



CLASSIQUES
GARNIER

« Résumés », *Études digitales*, n° 7, 2019 – 1, *Youtoubeurs, youtubeuses : inventions subjectives*, p. 279-289

DOI : [10.15122/isbn.978-2-406-10419-3.p.0279](https://doi.org/10.15122/isbn.978-2-406-10419-3.p.0279)

La diffusion ou la divulgation de ce document et de son contenu via Internet ou tout autre moyen de communication ne sont pas autorisées hormis dans un cadre privé.

© 2020. Classiques Garnier, Paris.
Reproduction et traduction, même partielles, interdites.
Tous droits réservés pour tous les pays.

RÉSUMÉS/ABSTRACTS

Franck CORMERAIS, Jacques Athanase GILBERT, Daphné VIGNON, Armen KHATCHATOUROV, « Introduction »

Franck Cormerais, professeur à l'université Bordeaux Montaigne, laboratoire MICA EA 4426 est responsable de l'axe prioritaire Humanités Digitales. Il est docteur en philosophie (université Paris 1 Panthéon-Sorbonne), en science de l'information et de la communication (université Paris 13 Nord). Ses recherches portent sur l'anthropologie des techniques et sur les pratiques herméneutiques des TIC.

Jacques Athanase Gilbert est professeur de littérature à l'université de Nantes. Il s'intéresse aux questions de la représentation, de l'Antiquité à la modernité digitale. Il explore les relations entre théorie et récit.

Enseignante à l'Université de Nantes, Daphné Vignon poursuit son travail de recherche au sein du laboratoire l'AMo (EA 4276). Elle co-anime le séminaire « autour du récit » et prépare la publication de sa thèse, *Les récits du pouvoir*, qui explore les matrices narratives de l'État et de la Nation à partir de la France de l'âge classique et de l'Allemagne du premier romantisme.

Armen Khatchatourov est maître de conférences au laboratoire DICEN-IdF (Dispositifs d'information et de communication à l'ère numérique) / Univ. Paris-Est Marne-la-Vallée. Ingénieur de formation initiale et docteur en philosophie de la technique, il a publié plusieurs travaux sur la transformation numérique, notamment *Les Identités numériques en tension. Entre autonomie et contrôle* (ISTE/Wiley).

Ce numéro d'*Études digitales*, consacré au phénomène Youtube, s'intéresse à la question des contenus spécifiques apparus avec l'émergence de nouveaux médias sur le Web.

Mots-clés : Internet, Youtube, contenus, culture digitale, nouveaux médias.

Franck CORMERAIS, Jacques Athanase GILBERT, Daphné VIGNON, Armen KHATCHATOUROV, "Introduction"

This issue of Études digitales, dedicated to the phenomenon of YouTube, looks at the specific types of content that have appeared with the emergence of new media on the internet.

Keywords: Internet, YouTube, content, digital culture, new media.

Gustavo GOMEZ-MEJIA, Jérémie NICEY, Angèle STALDER, « Youtubeurs, invention d'une énonciation subjective ? »

Gustavo Gomez-Mejia est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'université de Tours et membre de l'équipe Prim. Ses recherches portent principalement sur les expressions culturelles et les dispositifs numériques. Il est l'auteur de *Les fabriques de soi ? Identité et industrie sur le Web* (MkF éditions, 2016).

Jérémie Nicey est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Tours et membre de l'équipe Prim. Ses travaux portent sur les pratiques et usages de l'information médiatique. Il dirige le projet ANR Vijie (« Vérification de l'information dans le journalisme, sur internet et dans l'espace public »).

Angèle Stalder conduit une thèse en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Rouen Normandie portant sur les pratiques informationnelles avec et autour du document technique au sein d'une communauté professionnelle du secteur du bâtiment. Elle est membre associée de l'équipe Prim de l'Université de Tours.

La figure du youtubeur révèle une série de tensions expressives et industrielles. D'une part, l'énonciation subjective du youtubeur dépend du cadre des chaînes, des performances vidéo et des attentes des abonnés ; d'autre part, elle suit une spécialisation thématique au sein de paysages segmentés et stylisés, entre niches d'intérêts et circulations médiatiques. Ces axes balisent une approche compréhensive des mises en scène, médiations et identifications associées aux youtubeurs.

Mots-clés : figures, sujets, expression, icônes, industrie, poétique.

Gustavo GOMEZ-MEJIA, Jérémie NICEY, Angèle STALDER, "*YouTubers, the invention of a subjective enunciation?*"

The figure of the YouTuber reveals a series of expressive and commercial tensions. On the one hand, the subjective enunciation of the YouTuber is based on the framework of channels, video performances, and subscriber expectations; on the other hand, it follows a thematic specialization within segmented and stylized landscapes, between niches of interest and media circulation. These axes demarcate a comprehensive approach to the staging, mediations, and identifications associated with YouTubers.

