

Grande Démission : comment TikTok précipite la mue du marché du travail

La Grande Démission a pris sa source sur TikTok. Le réseau social chinois concentre, depuis, de nombreuses discussions relatives au sujet de l'emploi. Ses jeunes utilisateurs y échangent des conseils pour négocier un salaire ou trouver du sens dans ses missions. Un outil qui reprend leurs codes et répondrait ainsi davantage à leurs attentes en matière d'expérience que les plateformes dédiées, telles que LinkedIn.

Temps de lecture : minute

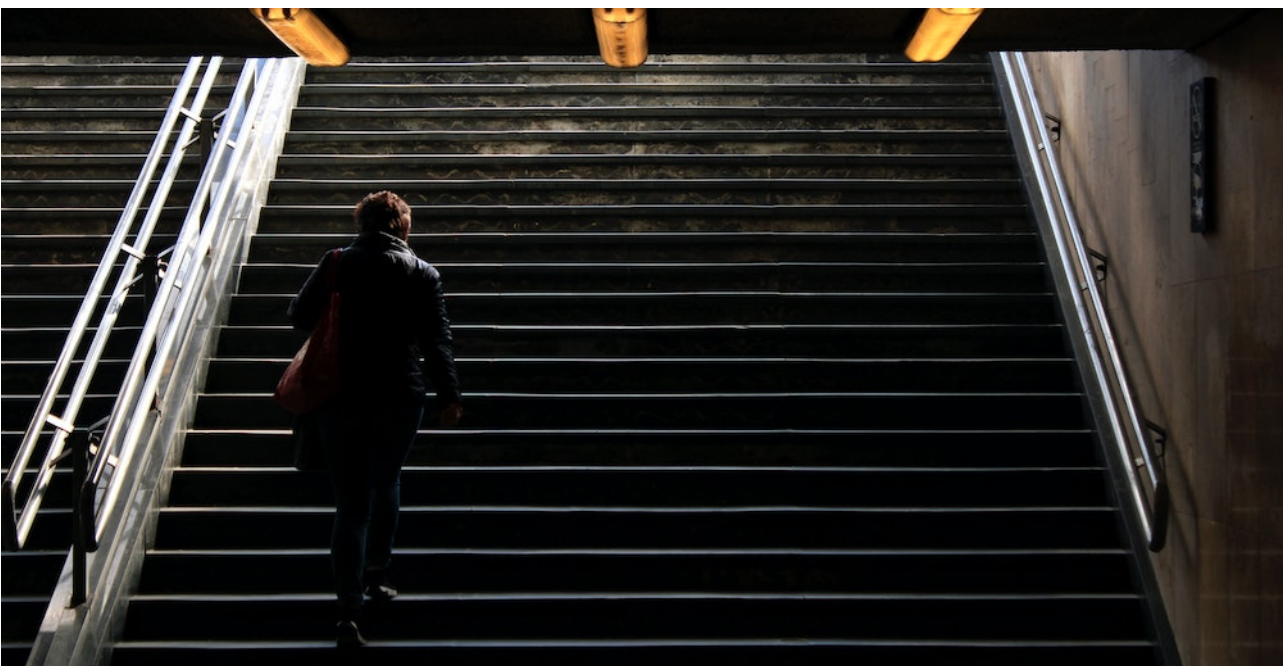
31 janvier 2022

TikTok accélère les transformations du monde du travail, en Occident. Démissions en cascade, conseils pour mieux négocier son salaire, quête de sens dans son activité professionnelle... Les contenus se multiplient sur le réseau social chinois, dans la continuité du phénomène de la Grande Démission (*big quit*). Une tendance illustre particulièrement ce phénomène : la mode de la démission filmée et retransmise en direct sur l'application. Depuis 2020, nombre de TikTokers ont utilisé la fonction *live* pour se filmer en claquant la porte de leur entreprise.

