



CLASSIQUES
GARNIER

« Sommaire », *Études digitales*, n° 7, 2019 – 1, *Youtoubeurs, youtubeuses : inventions subjectives*, p. 7-9

DOI : [10.15122/isbn.978-2-406-10419-3.p.0007](https://doi.org/10.15122/isbn.978-2-406-10419-3.p.0007)

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.

SOMMAIRE

Franck CORMERAIS, Jacques Athanase GILBERT, Daphné VIGNON, Armen KHATCHATOUROV Introduction / <i>Introduction</i>	11
---	----

YOUTUBEURS, YOUTUBEUSES : INVENTIONS SUBJECTIVES

Gustavo GOMEZ-MEJIA, Jérémie NICEY, Angèle STALDER Youtubeurs, invention d'une énonciation subjective ? / <i>YouTubers, The invention of a subjective enunciation?</i>	17
--	----

Jean CHÂTEAUVERT Youtubeurs, l'expérience de l'internaute / <i>YouTubers, the experience of the internet user</i>	33
---	----

Adrien MATHY, Jean-Baptiste FANOUILLE Énonciation subjective et simulacre d'intimité sur Youtube. Le cas de l'ASMR / <i>Subjective enunciation and the pretense of intimacy on YouTube.</i> <i>The case of ASMR</i>	49
---	----

Laurence ALLARD Youtubeuse, youtubeur, travailler à être soi-même à l'âge du talent numérique ? / <i>The YouTuber, making a living by being oneself</i> <i>in the age of digital talent?</i>	63
--	----

Virginie SPIES

Youtube, un espace d'expression pour le chercheur ?

L'expérience de *Des médias presque parfaits*

et du *Frames* festival – un témoignage /

YouTube, a space of expression for the researcher?

A look back at Des médias presque parfaits and Frames Festival 85

Lorraine PETTERS

La prescription des marques et des pratiques marchandes

sur les chaînes de youtubeuses françaises /

Brand prescription and commercial practices

on French YouTubers' channels 99

Laure BOLKA-TABARY, Marie DESPRÉS-LONNET

Vidéos d'« unboxing » d'un *smartphone*.

Le genre comme marqueur énonciatif

de la légitimité des youtubeurs « influenceurs » /

Videos of 'unboxing' smartphones. Gender as an enunciative

marker of the legitimacy of YouTube 'influencers' 115

Michael PERRET

« Retrouvez-moi sur Twitch ! » La gestion du *live streaming*

comme relation au public et entrée en jeu /

"Find me on Twitch!" Managing live streaming to create

a relationship with the audience and enable them to enter the game . . . 135

Sandrine PHILIPPE, Brigitte SIMONNOT

Les adolescents et Youtube, des loisirs aux savoirs. Quelle figure

des youtubeurs dans l'évaluation de l'information en ligne ? /

Teenagers and YouTube, from leisure to knowledge. What image

of YouTubers emerges in the evaluation of online information? 155

Christophe PREMAT

La redécouverte d'un *éthos* journalistique

avec la chaîne Youtube *Thinkerview*

Rediscovering a journalistic ethos

with the YouTube channel Thinkerview 183

Laurie SCHMITT

Les youtubeurs, ces témoins ordinaires
d'événements extraordinaires /

YouTubers, these ordinary witnesses of extraordinary events 195

David DOUYÈRE

Youtube comme imaginaire
de la relation et de la communication.

« Coucou tout le monde ! J'espère que vous allez bien » /

YouTube as an imaginary of relationships and communication.
“Hey everyone! Hope you're doing well!” 215

LE GRAND ENTRETIEN

Le grand entretien avec Dominique Boullier

The big interview with Dominique Boullier 243

INSTITUTIONS

Mathieu MESSAGER

roland.barthes.org 275

Résumés/*Abstracts* 279