



**HAL**  
open science

# La recommandation littéraire sur internet à travers les communautés virtuelles : entre socialisation et but professionnel. Le cas des Booktubes

Hend Malek Ferjani

## ► To cite this version:

Hend Malek Ferjani. La recommandation littéraire sur internet à travers les communautés virtuelles : entre socialisation et but professionnel. Le cas des Booktubes. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-01679730

**HAL Id: dumas-01679730**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01679730v1>**

Submitted on 10 Jan 2018

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# **La recommandation littéraire sur internet à travers les communautés virtuelles : entre socialisation et but professionnel Le cas des Booktubes**

**Nom : FERJANI**  
**Prénom : Hend Malek**

UFR Langage, lettres et arts du spectacle, information et communication

Mémoire de master 2 – Mention Information et communication

Parcours : Information – Communication publique et médias

Sous la direction de **BENOIT LAFON**

Année universitaire 2016-2017

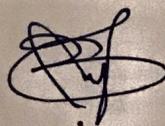


**DECLARATION**

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : Fajani ..... PRENOM : Hend MALÉK .....

DATE : 16.08.2017 ..... SIGNATURE :



## **Remerciements**

Je tiens tout d'abord à remercier mon tuteur Benoit Lafon pour sa disponibilité ainsi que pour ses conseils avisés.

Je tiens également à remercier Carine D'Inca directrice du Printemps du Livre et sa collaboratrice Maelle Sagnes de m'avoir accordé le temps nécessaire pour l'élaboration de ce travail.

Je tiens également à témoigner de ma gratitude à mes parents qui m'ont toujours épaulée et encouragée à aller de l'avant et particulièrement à ma mère, ma fidèle lectrice.

Enfin, je remercie Claudia pour son écoute et ses conseils et mes amis Laurent et Nadhir pour leur relecture et leur patience.

**MOTS-CLÉS :** évaluation, recommandation, web social, Booktube, communauté virtuelle

## **RÉSUMÉ**

Le web social offre la possibilité aux internautes qui partagent un intérêt ou un but commun de se réunir dans des communautés virtuelles. Nous assistons depuis quelques années à l'émergence d'une nouvelle communauté qui a donné lieu à un nouveau genre de recommandation littéraire sur Internet. Bien que cette recommandation existe déjà depuis quelques années sous forme de blogues ou de commentaires sur les sites d'achats en ligne, cette nouvelle forme se distingue de par son format. Il s'agit de courtes vidéos publiées sur YouTube par des amateurs dans le but de faire une critique d'un livre préalablement choisi : Il s'agit des Booktubes.

Ce travail a pour objectif d'étudier cette nouvelle forme de recommandation littéraire. Pour ce, nous nous sommes focalisés sur les Booktubeuses tunisiennes. L'analyse de ce terrain nous permettra d'abord d'étudier le public auquel s'adresseraient les Booktubeuses, puis, dans un second temps, de voir si ces pratiques sont faites dans une visée de socialisation et de partage de la passion ou professionnelle.

**KEYWORDS :** evaluation, recommendation, social web, Booktube, virtual community

## **ABSTRACT**

The social web offers the possibility for Internet users who share an interest or a goal to come together in virtual communities. For the past few years, we have witnessed the emergence of a new community that has given rise to a new kind of literary recommendation on the Internet. Although this recommendation has existed for some years in the form of blogs or comments on online shopping sites, this new form is distinguished by its format. These are short videos published on YouTube by amateurs in order to make a critique to a previously chosen book: These are the Booktubes.

This work aims to study this new form of literary recommendation. For this, we focused on the Tunisian Booktubeuses. The analysis of this terrain will allow us first to study the public to which the Booktubeuses would address themselves and then, secondly, to see if these practices are made with a view of socialization and sharing of passion or professionalization.

## Sommaire

Déclaration anti-plagiat.....	3
Remerciements .....	4
RÉSUMÉ .....	5
Introduction .....	7
Partie 1 : Le web collaboratif et l'émergence des communautés virtuelles de critique littéraire sur YouTube.....	14
Chapitre 1 : L'évaluation et la recommandation sur internet : une prise de parole des internautes ? .....	15
I. Emergence du web 2.0 et avènement des communautés virtuelles .....	15
1. Approche historique du « Web 2.0 ».....	15
2. La contribution en ligne et l'émergence des communautés virtuelles.....	17
3. Les motivations aux pratiques contributives .....	26
II. Typologie et cartographie de l'évaluation sur internet.....	27
1. Différentes formes d'évaluation.....	27
2. Emergence d'une nouvelle forme d'évaluation sur internet .....	29
Chapitre 2 : La critique littéraire amateur sur Internet : entre partage de passion et professionnalisation.....	31
I. Brouillage des frontières entre Youtubeurs et Booktubeurs.....	31
1. Points de convergence .....	31
2. Points de divergence .....	32
3. Création d'une identité numérique propre aux Booktubeuses.....	36
II. Partage de la passion.....	38
1. Passion et engagement .....	38
2. Sociabilité littéraire.....	40
Partie 2 : Émergence des BookTubes en Tunisie : Une pratique paradoxale dans la société Tunisienne ? .....	43
Chapitre 1 : Les Booktubeuses : naissance et structure d'une pratique amateur .....	44
I. Émergence des BookTubes en Tunisie.....	44
1. Approche sociohistorique de la promotion littéraire en Tunisie .....	44
2. Espaces informels de la critique littéraire .....	48
II. Structuration des vidéos des Booktubeuses .....	49
1. Le choix de la langue .....	49
2. Utilisation de vocabulaire spécifique.....	50
3. Origine des livres critiqués .....	51
Chapitre 2 : Le public visé par les Booktubeuses .....	53
I. Quels publics pour quelles Booktubeuses ? .....	53
1. Le public visé par les Booktubeuses.....	53
2. Le public des Booktubeuses .....	54
II. Booktubeuses : passion ou professionnalisation ? .....	56
1. La relation avec les acteurs professionnels.....	56
2. Vers une professionnalisation de la recommandation littéraire ? .....	57
Conclusion générale .....	59
Bibliographie .....	61
Table des figures .....	66
Tables des matières.....	67
Table des annexes .....	69

