités du patriarcat.

Des femmes elles-mêmes participent à la normalisation de comportements contraires aux valeurs féministes défendues sur les réseaux sociaux à travers des mouvements comme #MeToo ou #BalanceTonPorc.

Dans [Désirer comme un homme. Enquête sur les fantasmes et les masculinités](#) (Florian Vörös, 2020), l’auteur explore les imaginaires sexuels masculins à travers le visionnage de pornographie sur internet. Il montre que les fantasmes de virilité, de puissance et de contrôle sont souvent validés par les femmes, que ce soit dans leurs interactions ou dans leurs représentations du désir masculin. Ces relations réciproques renforcent les normes de domination, donnant aux hommes l’impression qu’ils doivent correspondre à un modèle dominant pour être désirables. La domination masculine apparaît alors non seulement imposée par les hommes, mais aussi entretenue par la société et parfois par les femmes elles-mêmes.

L’arrivée d’internet a donc banalisé l’image de l’homme dominant, notamment dans la sexualité, mais aussi dans la vie quotidienne. Sur TikTok, les trends et les vidéos virales participent à cette diffusion. La jeunesse réinvestit par exemple l’image du soldat, à travers des “edits” (montages vidéos valorisant une esthétique héroïque) glorifiant les hommes forts qui se battent pour leur nation, rappelant les modèles des guerres mondiales. Ces contenus, souvent relayés par des femmes, accumulent des millions de vues et participent à la valorisation d’un idéal masculin guerrier.

Les chiffres confirment cet engouement : selon [une étude de l'Institut de recherche stratégique de l'École militaire \(IRSEM\)](#), 57 % des jeunes Français de 18 à 25 ans se disent prêts à s'engager en cas de guerre. Par ailleurs, selon [un sondage cité par Le Figaro](#), six Français sur dix souhaitent le retour du service militaire obligatoire. Ce regain d'intérêt n'est pas anodin : le numérique y joue un rôle majeur.

L'homme militaire incarne un modèle viril validé par les femmes, mais il n'est pas le seul. Les vidéos d'hommes suivant des routines matinales extrêmes connaissent aussi un succès viral. [L'article de Sarah Manavis \(2025\)](#) analyse ainsi la vidéo de l'influenceur américain Ashton Hall, qui montre sa routine rigide avec des femmes présentes uniquement pour le servir, réduites à de simples "mains" au service de sa perfection. Manavis souligne que, même si ce contenu semble inoffensif, il diffuse des idées conservatrices sur la masculinité et relègue les femmes au second plan. Selon elle, ces vidéos banalisent des rapports patriarcaux, en présentant comme naturelles des hiérarchies de genre. En les validant sur les réseaux sociaux, les femmes contribuent, souvent inconsciemment, à renforcer les idéaux masculinistes, se plaçant ainsi en contradiction avec leurs propres luttes émancipatrices.

Cette idée est aussi développée dans [Virilités : au-delà du populaire](#) par Frédéric Raser et Nicolas Renahy. Les auteurs montrent que la virilité, notamment dans le sport masculin, impose aux hommes de performer et d'exceller. Pour permettre cette réussite, les femmes (souvent leurs compagnes) prennent en charge le travail domestique et familial, sacrifiant leurs ambitions. Elles deviennent ainsi des victimes collatérales de la construction sociale du masculinisme. Cette organisation, qui profite symboliquement et matériellement aux hommes, perpétue les rapports de domination de genre. Valider cette image de l'homme fort et viril revient donc à s'opposer aux luttes féministes visant l'égalité et l'autonomie des femmes.

Internet est ainsi devenu, depuis plusieurs années, un vecteur de diffusion d'idées conservatrices : parfois visibles, comme dans la pornographie, parfois plus subtiles, à travers des trends, des vidéos de routines ou de performances sportives. Ces contenus, souvent approuvés par les femmes, renforcent discrètement mais efficacement le mouvement masculiniste.