Keywords: figures, subjects, expression, icons, industry, poetic.

Jean CHÂTEAUVERT, « Youtubeurs, l'expérience de l'internaute »

Jean Châteauvert enseigne le cinéma à l'Université du Québec à Chicoutimi. Il poursuit une recherche sur l'audiovisuel sur le web et a publié notamment « Vis-à-vis :

quand Solange te parle » (2018), « Les séries Web : les frontières de la fiction » (2016), « Les nouvelles plateformes de diffusion. L'expérience spectatorielle » (2016), « Web Series Archives : The Case of The Guild » (2014).

L'analyse des youtubeurs PewDiePie, Cyprien et Solange te parle à travers les commentaires sur Facebook fait ressortir la diversité et la spécificité de cette expérience de visionnement : ils révèlent par leur destinataire, leur formulation et leur concentration dans le temps des expériences de visionnement qui portent une dimension de participation et d'affirmation, et manifestent une multiplicité d'identités à travers lesquelles l'internaute-spectateur se définit comme individu.

Mots-clés : Youtubeurs, expérience, Facebook, commentaires, temporalité.

Jean CHÂTEAUVERT, "*YouTubers, the experience of the internet user*"

Analyzing the YouTubers PewDiePie, Cyprien, and Solange te parle by looking at Facebook comments highlights both the diversity and specific nature of this viewing experience. Through the audience they address, the language they use, and their timings, these YouTubers create viewing experiences that have a participative and affirmative dimension. They also exhibit a wide variety of identities, through which the internet user-viewer is able to define him or herself as an individual.

Keywords: YouTubers, experience, Facebook, comments, temporality.

Adrien MATHY, Jean-Baptiste FANOUILLE, « Énonciation subjective et simulacre d'intimité sur Youtube. Le cas de l'ASMR »

Adrien Mathy est diplômé de langues et littératures françaises et romanes et de l'agrégation de l'enseignement secondaire supérieur de l'Université de Liège. Responsable scientifique à l'ULiège Library, il réalise un doctorat au centre de sémiotique et rhétorique de l'Université de Liège sur le discours scientifique et ses choix de modélisation.

Jean-Baptiste Fanouillère est à la fois diplômé de langues et littératures françaises et romanes et de sciences politiques à l'Université de Liège et de Science and Technology Studies à l'Université de Maastricht. Chargé de recherches au centre de recherches Spiral de l'Université de Liège, il réalise un doctorat sur la production, la circulation et la valorisation des données médicales en Europe.

Cet article propose d'étudier l'énonciation subjective propre à Youtube à travers l'exemple des vidéos ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response). L'analyse de cette pratique – en tant qu'elle est exposée sur Youtube – permet de démontrer qu'au-delà des stimuli audio-visuels agréables, ces vidéos offrent un

simulacre d'intimité avec le spectateur. Au moyen d'une scénographie propre, s'invente ainsi une énonciation subjective spécifique à la plateforme Youtube.

Mots-clés : ASMR, simulacre, intimité, sensation, Youtube.

Adrien MATHY, Jean-Baptiste FANOUILÈRE, *“Subjective enunciation and the pretense of intimacy on YouTube. The case of ASMR”*

This article studies the subjective enunciation that characterizes YouTube, using the example of ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response) videos. The analysis of this practice, insofar as it is presented on YouTube, allows us to demonstrate that, beyond providing pleasant audiovisual stimuli, these videos offer the viewer a pretense of intimacy. The unique scenography of these videos constructs a form of subjective enunciation that is specific to YouTube.

Keywords: ASMR, pretense, intimacy, sensation, YouTube.

Laurence ALLARD, « Youtubeuse, youtubeur, travailler à être soi-même à l'âge du talent numérique ? »

Laurence Allard est maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication ; elle enseigne les cultures numériques à l'Université de Lille et coordonne le groupe de recherche « Mobile et Création » de l'Ircav, à l'Université Sorbonne nouvelle. Son approche est la sémio-sociologie des usages numériques ordinaires, citoyens et culturels.

Cet article interroge l'économie créative des talents numériques, ses acteurs, ses publics et ses formats. Notre perspective vise à comprendre comment le « travail expressif », consistant en partie à « se raconter » sur des plateformes socio-numériques comme Youtube, peut conduire à des formes socio-économiques légitimées « d'égo-entreprenariat ». La « valeur-talent » incarnée idéalement pour les jeunes internautes par les youtubeurs peut ainsi paraître devenir l'horizon générationnel de la valeur travail.