## Introduction

*« Le nombre d'utilisateurs de l'Internet croît si vite que bientôt, au début de l'année 2009 peut-être, il devrait correspondre au quart de la population mondiale. [...] Mais le nombre d'internautes n'est qu'une pâle indication. Ce qui a le plus changé, c'est ce que nous faisons sur et avec l'Internet dont nous sommes en train de devenir les vrais acteurs.<sup>1</sup> »*

Il est clair que notre rapport vis-à-vis de l'Internet et notre comportement sur la toile ont largement évolué et changé grâce à certains progrès technologiques qui ont rendu possible cette mutation. Le « web 1.0 » considéré comme étant « [...] l'Internet « instrumental », principalement centré sur la recherche de renseignements et sur la collecte d'informations [...] »<sup>2</sup> » a laissé place au « web 2.0 », considéré comme un « « Internet expressif », celui des échanges entre collègues et entre connaissances, de la mise en valeur du capital social en réseau et du partage de contenus autoproduits.<sup>3</sup> ». En 2008, soit presque dix ans en arrière, les chercheurs constataient déjà la mutation des pratiques et des usages sur l'Internet. À quoi correspondent exactement ces pratiques ? Et sous quelles formes se manifestent-elles ?

« Les quidams ont conquis Internet. Cent millions de blogs existent dans le monde. Cent millions de vidéos sont visibles sur YouTube. En France, Wikipédia réunit un million d'articles, et dix millions de blogs ont été créés. Un quart des internautes a déjà signé une pétition en ligne.<sup>4</sup> ». Le « web 2.0 » a permis aux individus lambda de s'exprimer sur Internet et de contribuer à la production de contenus. Nous avons assisté ces dernières années à l'émergence de plusieurs plateformes et sites web qui dépendent éminemment de la contribution et des publications des internautes. Ces contributions se présentent sous forme de texte notamment dans le cas de Wikipédia, Sens Critique... où les internautes partagent avec les autres internautes un savoir, une connaissance ou même une critique. Elles peuvent aussi être sous

---

<sup>1</sup> PISANI, Francis et PIOTET, Dominique, *Comment le web change le monde : L'alchimie des multitudes*, Pearson Education France, Paris, 2008, p.1

<sup>2</sup> CASILLI, Antonio, « « Petites boîtes » et individualisme en réseau. Les usages socialisants du Web en débat », *Cairn*, Novembre 2010, < <http://www.cairn.info/revue-realites-industrielles1-2010-4-page-54.htm>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> FLICHY, Patrice, *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Le Seuil, 2010, p.7

forme audiovisuelle que nous retrouvons sur les plateformes hébergeant un contenu sous forme de vidéos comme YouTube ou encore Dailymotion. D'autres contributions peuvent apparaître sous un format audio comme par exemple SoundCloud, une plateforme audio, qui permet aux internautes de publier leurs musiques. À travers l'énumération de ces différentes plateformes et aux différents types et formes de contribution nous pouvons supposer que les internautes développeraient certaines compétences et certains savoir-faire techniques leur permettant de donner forme à ces productions ; des productions que nous pourrions, à première vue, qualifier d' « amateurs ». « Amateurs » parce que la majorité des productions et contributions faites sur Internet ne seraient pas rémunérées mais aussi parce que « l'amateur [...] élit son domaine d'activité, définit librement un projet individuel et agit pour le plaisir, en fonction de ses passions et de ce qui compte pour lui.<sup>5</sup> ». Ceci permet alors aux internautes de développer une certaine expertise à travers l'expérience qu'ils acquièrent sur Internet ce que Flichy appelle « expertise-expérience »<sup>6</sup>. Ces contributions ne se sont pas arrêtées à la production de contenus mis en ligne et partagés avec les autres membres de la plateforme. Désormais les internautes peuvent aussi donner leur avis et noter un produit, un service, un film, un livre... Il s'agit en quelque sorte d'une recommandation.

Les recommandations sur internet prennent plusieurs formes. Nous pouvons les retrouver à la fois sous forme audiovisuelle sur les plateformes qui permettent la publication des vidéos tels YouTube, Dailymotion... d'autres encore préfèrent les recommandations qui se présentent sous forme de texte court précédé généralement de quelques étoiles qui permettent à l'utilisateur de noter le produit ou le service en question. Nous pouvons aussi retrouver dans certains cas une fusion entre ces deux formes de recommandation que nous venons d'énoncer qui permet à la fois de publier un avis qui sera accompagné d'une courte vidéo dans laquelle l'internaute va montrer le produit, montrer comment il fonctionne ou bien filmer le résultat pour certains produits. Ce type de recommandation concerne des produits multiples et diversifiés qui peuvent aller des « [...] cosmétiques, hôtels et restaurants, électroménager, appareils photos, mais aussi garagistes, pompes funèbres, services bancaires, etc.<sup>7</sup> ». Nous ajouterons aussi que ces évaluations se sont agrandies pour arriver même aux produits des industries culturelles.

Les plateformes permettant le partage d'avis et un retour sur l'expérience de produits culturels commencent à devenir assez courantes. Nous pouvons citer à titre d'exemple

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, p.12

<sup>6</sup> *Ibid.*, p.12

<sup>7</sup> BEAUVISAGE, Thomas *et al.*, « Notes et avis des consommateurs sur le web. Les marchés à l'épreuve de l'évaluation profane », *Réseaux*, 2013, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2013-1-page-131.htm>>, (Consulté en avril 2017)

« Allociné » ou « Sens Critique » qui recensent les avis des cinéphiles, des Youtubeurs fans de Jeux vidéo qui publient leurs avis sous forme audiovisuelle après avoir essayé un jeu ou encore certaines plateformes musicales qui permettent aussi de partager son avis avec une communauté donnée.