Une étude récente menée par [Samuel Tanner et François Gillardin de l'Université de Montréal](#) montre d'ailleurs que TikTok joue un rôle central dans la diffusion de la « masculinité sigma », un courant numérique valorisant l'indépendance, la froideur émotionnelle et le rejet des femmes. Sous couvert d'humour ou de motivation personnelle, ces vidéos propagent en réalité des discours antiféministes et normalisent des rapports de domination entre les genres. Les chercheurs soulignent que ces contenus, souvent relayés par les algorithmes de la plateforme, touchent particulièrement les adolescents, contribuant à banaliser la misogynie et à polariser les relations entre hommes et femmes. Comprendre ces mécanismes est essentiel pour saisir comment les masculinités toxiques se reconstruisent et se diffusent à travers les espaces numériques contemporains. Le #sigma regroupe aujourd'hui plus de 5,3 millions de publications sur TikTok, souvent incarnées par la figure de Patrick Bateman, héros du film *American Psycho*, devenu une icône du "sigma male" pour son image d'homme solitaire, riche, froid et obsédé par la réussite. De façon humoristique, de nombreuses femmes participent aussi à ce phénomène en likant ou

partageant ces vidéos en apparence inoffensives, mais qui contribuent en réalité à remettre sur le devant de la scène des normes ouvertement masculinistes.

Cependant, TikTok n'est pas uniquement un espace de reproduction de ces normes : c'est aussi un lieu de résistance. De nombreux créateurs et créatrices y défendent une masculinité positive, fondée sur l'écoute, la santé mentale et la remise en question des stéréotypes. Ces deux pôles : viriliste et inclusif, coexistent et s'affrontent, faisant de TikTok un terrain d'analyse privilégié pour comprendre les tensions actuelles autour de la masculinité.

[L'article « Masculinisme : une longue histoire de résistance aux avancées féministes »](#) de Laura Verquere (avril 2025) explique que la montée actuelle du masculinisme n'est pas nouvelle, mais s'inscrit dans une longue réaction aux progrès du féminisme. Soutenu par des figures comme Zuckerberg ou Musk, ce courant prône une "re-masculinisation" de la société. Né à la fin du XIXe siècle, il s'est structuré dans les années 1980 face aux luttes féministes. Aujourd'hui, il se diffuse largement sur internet et les réseaux sociaux, sous des formes parfois subtiles (culte du corps, virilité, développement personnel), banalisant ainsi des valeurs patriarcales et conservatrices.

Dans notre étude, nous nous concentrerons sur la forme subtile du masculinisme diffusée et validée par les femmes sur TikTok, afin de comprendre comment les représentations du masculin évoluent jusqu'à placer les femmes elles-mêmes dans une position où elles valorisent, consciemment ou non, un modèle archaïque et inégalitaire.

Méthodologie :

Dans l'article « Négocier sa position en et hors ligne en terrain féministe », Irène Despontin Lefèvre analyse comment les militantes du collectif #NousToutes utilisent les espaces numériques pour construire et diffuser leurs discours, montrant que les réseaux sociaux sont des lieux de négociation identitaire et politique où se rejouent les rapports de pouvoir liés au genre. Cette étude éclaire notre sujet sur la masculinité sur TikTok en soulignant le rôle central des plateformes dans la circulation et la politisation des représentations de genre. Les hashtags, tels que #NousToutes, apparaissent comme de puissants outils de mobilisation collective : ils ne se contentent pas d'étiqueter des contenus, mais organisent les tendances, influencent les algorithmes et permettent l'émergence de communautés et d'idéologies, qu'elles soient féministes, virilistes ou conservatrices.

Nous allons, nous aussi, nous pencher sur un hashtag pour effectuer notre analyse sur TikTok : le **#mytype**

Regroupant plus de 1,3 million de publications, le #mytype rassemble une communauté majoritairement féminine qui, à l'aide de sons tendances, met en scène, à travers des vidéos ou des images, leur idéal masculin. Que ce soit au niveau du physique, du comportement ou de l'attitude, ces vidéos constituent, pour une grande partie, un nid à clichés stéréotypés de l'homme fort, bricoleur et très sportif. On y voit, par exemple, des hommes réparant des voitures, les mains salies par la mécanique, des boxeurs à l'entraînement ou encore des hommes portant des uniformes. Certains Tik Toks se limitent à du texte, énumérant les

qualités de l'homme parfait : fort, possessif et jaloux. La caricature du loup ou du guépard noir revient fréquemment, symbolisant le mâle fort qui protège la brebis.

Ces vidéos atteignent parfois des millions de vues et de likes. Ce hashtag constitue donc pour nous un moyen pertinent d'identifier des contenus à tendance masculiniste et de les analyser. L'enjeu est de comprendre comment des identités masculines se construisent sur TikTok, et comment les femmes participent à cette construction.

Notre corpus sera composé d'environ une dizaine de Tik Toks. Nous privilégierons les vidéos publiées récemment et ayant le plus grand nombre de visionnages. Les vidéos sélectionnées auront au minimum 100 000 vues, afin de se concentrer sur des contenus ayant atteint un public plus large que leur communauté habituelle. Nous chercherons également à varier les profils, en incluant aussi des créateurs d'origines différentes, des influenceurs et de simples utilisateurs.