Mots-clés : talent, Youtube, valeur travail, expression, entreprenariat.

Laurence ALLARD, *“The YouTuber, making a living by being oneself in the age of digital talent?”*

This article reflects on the creative economy of digital talent, its actors, its audiences, and its formats. We aim to understand how “expressive work,” consisting partly in “talking about oneself” on digital social platforms such as YouTube, can lead to legitimate socioeconomic forms of “self-entrepreneurship.” The “talent value” that young

people consider YouTubers to perfectly embody thus seems to be becoming the generational conception of work value.

Keywords: talent, YouTube, work value, expression, entrepreneurship.

Virginie SPIES, « Youtube, un espace d'expression pour le chercheur ? L'expérience de *Des médias presque parfaits* et du *Frames festival* – un témoignage »

Virginie Spies est maîtresse de conférences à l'université d'Avignon et directrice du laboratoire Culture et Communication (EA 7542), sémiologue et analyste des médias. Ses recherches portent sur la télévision, la presse people, les liens entre les médias et les réseaux sociaux ainsi que les vidéos du web.

Ce texte propose un retour d'expérience, à titre de témoignage, de la création et de la mise en place de la chaîne Youtube *Des médias presque parfaits*. À partir de l'analyse des spécificités de ces vidéos se pose la question d'un mode d'expression particulier et de formes énonciatives plutôt inédites. Il s'agit également de revenir sur l'expérience du *Frames festival*, qui se constitue comme un lieu de rencontre entre des vidéastes et leur public.

Mots-clés : Youtube, énonciation, expérience, festival, vulgarisation.

Virginie SPIES, “*YouTube, a space of expression for the researcher? A look back at Des médias presque parfaits and Frames Festival*”

This article takes a look back at the creation and development of the YouTube channel Des médias presque parfaits. Analyzing the specific characteristics of the videos on this channel leads us to consider them as a unique mode of expression and as unprecedented enunciative forms. We also examine the web video festival Frames Festival, an event where videomakers and their audience can meet in person.

Keyword: YouTube, enunciation, experience, festival, popularization.

Lorraine PETTERS, « La prescription des marques et des pratiques marchandes sur les chaînes de youtubeuses françaises »

Docteure en sciences de l'information et de la communication de l'Université Sorbonne nouvelle (Cim), Lorraine Petters est chargée de cours, post-doctorante au sein du laboratoire Nimec de l'Université de Rouen Normandie. Ses travaux portent sur la publicité et la communication médiatique.

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.

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

Lorraine PETTERS, *“Brand prescription and commercial practices on French YouTubers’ channels”*

By studying the audiovisual content published on so-called “lifestyle” channels on YouTube, this article examines the way in which YouTubers stage their consumption habits and fuel practices of prescription and commercial recommendation. As well as identifying the enunciative and semiotic characteristics of these practices, we look at how they have been integrated into the stream of ordinary prescriptions and evaluations present on the social web.

Keywords: YouTube, content, prescriptions, recommendations, enunciation.

Laure BOLKA-TABARY, Marie DESPRÉS-LONNET, « Vidéos d’“unboxing” d’un smartphone. Le genre comme marqueur énonciatif de la légitimité des youtubeurs “influenceurs” »

Laure Bolka-Tabary est maîtresse de conférences en sciences de l’information et de la communication à l’Université de Lille et membre du laboratoire Geriico. Ses recherches portent sur les pratiques et les usages numériques ainsi que les dynamiques de circulation des contenus médiatiques.

Marie Després-Lonnet est professeure à l’Université Lumière Lyon 2, rattachée au laboratoire Elico. Ses recherches portent sur la médiation des savoirs et de la culture dans les environnements numériques et sur les transformations des contextes et des pratiques en lien avec l’évolution des techniques, des outils et des supports médiatiques dans différents contextes sociaux et professionnels.

L’analyse de vidéos portant sur le déballage (unboxing) d’un smartphone par des youtubeuses et des youtubeurs montre que, loin de tendre à réduire la division sexuée des intérêts et des compétences, les vidéos surjouent les marques identificatoires genrées, et ce afin de correspondre au genre médiatique et social auquel leurs auteurs se réfèrent. La plateforme Youtube tendrait ainsi à conforter les stéréotypes de genre véhiculés par la sphère marchande, voire à les renforcer.

Mots-clés : Youtubeurs, Youtubeuses, genre, stéréotypes, portable.