La filière du livre et de la critique littéraire, bien que longtemps considérés comme un cercle assez fermé et dont seulement les spécialistes pouvaient évoquer ce sujet sur des médias traditionnels, ont aussi vu apparaître des plateformes dédiées ou non aux partages d'avis et de ressentis sur certaines œuvres littéraires. Plusieurs plateformes telles que « Sens Critique », « Babelio » ou encore « Critique livre » ont vu le jour et se voient entièrement dédiées à la critique littéraire. Ces différentes plateformes, tout comme celles que nous avons citées précédemment, dépendent de la contribution des internautes étant donné que le flux d'informations présent est, pour la majeure partie, créé par les internautes.

Parmi les plateformes sur lesquelles nous pouvons retrouver un grand nombre de recommandations nous citerons « YouTube ». Il s'agit d'une « plate-forme de distribution et de diffusion de contenus numériques<sup>8</sup> ». Ce type de plateforme reposerait donc essentiellement sur la contribution des internautes. Il s'agirait d'un hébergeur du contenu produit par les internautes ou bien ce qu'on appelle User Generated Content (UGC). Parmi les publications que nous pouvons retrouver sur YouTube nous avons relevé des vidéos de partage d'avis dans plusieurs domaines différents tels que celui de la beauté et la mode, les jeux vidéo, les films, les livres... Il s'agirait donc d'une sorte de recommandation. Les internautes se filment généralement face à la caméra avec un plan fixe qui donne l'impression qu'ils s'adressent aux internautes. Dans ces vidéos, les internautes choisissent soit de parler d'un produit et de l'évaluer soit de le tester en direct dans certains cas (ceci dépend bien évidemment des produits) et de donner leurs avis par la suite.

Notre terrain d'étude traitera de cette question qui est la recommandation littéraire sur internet à travers les BookTubes. Il s'agit d'une pratique qui vient des pays anglo-saxons et hispaniques et qui sont souvent qualifiés de « critique littéraire<sup>9</sup> ». Les Booktubeurs sont « [...] des passionnés de livres qui partagent leurs découvertes, leurs coups de cœur et leurs conseils

---

<sup>8</sup> BULLICH, Vincent et GUIGNARD, Thomas, *La culture et ses intermédiaires : dans les arts, le numérique et les industries créatives*, Archives contemporaines, 2014, Chap. 17, Les plates-formes de contenus numériques : une nouvelle intermédiation ?, p.201

<sup>9</sup> *L'express*, <[http://www.lexpress.fr/culture/livre/les-futurs-critiques-litteraires-sont-ils-sur-youtube\\_1570824.html](http://www.lexpress.fr/culture/livre/les-futurs-critiques-litteraires-sont-ils-sur-youtube_1570824.html)>, (Consulté en juin 2017)

littéraires sur leurs chaînes YouTube.<sup>10</sup> ». Etant donné que l'année dernière nous avons étudié les pratiques des cinéastes amateurs en Tunisie, nous avons décidé cette année d'analyser un autre type d'amateurisme en choisissant de travailler encore une fois sur la Tunisie.

Une enquête nationale<sup>11</sup> commanditée par le Ministère Tunisien de la culture et de la sauvegarde du patrimoine a été réalisée du 25 décembre 2009 au 05 janvier 2010 sur un échantillon de 1029 personnes choisies aléatoirement<sup>12</sup>. Cette enquête avait pour objectif d'« étudier le comportement du Tunisien vis à vis du livre et de la lecture (et de la non lecture)<sup>13</sup> » et de « comprendre les freins et les motivations à lecture/non lecture des livres en Tunisie.<sup>14</sup> ». Les résultats de cette enquête<sup>15</sup> estiment que 45,38% des tunisiens ont lu un livre il y a plus d'un an, 31,88% ont lu un livre en 2009 et 22,74% n'ont jamais lu de livre. Une autre enquête, réalisée sept ans plus tard, soit en mars 2017, et qui établit un comparatif avec les années 2015 et 2016 « [...] sur un échantillon de 1069 personnes, âgées de plus de 18 ans et issues de toutes les régions [...]»<sup>16</sup> » confirme le désintérêt qu'a le tunisien pour la lecture. En effet, à la question « Combien de Tunisiens ont lu un livre pendant l'année écoulée (sans compter les journaux, les magazines, les parascolaires d'enfants et le Coran)?<sup>17</sup> » 76% n'ont lu aucun livre ce qui montre une baisse par rapport aux années précédentes. Le but ici n'est pas de faire une enquête sur les pratiques culturelles, et celle de la lecture plus particulièrement, des Tunisiens mais plutôt de présenter le contexte et le terrain auxquels nous nous intéressons. Nous avons également essayé de dégager une cartographie des émissions dédiées aux livres et à la critique littéraire, cependant, nous n'avons relevé qu'une seule émission, radiophonique, consacrée uniquement à la critique littéraire. Certaines émissions dédiées à l'actualité pourraient inviter un auteur dans le seul cas où son livre crée une polémique, mais nous ne retrouvons pas d'émission qui ont pour finalité de discuter des livres. Plusieurs questionnements peuvent ainsi émaner comme : à qui s'adressent les Booktubeurs en faisant des vidéos dans un pays où la lecture ne fait pas partie des pratiques de ses habitants ? Le but de ces pratiques

---

<sup>10</sup> *Booktube*, <<http://www.booktube.fr>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>11</sup> *La fédération des amis du livre*, <<http://www.federation-amis-livre.org/images/Pour%20Participants%20et%20Journalistes.pdf>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> Cf. Annexe 1, p.70