La collecte des vidéos se fera manuellement, puisque TikTok ne donne pas d'accès libre à ses données. Pour chaque vidéo, nous noterons le nom du compte, la date de publication, le nombre de vues, de likes et de commentaires, ainsi qu'un court résumé du contenu et les hashtags utilisés.

Nous réaliserons ensuite une analyse de contenu qualitative, en nous inspirant de la méthode de Bardin (2013). Le but sera d'identifier les valeurs associées à la masculinité présentes dans les vidéos. L'analyse tiendra aussi compte du fonctionnement de l'algorithme de TikTok : certains types de masculinité peuvent être plus visibles que d'autres, non pas parce qu'ils sont naturellement plus populaires, mais parce qu'ils correspondent mieux aux codes de la plateforme.

Nous analyserons également, pour chaque TikTok, une dizaine de commentaires (et une dizaine de leurs réponses) grâce à la grille d'observation de la participation de Jouet et Le Caroff (2013). Nous étudierons le ton, le type de langage, mais aussi le lien entre les internautes.

Nous sommes pleinement conscients des limites de cette démarche. Le corpus que nous analysons reste relativement restreint, ce qui empêche de tirer des conclusions généralisables à l'ensemble des contenus sur TikTok. L'algorithme de la plateforme personnalise fortement les vidéos présentées selon les interactions des utilisateurs, ce qui peut biaiser la sélection des contenus étudiés. Certains discours virilistes se révèlent particulièrement difficiles à interpréter et exigent une posture réflexive et une distance critique constante. Enfin, le #mytype, bien qu'utile pour repérer des vidéos à tendance masculiniste, ne regroupe pas exclusivement ce type de contenu, ce qui impose de nuancer nos observations et d'adopter une analyse attentive à la diversité des publications.

Une autre limite de cette analyse réside dans l'existence des bulles de filtres créées par les algorithmes. Comme l'explique Maria Mercanti-Guérin dans [*Le crack numérique*](#), ces algorithmes « *enferment l'internaute dans un univers thématique qui l'intéresse, mais ne l'enrichit pas* ». Sur TikTok, cela signifie que les contenus visibles dépendent des préférences et interactions de chaque utilisateur : l'algorithme met en avant les vidéos les plus engageantes et en cache d'autres. Ce biais réduit la diversité des représentations observables de la masculinité sur la plateforme.

Malgré ces limites, cette méthode nous paraît pertinente pour comprendre comment la masculinité est représentée, valorisée et débattue par les femmes sur les plateformes numériques, ici Tik Tok.

Compte-rendu critique : Anne Bellon (2014)

« S'engager pour Internet. La mobilisation en ligne de la communauté informatique »

Bien que Bellon ne travaille pas sur les plateformes contemporaines comme TikTok, son analyse des formes d'engagement numérique, des cultures en ligne et des inégalités d'accès à la participation éclaire notre propre étude. Les logiques de hiérarchisation sociale, de production de normes et de politisation du numérique observées dans La Quadrature du Net peuvent en effet faire écho aux mécanismes par lesquels certaines communautés renforcent ou contestent des représentations sociales sur TikTok, notamment autour de la masculinité.

Dans son article, Anne Bellon étudie l'engagement du collectif La Quadrature du Net (QDN), un groupe défendant les libertés numériques, notamment pendant les débats autour des lois HADOPI et ACTA. Elle cherche à comprendre comment des personnes issues de la culture hacker, généralement éloignées du militantisme politique traditionnel se sont organisées pour peser dans le débat public. Pour cela, elle adopte une démarche ethnographique : observation de réunions, analyse de discussions en ligne, archives et entretiens. Cette approche lui permet de vraiment entrer dans le fonctionnement du collectif.

Bellon explique que cet engagement repose sur l'éthos hacker : défense d'un Internet libre, du logiciel libre, de la transparence, de l'autonomie et du partage. Dans cette vision, Internet doit être un espace démocratique où chacun peut agir et participer. Cette idée fait écho à l'analyse de Sébastien Broca (dans le livre : *Pris dans la toile*), qui montre comment, au départ, le web était porté par des valeurs d'émancipation, de collaboration et d'ouverture. Là où Bellon observe un collectif encore animé par cet idéal, Broca explique que ces valeurs ont progressivement été récupérées par les grandes plateformes, qui ont transformé l'utopie d'un web libre en un modèle commercial et centralisé. La Quadrature du Net apparaît alors comme une tentative de défendre les valeurs originelles du numérique, face aux tentatives de contrôle de l'État.

