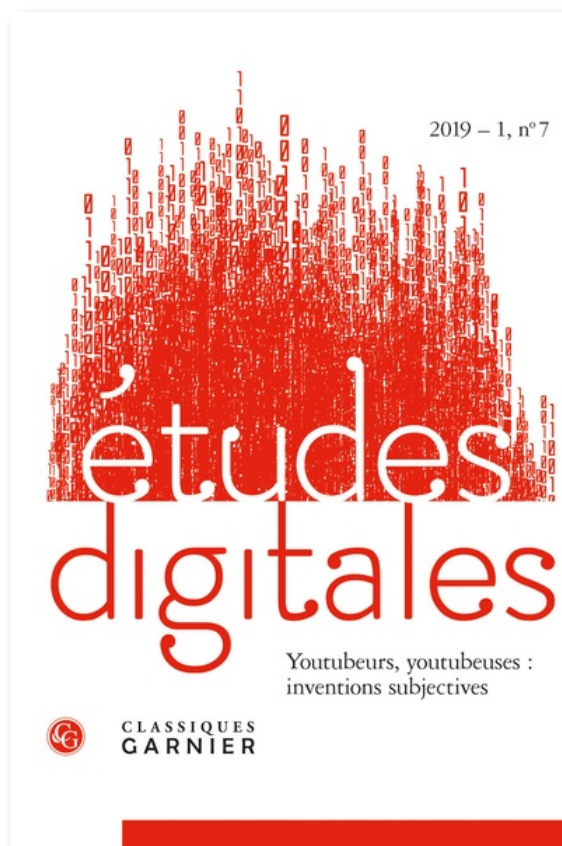




La prescription des marques et des pratiques marchandes sur les chaînes de youtubeuses françaises

Type de publication : Article de revue

Revue : [Études digitales](#)

2019 - 1, n° 7. Youtubeurs, youtubeuses : inventions subjectives

Auteur : Petters (Lorraine)

Résumé : En étudiant les contenus audiovisuels publiés sur des chaînes Youtube dites de Lifestyle, cet article envisage la manière dont les youtubeuses mettent en scène leurs habitudes de consommation et alimentent des pratiques de prescription et de recommandation marchandes. Au-delà d'identifier les caractéristiques énonciatives et sémiotiques de ces pratiques, il s'agit de questionner leur intégration dans le flux des prescriptions et des évaluations ordinaires qui figurent sur le web social.

Pages : 99 à 114

Revue : [Études digitales](#)

Thème CLIL : 3157 -- SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES, LETTRES -- Lettres et Sciences du langage
-- Sciences de l'information et de la communication

EAN : 9782406104193

ISBN : 978-2-406-10419-3

ISSN : 2497-1650

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-10419-3.p.0099

Éditeur : Classiques Garnier

Mise en ligne : 01/04/2020

Périodicité : Semestrielle

Langue : Français

Mots-clés : Youtube, contenus, prescriptions, recommandations, énonciation

[Afficher en ligne](#)