<sup>16</sup> *Huffpost maghreb*, <[http://www.huffpostmaghreb.com/2017/04/01/tunisiens-lecture-livres\\_n\\_15742362.html?utm\\_hp\\_ref=maghreb&ncid=fcbklnkfrhpmg00000006](http://www.huffpostmaghreb.com/2017/04/01/tunisiens-lecture-livres_n_15742362.html?utm_hp_ref=maghreb&ncid=fcbklnkfrhpmg00000006)>, (Consulté en avril 2017)

<sup>17</sup> Cf. Annexe 2, p.71

serait-il un encouragement à la lecture, une présentation de soi et une visibilité numérique ou bien le feraient-ils dans une optique de rémunération comme le cas de plusieurs autres Youtubeurs? L'ensemble de ces questionnements peut être réuni sous une question plus générale et plus globale qui guidera notre réflexion tout au long de ce mémoire et qui sera énoncée ainsi : **Comment le web social a participé à l'émergence d'un nouveau genre de recommandation littéraire à la croisée d'un genre antérieur ?** Pour répondre à cette problématique notre travail sera fondé sur deux hypothèses. Nous avons repéré une douzaine de Booktubeuses tunisiennes qui publient du contenu assez régulièrement sur YouTube. Afin de construire notre corpus et de comprendre le mode de fonctionnement de cette pratique, nous avons procédé au visionnage de plusieurs vidéos de Booktubeuses différentes. À première vue, nous remarquons que ces dernières ont un langage propre à elles avec l'emploi de mots spécifiques comme « PAL (pile à lire), LAL (liste à lire), bookshelf (bibliothèque), book haul (leur shopping lectures), wish list (liste d'envie de lectures), swap (échange de colis entre internautes).<sup>18</sup> ». Ce développement de langage spécifique pourrait alors renforcer le sentiment d'appartenance à une communauté. De plus, nous avons remarqué que plusieurs Booktubeuses s'expriment uniquement dans une langue étrangère (Français ou anglais). De ce fait, découle notre première hypothèse qui consiste à supposer que **les Booktubeuses, à travers leurs productions, ne s'adresseraient pas au grand public tunisien mais plutôt à une classe socioprofessionnelle bien particulière.** De cette première hypothèse et du contexte social tunisien que nous avons évoqué précédemment, découle notre deuxième hypothèse formulée ainsi : **Les Booktubeuses feraient des vidéos à des fins de socialisation et de partage de la passion qui pourraient donner lieu à un encouragement à la lecture et non pas dans une visée de professionnalisation comme certains autres Youtubeurs.**

Au cours de notre travail, nous nous appuyerons sur les entretiens semi-directifs<sup>19</sup> que nous avons effectués avec les Booktubeuses en Tunisie. Le choix des entretiens semi-directifs a pour but de déchiffrer le positionnement des Booktubeuses qui nous aidera à répondre à notre problématique que nous venons d'énoncer ci-dessus et vérifier nos hypothèses. Nous effectuerons aussi une analyse de contenu qui concernera les vidéos des Booktubeuses.

Pour notre corpus, nous avons relevé en tout seize Booktubeuses tunisiennes. Nous avons procédé à un premier tri pour ne garder que les Booktubeuses tunisiennes vivant en

---

<sup>18</sup> *Viabooks*, <<http://www.viabooks.fr/article/le-phenomene-des-booktubeuses-49261>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>19</sup> Cf. Annexe 3, p.72

Tunisie. En effet, nous pensons qu'il serait plus judicieux d'avoir un corpus dans lequel l'ensemble des membres est soumis aux mêmes contraintes socioculturelles. Dans un deuxième temps, nous avons gardé uniquement les Booktubeuses qui ont publié sur leur chaîne YouTube plus que cinq vidéos. En effet, nous avons remarqué que certaines d'entre elles ont commencé par publier quelques vidéos, cependant, elles sont inactives pendant un long moment. Notre corpus final sera composé de treize Booktubeuses.

Nous avons également tenté de les contacter afin d'effectuer un entretien semi-directif avec elles. La majorité des Booktubeuses ont exprimé leur souhait de faire un entretien écrit compte tenu de leurs engagements familiaux et/ou professionnels. Ceci nous a bien entendu freiné dans notre recherche puisque nous aurions préféré pouvoir mener des entretiens semi-directifs avec les Booktubeuses dans la perspective de rebondir sur leurs réponses et avoir plus d'informations sur leurs positionnements. De plus, malgré plusieurs messages que nous leur avons adressés, certaines ne nous ont pas répondu, d'autres encore ont exprimé leur intérêt et leur enthousiasme de participer à notre recherche mais n'ont malheureusement pas répondu à notre questionnaire.

Notre mémoire sera divisé en deux grandes parties. Dans la première, qui est aussi constituée de deux parties, nous aborderons dans un premier temps la notion du « web collaboratif », son émergence et son évolution ainsi que la question de l'évaluation sur Internet. Dans un deuxième temps, nous analyserons le phénomène des communautés virtuelles et plus particulièrement celle de la recommandation littéraire appelée « Le Booktubing ». La deuxième partie quant à elle sera consacrée à l'émergence du phénomène Booktubes en Tunisie. Nous tenterons d'établir une contextualisation socio-culturelle afin de voir les facteurs qui ont donné naissance à cette pratique. Puis, dans le deuxième chapitre de cette partie, nous tenterons de répondre à nos hypothèses en faisant appel à divers éléments de notre terrain.

Notre recherche s'inscrit dans les sciences de l'Information – Communication dans le sens où nous nous focaliserons sur l'étude et l'analyse des pratiques culturelles sur un média bien donné. Nous convoquerons plusieurs auteurs sociologues et sociologues des médias qui nous permettront de mieux comprendre notre cas et de mieux appréhender l'analyse de notre terrain.