Cependant, Bellon met en lumière une limite importante : même si la QDN se veut ouverte et horizontale (selon le principe de la do-ocracy, où « celui qui fait décide »), rejoindre le collectif demande en réalité un haut niveau de littératie numérique. Autrement dit, il faut des compétences techniques, savoir coder, comprendre les enjeux juridiques ou utiliser des outils collaboratifs. Cela crée une forme de capital militant numérique réservé à celles et ceux qui maîtrisent déjà ces compétences. Cette observation rejoint directement les travaux de Fabien Granjon, qui rappelle que les inégalités numériques ne se résument pas simplement à l'accès aux outils, mais qu'elles sont liées à des inégalités sociales et culturelles, comme le niveau d'étude ou l'origine sociale. Le numérique peut donc renforcer certaines inégalités plutôt que les réduire.

Bellon montre aussi que, malgré son organisation horizontale au départ, le collectif finit par se professionnaliser : des porte-parole émergent, les rôles se spécialisent, et la QDN adopte des stratégies plus classiques de lobbying. Cela illustre une idée clé : le numérique ne remplace pas complètement les anciennes formes d'engagement, il les réorganise. On retrouve à la fois des pratiques collaboratives en ligne (pads, forums, IRC) et des stratégies plus institutionnelles (entretiens avec des élus, communication médiatique). Ce mélange montre l'ambivalence du numérique: il permet de nouvelles formes d'action, mais il s'adapte aussi aux règles politiques déjà en place.

Enfin, Bellon rappelle que le numérique n'est pas neutre : il est un véritable espace de pouvoir, où se jouent surveillance, régulation et contrôle. Cela rejoint Granjon et ses analyses sur la surveillance numérique et sur le fait que les plateformes structurent les usages et les rapports sociaux.

En conclusion, cet article offre une analyse très riche du militantisme numérique. Il montre bien que l'engagement en ligne mêle idéaux d'émancipation, compétences techniques, organisation collective et adaptation aux institutions. Mis en perspective avec Broca et Granjon, on comprend que le numérique peut être à la fois un outil d'émancipation et un lieu de reproduction des inégalités et des rapports de domination. La Quadrature du Net apparaît ainsi comme un exemple éclairant des tensions entre utopie numérique, contraintes sociales et réalités politiques.

Bibliographie

[Legros, C. \(2024, avril 12\). L'inquiétant regain du masculinisme, cette pensée réactionnaire aux origines millénaires. *Le Monde*.](#)

[FOP. \(2023\). *Le rapport des Français à la pornographie*.](#)

[Vörös, F. \(2025\). *Désirer comme un homme : Enquête sur les fantasmes et les masculinités*. La Découverte.](#)

[Muxel, A. \(2024, avril\). *Les jeunes et la guerre, Représentations et dispositions à l'engagement \(Étude 116\)*. Institut de recherche stratégique de l'École militaire \(IRSEM\).](#)

[Le Figaro. \(2025, mars 13\). Six Français sur dix souhaitent le retour du service militaire obligatoire. *Le Figaro*.](#)

[Manavis, S. \(2025, avril 5\). *A benign, perfectly sculpted picture of vitality... or the palatable face of toxic masculinity?* The Guardian.](#)

[Rasera, F. et Renahy, N. \(2013\). Virilités : au-delà du populaire. Travail, genre et sociétés, 29\(1\), 169-173.](#)

[LaSalle, M. \(2025, 25 février\). *Masculinité « sigma » : un phénomène numérique sur TikTok qui menace les relations de genre*. UdeM Nouvelles.](#)

[Verquère, L. \(2025, 7 avril\). *Masculinisme : une longue histoire de résistance aux avancées féministes*. Sorbonne Université.](#)

Despontin Lefèvre, I. (2023). Négocier sa position en et hors ligne en terrain féministe : Retour sur une approche (n)ethnographique auprès du collectif #NousToutes (2018-2021)

[Mercanti-Guérin, M. \(2023\). Chapitre 3. Le crack numérique. Web Crash : Le jour où le Web a fait faillite \(p. 140-177\). EMS Éditions.](#)

Broca, S. (2025). *Pris dans la toile : De l'utopie d'Internet au capitalisme numérique*. Éditions du Seuil.

Bellon, Anne. « S'engager pour Internet. La mobilisation en ligne de la communauté informatique », Politiques de communication 2, n°3 (2014): 151-175.

[Granjon, F. \(2022\). *Classes populaires et usages de l'informatique connectée : Des inégalités sociales-numériques*. Les Presses des Mines.](#)