Laure BOLKA-TABARY, Marie DESPRÉS-LONNET, “*Videos of ‘unboxing’ smartphones. Gender as an enunciative marker of the legitimacy of YouTube ‘influencers’*”

This article analyzes videos of YouTubers unboxing smartphones. We show that, far from reducing the gendered division of interests and expertise, these videos exaggerate identifiable gendered characteristics, in order to correspond with the media and society’s conception of the YouTuber’s gender. YouTube thus seems to support the gendered stereotypes propagated by the commercial sector, and even to reinforce them.

Keywords: YouTubers, gender, stereotypes, cell phone.

Michael PERRET, « “Retrouvez-moi sur Twitch!” La gestion du *live streaming* comme relation au public et entrée en jeu »

Michael Perret est professeur chargé d’enseignement en Haute école spécialisée à la Haute école de gestion Arc de Neuchâtel (HES-SO) et doctorant en sciences sociales à l’Université de Lausanne. Il termine sa thèse sur l’interdiction des jeux vidéo violents en Suisse comme problème public, en parallèle à ses activités de recherche sur les controverses liées aux jeux vidéo et aux médias sociaux.

L’article décrit le travail de configuration effectué par la joueuse de jeux vidéo et streameuse Pixelle pour faire converger son public, notamment celui présent sur Youtube, vers la plateforme Twitch.tv. Le *live streaming* est présenté comme l’expérience ludique ultime, où complicité et fun sont attendus et accomplis, tant de l’énonciatrice que des destinataires. L’analyse de vidéos montre plusieurs dimensions de la production et de la gestion de *live streaming* comme multi-activité complexe.

Mots-clés : Youtube, Twitch, jeux vidéo, plateforme, *live streaming*.

Michael PERRET, “*‘Find me on Twitch!’ Managing live streaming to create a relationship with the audience and enable them to enter the game*”

This article describes the organizational work that gamer and streamer Pixelle carries out in order to bring her audience, particularly those on YouTube, together on the platform Twitch.tv. Live streaming is presented as the ultimate entertainment experience, where complicity and fun are expected and achieved, for both Pixelle and her audience. Analyzing her videos reveals several aspects of the production and management of live streaming to be a complex, multi-activity operation.

Keywords: YouTube, Twitch, video game, platform, live streaming.

Sandrine PHILIPPE, Brigitte SIMONNOT, « Les adolescents et Youtube, des loisirs aux savoirs. Quelle figure des youtubeurs dans l'évaluation de l'information en ligne ? »

Sandrine Philippe est doctorante en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Lorraine au sein du Centre de recherche sur les médiations (Crem). Sa thèse de doctorat porte sur la culture de l'information des adolescents et leurs pratiques informationnelles sur Youtube.

Brigitte Simonnot est professeure en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Lorraine et membre du Crem. Ses travaux de recherche procèdent à l'analyse des dispositifs d'accès à l'information en ligne et à l'étude des pratiques informationnelles qui recourent à ces dispositifs dans différents contextes, notamment l'éducation et la vie quotidienne.

Comment les adolescents choisissent-ils les contenus vidéos qu'ils consultent sur Youtube ? Dans le cadre d'une enquête exploratoire, trente jeunes se sont exprimés sur leurs pratiques de la plateforme. Nous analysons la place occupée par la figure du youtubeur dans les critères d'appréciation déclarés. Si leurs pratiques sur Youtube ont pour objectif aussi bien la culture que la distraction, les jeunes interrogés mentionnent des critères différents dans ces deux domaines.

Mots-clés : Youtube, culture, distraction, adolescents, information.

Sandrine PHILIPPE, Brigitte SIMONNOT, *“Teenagers and YouTube, from leisure to knowledge. What image of YouTubers emerges in the evaluation of online information?”*

How do teenagers choose what video content they watch on YouTube? As part of an exploratory study, thirty young people were asked about their practices on the platform. We analyze the place occupied by the figure of the YouTuber in the specified assessment criteria. While their practices on YouTube are aimed as much toward culture as they are distraction, the young people interviewed cite different criteria within these two domains.

Keywords: YouTube, culture, distraction, teenagers, information.

Christophe PREMAT, « La redécouverte d'un *étos* journalistique avec la chaîne Youtube *Thinkerview* »

Christophe Premat est maître de conférences en études culturelles au département d'études romanes et classiques de l'Université de Stockholm. Il a publié notamment *Can the French Republic Be Digital ? Lessons from the Last Participatory Experience*

on the Law-Making Process et Smart cities in a digital nation : are Swedish cities enough innovative ?