Nous avons fait face à plusieurs difficultés au cours de l'élaboration de ce mémoire. La première serait sans doute le manque, si ce n'est l'absence, d'écrits, de recherches et d'enquêtes sur les pratiques des amateurs en Tunisie. La deuxième difficulté à laquelle nous avons dû faire

face est sûrement l'absence d'ouvrages et d'articles scientifiques traitant du sujet des Booktubes. Étant une pratique assez récente, nous avons trouvé des titres de livres et d'articles en anglais mais qui ne sont pas disponibles pour le moment sur Internet. Enfin, la dernière difficulté, que nous avons évoquée précédemment, est reliée à l'indisponibilité des Booktubeuses pour faire un entretien oral.

J'aimerais tout de même, avant de commencer l'analyse, expliquer le choix de sujet et son lien avec le stage effectué au cours de cette année. Choisir de travailler sur la recommandation littéraire sur internet et plus particulièrement « Le Booktubing » reviendrait à deux raisons. Ma première rencontre avec le mot « Booktubeurs » remonte à mon stage. Dès lors, j'ai découvert l'existence d'une communauté virtuelle que je ne connaissais pas auparavant. La deuxième raison est sans doute l'intérêt que j'ai pour les pratiques amateurs sous toutes leurs formes. Dans le cadre du mémoire de l'année précédente j'ai été amenée à étudier les pratiques des cinéastes amateurs en Tunisie de plus près. Ceci a suscité chez moi un vif intérêt pour ce genre de pratiques qui ne bénéficient pas d'études et d'analyses en Tunisie bien qu'elles soient de plus en plus présentes. La fusion de ces deux raisons a donné naissance à ce travail de recherche.

## **Partie 1 : Le web collaboratif et l'émergence des communautés virtuelles de critique littéraire sur YouTube**

Cette partie sera divisée en deux chapitres. Le premier chapitre nous permettra en premier lieu de définir ce que nous entendons par l'appellation « Web 2.0 » et de choisir la dénomination qui s'approche le mieux de notre réflexion. Bien que nous ne comptions pas procéder à une analyse économique à proprement dit du Web 2.0, cependant il nous semblait indispensable d'évoquer le contexte économique dans lequel a émergé ce Web. Nous présenterons ensuite les communautés virtuelles et tenterons de les cartographier. Ceci nous mènera par la suite à présenter les différentes formes d'évaluations que nous pouvons distinguer sur l'Internet. Nous tenterons, bien entendu, toujours de faire le lien entre les différentes parties que nous évoquons, en essayant, de croiser les types de médias sociaux avec les communautés virtuelles et, si possible, les motivations des contributeurs. Nous nous focaliserons ensuite sur la question de la recommandation et de l'évaluation en ligne qui prend de plus en plus d'importance sur Internet.

Dans un second chapitre, nous nous intéresserons à la question de la passion ainsi qu'à celle de la professionnalisation des Booktubeuses. Confrontés à un manque d'ouvrages et d'écrits scientifiques sur la question de la critique littéraire en général et celle des Booktubeuses en particulier, nous sommes dans l'obligation de faire un va et vient entre la théorie et notre terrain.

# Chapitre 1 : L'évaluation et la recommandation sur internet : une prise de parole des internautes ?

## I. Emergence du web 2.0 et avènement des communautés virtuelles

### 1. Approche historique du « Web 2.0 »

Plusieurs termes ont émergé en substitut du « Web 2.0 » : « Web collaboratif », « Web participatif », « Web social », « web contributif » ... La profusion de ces appellations pourrait porter à confusion et entraîner un amalgame. Nous pensons qu'il serait nécessaire et judicieux, avant d'entamer notre réflexion, de définir à quoi renvoient ces termes afin de voir celui qui convient le mieux à notre cas et nous aidera à appréhender notre terrain.

Bien que l'appellation « Web 2.0 » soit « [...] généralement attribuée à l'expert en informatique et entrepreneur Tim O'Reilly.<sup>20</sup> », ce terme a été utilisé pour la première fois en 1999 par Darcy DiNucci dans son article « Fragmented Future ». Elle évoquait déjà à ce moment l'apparition d'un nouveau web qu'elle a nommé « Web 2.0 » ; « Le Web tel que nous le connaissons actuellement, qui se charge dans une fenêtre de navigateur sur des écrans essentiellement statiques, n'est qu'un embryon du Web à venir. Les premières lueurs du Web 2.0 commencent à apparaître et nous commençons tout juste à voir comment cet embryon pourrait se développer.<sup>21</sup> » [Notre traduction]. Elle met le point dans son article essentiellement sur le développement technique du web qui aura lieu. En 2004, Tim O'Reilly rendit ce terme populaire en l'utilisant lors d'une conférence. Il a par la suite rédigé un article nommé « What is Web 2.0 ? » dans lequel il tente d'expliquer le passage du Web 1.0 au Web 2.0 tout en essayant de dégager les caractéristiques de ce dernier. Il estime que le nouveau web « [...] repose sur un modèle « participatif » où l'utilisateur, de simple consommateur, se mue en un véritable « générateur de contenus ».<sup>22</sup> » et ceci est rendu possible essentiellement grâce au développement de la technique. Il a ainsi dégagé sept traits principaux sur lesquels reposerait le Web 2.0 qui sont : « Des services et non pas des logiciels [...] des données qui créent de la valeur grâce aux utilisateurs [...] Tenir compte de la contribution des internautes en les

---

<sup>20</sup> BOUQUILLON, Philippe, MATTHEWS, Jacob T., *Le web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*, PUG, Grenoble, 2010, p.5

<sup>21</sup> Darcy DiNucci, <[http://darcyd.com/fragmented\\_future.pdf](http://darcyd.com/fragmented_future.pdf)>, (Consulté en mai 2017)