Un mouvement initié par l'Américaine Shana Blackwell en octobre 2020. La jeune femme de 19 ans annonce alors en vidéo son départ au micro du magasin Walmart où elle travaille : "*J'emmerde les managers, j'emmerde cette entreprise ! Je démissionne, putain !*" Un éclat justifié par deux années intenable, empoisonnées par du harcèlement moral, explique la jeune femme. Sans le vouloir, l'ancienne employée lance l'une des plus grosses tendances de la plateforme. Les vidéos affichant le hashtag

#QuitMyJob cumulent plus de 200 millions de vues, à date.

Ces vidéos trouvent un écho considérable aux États-Unis, traversés par une vague de démissions sans précédent et, dans une moindre mesure, en France. Avec à la clé, davantage de démissions, liées à "*un fort effet d'imitation*", explique Stéphanie Lukasik, enseignante-chercheuse en sciences de l'information et de la communication à l'université de Lorraine, dans l'Est de la France, même s'il est difficile d'en mesurer précisément l'impact.



À lire aussi

Le mystère de la « Grande démission » : comment expliquer les difficultés actuelles de recrutement en France ?

"Quand on voit des gens démissionner sur les réseaux sociaux, cela provoque une prise de conscience. On se demande : est-ce que mon travail est palpitant ?" , indique-t-elle. D'autres grands mouvements similaires sont nés ou ont grandi grâce aux réseaux sociaux, comme MeToo, Black Lives Matter ou les anti-pass sanitaire, relève Stéphanie Lukasik, soulignant que les plateformes jouent le rôle d'un "*miroir grossissant*".

Vers un nouveau LinkedIn

Au-delà de ces vidéos choc, le sujet du travail est devenu très présent sur TikTok, et même l'un des plus populaires avec plus de 50 milliards de vues cumulées. *"Chaque mois, plus d'un milliard d'utilisateurs à travers le monde se rassemblent sur la plateforme pour créer, partager et découvrir des vidéos au format court autour de thèmes qui leur tiennent à cœur, dont des thématiques de société"* , relève Éric Garandea, directeur relations institutionnelles et des affaires publiques France de TikTok. Sans surprise, *"de plus en plus d'utilisateurs et créateurs échangent et partagent des contenus liés à l'emploi et plus largement au monde du travail"*.

Forte de son expérience dans le milieu des ressources humaines, Karine Trioullier (alias Career Kueen), surfe sur cette vague, partageant à ses 500 000 abonnés des vidéos sur le thème du travail. *"J'ai vu beaucoup de gens avoir des prises de conscience sur leur situation professionnelle grâce à Tiktok, j'ai trouvé ça incroyable. Ça fait beaucoup de bien de les voir réfléchir au sens de leur travail"* , témoigne-t-elle.



À lire aussi

Impact, salaire, flexibilité... Les arguments des startups pour attirer les talents

Et sur TikTok aussi l'argent passionne, avec son corollaire : comment décrocher une augmentation ? *"Il y a un fort engouement sur la question des négociations salariales et des salaires"* , explique la tiktokeuse Maryam Kante (alias Mamajob). Mais pas question pour autant de pousser son audience à faire n'importe quoi. *"On cherche plutôt à apprendre aux gens à connaître leur valeur"* , souligne Mamajob.

TikTok n'a pourtant pas été conçu comme une plateforme pour parler de travail. À l'origine, l'application était plutôt connue pour ses courts extraits de reprise de chansons ou de sketches humoristiques. *"C'est tout l'intérêt de ce genre de réseaux sociaux numériques, ils offrent des possibilités, les usagers sont libres de s'en emparer et de les détourner de leur premier usage"* , analyse Stéphanie Lukasik.

Au contraire, un réseau comme LinkedIn, pensé pour les travailleurs, ne semble pas trouver grâce auprès de tous les jeunes actifs. La façon de communiquer sur LinkedIn, avec plus d'écrits et plus de sérieux, *"ne correspond plus à cette génération, l'outil n'a pas une bonne image"* , estime Karine Trioullier. TikTok l'assure pourtant : sa plateforme *"n'a pas vocation"* à devenir spécialiste de l'emploi.



À lire aussi

9 nouveaux métiers qui pourraient bientôt devenir réalité

Article écrit par Maddyness, avec AFP