L'objectif de cette contribution est d'analyser la manière dont la chaîne Youtube Thinkerview réinvestit l'entretien individuel long au service d'une communauté de hackers critiques. En utilisant les outils de l'analyse critique du discours, nous souhaitons montrer comment cette chaîne fidélise une audience qui peu à peu impose ses thèmes et ses pratiques au service d'un traitement critique de l'information.

Mots-clés : Youtube, hackers, fidélisation, journalisme, information.

Christophe PREMAT, "*Rediscovering a journalistic ethos with the YouTube channel Thinkerview*"

The aim of this contribution is to analyze the way in which the YouTube channel Thinkerview records and posts lengthy interviews with individuals for the benefit of a community of critical hackers. Using the tools of critical discourse analysis, we aim to show how this channel gains the loyalty of an audience that little by little introduces its themes and practices into a critical handling of information.

Keywords: YouTube, hackers, loyalty, journalism, information.

Laurie SCHMITT, « Les youtubeurs, ces témoins ordinaires d'évènements extraordinaires »

Laurie Schmitt est maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Grenoble Alpes. Elle est chercheuse au Gresec. Ses thématiques de recherche portent notamment sur les mutations des industries culturelles et médiatiques et les stratégies d'acteurs accompagnant l'émergence de plateformes numériques.

Cet article envisage des youtubeurs spécifiques que sont les témoins ordinaires d'évènements extraordinaires. Qu'ils soient victimes d'évènements – catastrophes (séismes ou inondations) – ou touristes, spectateurs inopinés d'aurores boréales, ils partagent leurs expériences vécues sur Youtube. Mais qui sont ces « témoins oculaires » d'un genre nouveau ? Quelle est l'esthétique de leurs productions audiovisuelles ? Quelles sont leurs compétences ? Quel est leur public ? Quel en est l'enjeu pour Youtube ?

Mots-clés : Youtubeurs, témoignage, expérience, compétence, public.

Laurie SCHMITT, “*YouTubers, these ordinary witnesses of extraordinary events*”

This article looks at certain YouTubers who have been ordinary witnesses of extraordinary events. Whether they are victims of events—catastrophes (earthquakes or flooding)—, or tourists, or unintentional spectators of the northern lights, they share their lived experiences on YouTube. But who are these new “eyewitnesses”? What are the aesthetics of their audiovisual productions? What are their skills? Who is their audience? What are the implications of this for YouTube?

Keywords: YouTubers, account, experience, skills, audience.

David DOUYÈRE, « *Youtube comme imaginaire de la relation et de la communication. “Coucou tout le monde! J’espère que vous allez bien”* »

David Douyère est professeur de sciences de l’information et de la communication à l’Université de Tours, où il dirige l’équipe Prim. Il a publié *Communiquer la doctrine catholique* et co-dirigé avec Héléne Bourdeloie *Méthodes de recherche sur l’information et la communication, regards croisés*.

Si l’analyse de Youtube pose un certain nombre de difficultés, notamment la façon d’appréhender le contenu des vidéos dans leur épaisseur temporelle, elle permet pourtant de comprendre les vidéos postées sur la plateforme comme relevant d’un processus de subjectivation, pour le vidéaste comme pour le spectateur (par l’identification projective) et d’un imaginaire de la communication et de la présence, techniquement assistée, constitutifs d’une relation possible, quoiqu’intermittente et en partie illusoire.

Mots-clés : Youtube, contenus, imaginaire, identification, subjectivation.

David DOUYÈRE, “*YouTube as an imaginary of relationships and communication. ‘Hey everyone! Hope you’re doing well!’*”

The analysis of YouTube raises a certain number of issues, particularly about the way we should understand the content of videos in their temporal depth. Yet this analysis also enables us to understand the videos posted on the platform as belonging to a process of subjectivation, for both the videomaker and the viewer (through projective identification), and a technologically assisted imaginary of communication and presence, which constitute a possible relationship, albeit one that is sporadic and partly illusory.

Keywords: YouTube, content, imaginary, identification, subjectivation.

Mathieu MESSAGER, « roland.barthes.org »

Mathieu Messenger est Maître de Conférences en Littérature française à l'Université de Nantes. Il est spécialiste de Roland Barthes et de Quignard. Il vient de publier en 2019, le *Que sais-je ?* consacré à Roland Barthes.

Mathieu Messenger présente le site roland-barthes.org consacré à Roland Barthes.

Mots-clés : Roland Barthes, littérature, modernité.

Mathieu MESSAGER, “*roland.barthes.org*”

Mathieu Messenger introduces the website roland-barthes.org, which is dedicated to Roland Barthes.

Keywords: Roland Barthes, literature, modernity.