<sup>22</sup> BOUQUILLON, Philippe, MATTHEWS, Jacob T., *Op. Cit.*, p.5

considérant comme des co-développeurs [...] profiter de l'intelligence collective [...] essayer de toucher le web dans son intégralité et non pas seulement son centre [...] rendre le web accessible sur différents terminaux et non pas uniquement sur PC [...] alléger les interfaces utilisateurs, les modèles de développement ainsi que les modèles d'affaires.<sup>23</sup> » [Notre traduction]. Le web 2.0, tel qu'il est présenté par T. O'Reilly, repose essentiellement sur l'aspect technique. Nous rejoignons la vision de S. Proulx qui estime que cette appellation est « [...] connotée d'un point de vue technique et marketing – il y aurait en effet un « avant » : le Web 1.0, et un « après » : le Web 3.0 – [...]»<sup>24</sup>. Nous n'envisageons pas de faire au cours de ce mémoire l'évolution du Web 1.0 au Web 3.0 mais nous comptons plutôt appréhender la question du web comme un agencement sociotechnique. À ce titre, nous préférons l'expression « Web social » « [...] pour souligner le fait que ce basculement est non seulement technique, mais aussi, et surtout, économique et socioculturel.<sup>25</sup> »

Pour définir le Web social, Proulx et Millenard ont défini cinq caractéristiques. Premièrement, c'est la place prépondérante qu'occupent les usagers au sein de ce Web social par leur capacité « [...] à créer, modifier, remixer et relayer des contenus.<sup>26</sup> ». Ensuite, la facilité des outils et des plateformes qui jouerait un rôle important dans leur manipulation de la part des utilisateurs. La troisième caractéristique est fortement liée à celle qui la précède puisque cette accessibilité aux outils créera un contexte propice à la contribution. Ensuite, l'une des particularités du Web social c'est qu'il se fonde sur « [...] une multitude de contributions individuelles minimales et gratuites.<sup>27</sup> ». Enfin, c'est un espace recensant bon nombre « [...] de pratiques d'usage, allant d'usages prescrits à diverses formes de détournement et autres pratiques de *hacking*.<sup>28</sup> ».

Avec le Web social, nous avons assisté à la naissance des médias dits sociaux et qui reposent « [...] sur l'idéologie participative du Web social [...] »<sup>29</sup> dans le sens où ce sont des individus ordinaires qui vont créer un flux d'informations à travers le contenu qu'ils génèrent et qu'ils publient.

---

<sup>23</sup> O'Reilly, <<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=5>>, (Consulté en mai 2017)

<sup>24</sup> PROULX, Serge, *Médias sociaux enjeux pour la communication*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2011, Chap. 1, L'irruption des médias sociaux enjeux éthiques et politiques, p.10

<sup>25</sup> *Ibid.*

<sup>26</sup> PROULX, Serge *et al.*, *Médias sociaux enjeux pour la communication*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2011, p.2

<sup>27</sup> *Ibid.*

<sup>28</sup> *Ibid.*

<sup>29</sup> *Ibid.*, p.3

## 2. La contribution en ligne et l'émergence des communautés virtuelles

### 2.1. La contribution

#### a. Les différentes formes de contribution

La contribution en ligne est une pratique qui s'inscrit essentiellement sur les plateformes du Web social. Les formes des contributions diffèrent selon la plateforme et les normes techniques que chacune impose. Nous avons relevé deux typologies de ces médias sociaux qui diffèrent sur quelques points. La première a été développée par Kaplan et Haenlein qui estiment qu'ils existent six types de médias sociaux<sup>30</sup> :

- Les blogues
- Les projets collaboratifs
- Les sites de réseaux sociaux
- Les communautés d'échange de contenus
- Les mondes immersifs
- Les jeux vidéo massivement multi-joueurs

Concernant la deuxième typologie, elle a été proposée par Proulx, elle est aussi divisée en six catégories majeures. Nous retrouvons les mêmes quatre premiers points que ceux dégagés par Kaplan et Haenlein. Proulx, quant à lui, réunit les deux dernières catégories à savoir les mondes immersifs et les jeux vidéo multi-joueurs en une seule catégorie qu'il a appelée « metaverses<sup>31</sup> ». Il ajoute cependant une catégorie qui concerne les sites de e-commerce permettant aux usagers de publier des commentaires.

L'ensemble de ces catégories permet à l'internaute de participer à la création de flux d'informations qui viendra remplir la plateforme en question. Ainsi, les blogues, qui restent tout de même la « première figure du web social<sup>32</sup> », permettent au blogueur qui les détient de s'exprimer sur divers sujets. Nous avons assisté à l'essor des blogues au cours des années 2000. En effet, « entre janvier 2004 et janvier 2006, le nombre de blogues est passé de 1,6 à 26,6

---

<sup>30</sup> KAPLAN, Andreas M., HAENLEIN, Michael, « Users of the world, unite ! The challenges and opportunities of Social Media », *Science Direct*, 2010, <<http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>31</sup> PROULX, Serge, MILLERAND, Florence, *Web social. Mutation de la communication*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2010, Chap. 1, Le web social, au carrefour de multiples questionnements, p.16

<sup>32</sup> *Ibid.*

millions dans le monde.<sup>33</sup> ». La « blogosphère<sup>34</sup> » est une pratique qui met en exergue « l'expression de soi en public<sup>35</sup> » et qui est généralement construite autour d'une thématique bien précise : blogue personnel, blogue de voyage, blogue politique ou journalistique... Concernant les projets collaboratifs, l'un des exemples qui représenterait le mieux ce modèle serait celui de Wikipédia qui est un « projet d'encyclopédie universelle<sup>36</sup> » et qui est selon Tim O'Reilly la substitution de Britannica Online sur le Web 1.0<sup>37</sup>. Sur Wikipédia, les internautes sont amenés à rédiger des articles concernant divers sujets : histoire, politique, économique, personnalités, art... Elle a d'ailleurs pour slogan « Le projet d'encyclopédie librement distribuable que chacun peut améliorer <sup>38</sup> » ce qui insiste sur le côté collaboratif de cette plateforme. Concernant la troisième catégorie, Kaplan, Haenlein et Proulx ont repéré les réseaux sociaux qui peuvent être distingués selon leur finalité : « amicale (comme Facebook), professionnelle (comme LinkedIn ou Viadeo), culturelle (comme MySpace) ou de rencontre (comme Match) ...<sup>39</sup> ». Dans la quatrième catégorie nous retrouvons les communautés d'échanges de contenus qui peuvent se présenter sous différentes formes ; YouTube ou Dailymotion où les contributions se font sous forme vidéo, Flickr ou Pinterest sous formes d'images. Les internautes publient généralement leur contenu sur la plateforme qui sera visible par les autres internautes.

Les deux dernières catégories présentées par Kaplan et Haenlein sont « les mondes immersifs » et « les jeux vidéo massivement multi-joueurs ». Proulx quant à lui les a rassemblés dans une seule et même catégorie appelée « metaverses ». Cette expression regroupe « [...] les jeux de rôle en ligne massivement multijoueurs (World of Warcraft, etc.), d'une part, et les simulations en trois dimensions, telles que Second Life, d'autre part.<sup>40</sup> ». Suite à cela, Proulx a ajouté une autre catégorie qui concerne les sites de ventes en ligne appelée aussi e-commerce et qui permet aux usagers de laisser un commentaire pour faire un retour sur un produit qui sera partagé avec les autres internautes.

---

<sup>33</sup> CARDON, Dominique et *al.*, « Présentation », *Réseaux*, 2006, <<https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2006-4-page-9.htm>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>34</sup> *Ibid.*

<sup>35</sup> CARDON, Dominique, DELAUNAY-TÉTEREL, Hélène, « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », *Réseaux*, 2006, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux1-2006-4-page-15.htm>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>36</sup> *Wikipédia*, <<https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>37</sup> O'Reilly, <<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>38</sup> *Wikipédia*, <<https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>39</sup> PROULX, Serge et MILLERAND, Florence, *Op. Cit.*, p.16

<sup>40</sup> RUEFF, Julien, « Où en sont les « game studies » ? », *Réseaux*, 2008, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-5-page-139.htm>>, (Consulté en avril 2017)

Suite à cette cartographie, nous remarquons l'absence d'un média social qui n'a pas été pris en considération par les auteurs, et qui, nous pensons, a une place prépondérante dans le web social : il s'agit des forums de discussions. « Le forum est avant tout un lieu d'échange et de partage. Des utilisateurs viennent y chercher des réponses à leurs questions, apporter des réponses à d'autres, discuter et échanger autour de questions ou de découvertes.<sup>41</sup> ». Leur forme correspond à la définition des médias sociaux que nous avons donnée dans la partie précédente et ils reposent aussi sur la contribution des internautes. Un septième type de média social vient alors s'ajouter à notre cartographie.

L'ensemble de ces catégories que nous venons de présenter repose toutes sur l'intervention de l'utilisateur pour créer du contenu. « Le discours sur les utilisateurs et les utilisations sont fortement marqués par l'association entre création et consommation. L'utilisateur-créateur est en fait un consommateur qui a retrouvé ses « droits ».<sup>42</sup> »

Ces plateformes, qu'elles aient un but de socialisation comme les réseaux sociaux, de partage et d'échange de contenus comme les communautés d'échange de contenus ou même ludique comme les mondes immersifs, connaissent un trafic important grâce à la contribution des internautes par le biais de contenus produits ; c'est ce qui a été communément appelé User Generated Content (UGC). Ces internautes seraient les premiers acteurs qui alimentent ces sites par la création et la publication du contenu. Ainsi, « Le contenu généré par l'utilisateur (UGC) peut être considéré comme la somme de toutes les façons dont les gens utilisent les médias sociaux.<sup>43</sup> ».

## **b. L'économie de la contribution**

« Le web social émerge dans un contexte économique que nous qualifions de capitalisme informationnel.<sup>44</sup> ». L'internaute participant à la création de flux informationnel

---

<sup>41</sup> BEAUDOUIN, Valérie, *L'ordinaire d'internet. Le web dans nos pratiques et relations sociales*, Armand Colin, 2016, Chap. 10, Forums en ligne : des espaces de co-production de la connaissance et du lien social, p.220

<sup>42</sup> BOUQUILLON, Philippe, MATTHEWS, Jacob T., *Op. Cit.*, p.52

<sup>43</sup> KAPLAN, Andreas M., HAENLEIN, Michael, « Users of the world, unite ! The challenges and opportunities of Social Media », *Science Direct*, 2010, < <http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>44</sup> PROULX, Serge, MILLERAND, Florence, *Op. Cit.*, p.17

aurait deux rôles différents. Il est d'abord « producteur de contenu<sup>45</sup> » : en créant un profil sur Facebook, en publiant des vidéos sur YouTube, en laissant des critiques et des avis sur Amazon... En même temps, il est aussi « fournisseur de données<sup>46</sup> » dans le sens où l'internaute laisse des traces numériques qui seront recueillies par la suite par les entreprises ce qui leur permettra de construire le profil de l'internaute et de lui proposer du contenu publicitaire en adéquation avec ses recherches. C'est surtout le premier rôle assigné qu'on attribue à l'internaute qui nous intéresse ici.

Dans cette même lignée de capitalisme informationnel, Bernard Stiegler définit une troisième phase du capitalisme qu'il appelle l'économie de la contribution. Cette économie serait précédée par deux autres modèles : le premier serait, selon lui, un « modèle capitaliste industriel productiviste<sup>47</sup> » qui repose essentiellement sur « [...] le productivisme et la captation des gains de productivité issus du machinisme au bénéfice exclusif de la bourgeoisie [...].<sup>48</sup> ». Ce modèle n'aura survécu qu'un siècle puisqu'il est entré en crise à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle. Une crise qui s'est poursuivie jusqu'au début du siècle suivant et qui a donné naissance à un nouveau modèle industriel après la première guerre mondiale aux Etats-Unis que B. Stiegler a appelé le modèle consumériste assimilé au Fordisme<sup>49</sup>. Cette deuxième étape industrielle a été marquée par le développement du secteur de l'industrie automobile qui a « [...] engendré le développement des réseaux routiers, enchaînant sur celui des réseaux ferrés apparus au siècle précédent. Mais [il] a également nécessité le déploiement des réseaux de distribution de films et de programmes de radio.<sup>50</sup> ». B. Stiegler estime que la crise économique de 2008 a mis fin à ce modèle consumériste et a laissé place à un nouveau modèle appelé « l'économie de la contribution<sup>51</sup> ».

---

<sup>45</sup> PROULX, Serge, *Les réseaux sociaux sur Internet à l'heure des transitions démocratiques*, Karthala, 2013, Chap. 7, Agir dans un monde fortement connecté : l'émergence de nouvelles cultures militantes dans la société de contrôle, p.148

<sup>46</sup> *Ibid.*

<sup>47</sup> *Ars Industrialis*, <<http://arsindustrialis.org/category/tags/économie-de-la-contribution>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>48</sup> STIEGLER, Bernard *et al.*, *Pour en finir avec la mécroissance. Quelques réflexions d'Ars industrialis*, Flammarion Lettres, 2009, <[https://books.google.fr/books?id=JXZTqIvKdL8C&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.fr/books?id=JXZTqIvKdL8C&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)>, (Consulté en avril 2017)

<sup>49</sup> *Ibid.*

<sup>50</sup> *Ibid.*

<sup>51</sup> *Ibid.*

Pour Ars industrialis<sup>52</sup>, l'économie de la contribution repose sur trois axes principaux<sup>53</sup> : pour le premier, il n'y a plus de clivage producteur/consommateur concernant les contributeurs participant à cette économie. En effet, « [...] la figure hybride de l'utilisateur contributeur s'impose : il n'est ni exclusivement un producteur ni seulement un consommateur.<sup>54</sup> » mais c'est plutôt, selon B. Stiegler, un amateur qui serait « [...] d'abord motivé par ses centres d'intérêt plutôt que par des raisons économiques. Il peut d'ailleurs développer une expertise plus grande que ceux qui sont motivés par des raisons économiques.<sup>55</sup> ». Ce point concernant l'aspect économique nous mène au deuxième point qui caractérise cette économie de contribution et qui concerne la monétisation du contenu produit par les contributeurs qui ne serait pas « monétarisable »<sup>56</sup> pour Ars industrialis. Enfin, le troisième point, et qui est lié au point précédent, réside dans le fait que les contributeurs n'apportent « [...] pas seulement [leur] force de travail, mais du savoir. C'est une plus-value énorme.<sup>57</sup> ».

## 2.2.Émergence et cartographie des communautés virtuelles

Ces contributeurs dont nous parlons n'ont pas nécessairement acquis une formation ou une expertise spécifique leur permettant de produire les connaissances et les contenus qu'ils publient sur Internet. En effet, « Nous entrons ainsi dans une société de la connaissance où chacun peut accéder aux savoirs qu'il recherche et les mettre en pratique.<sup>58</sup> ». De ce fait, nous pourrions qualifier ces internautes d'« amateurs ». En effet, si nous nous référons à quelques définitions données par certains auteurs à ce terme nous pouvons admettre que les contributeurs du Web social sont des amateurs. Pour Roger Odin, ce terme est marqué par une dualité :

---

<sup>52</sup> Ars industrialis (« Association internationale pour une politique industrielle des technologies de l'esprit ») est une association culturelle et philosophique française créée le 18 juin 2005 à l'initiative du philosophe Bernard Stiegler

<sup>53</sup> *Ars Industrialis*, <<http://arsindustrialis.org/vocabulaire-economie-de-la-contribution>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>54</sup> PROULX, Serge, *La contribution en ligne. Pratiques participatives à l'ère du capitalisme informationnel*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2014, Chap. 1, Enjeux et paradoxes d'une économie de la contribution, p.16

<sup>55</sup> *Rue89*, <<http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-le-grand-entretien/20130202.RUE2699/bernard-stiegler-nous-entrons-dans-l-ere-du-travail-contributif.html>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>56</sup> *Ars industrialis*, <<http://arsindustrialis.org/vocabulaire-economie-de-la-contribution>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>57</sup> *Rue89*, <<http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-le-grand-entretien/20130202.RUE2699/bernard-stiegler-nous-entrons-dans-l-ere-du-travail-contributif.html>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>58</sup> FLICHY, Patrice, *Op. Cit.*, p.8

« amateur » peut aussi bien renvoyer au passionné qu'au dilettante et au profane<sup>59</sup>. Patrice Flichy estime que « les amateurs n'ont pas de compétences précises ni de diplômes particuliers<sup>60</sup> » mais ont tout de même acquis « des savoirs et des savoir-faire qui leur permettent de rivaliser avec les experts<sup>61</sup> ». Le croisement de ces deux idées donnerait naissance selon ces deux auteurs aux « professionnels amateurs ».

Bernard Stiegler, quant à lui, défend l'idée selon laquelle les amateurs « [...] ne travaillent pas pour survivre, mais pour exister.<sup>62</sup> ». La pratique de certaines activités en amateur serait donc un moyen pour s'exprimer et c'est ce que Stiegler appelle l'« individuation psychique<sup>63</sup> ». Ces amateurs vont essayer d'argumenter et de partager leur passion avec d'autres amateurs comme eux ce qui conduit à une « individuation collective<sup>64</sup> ». Nous pouvons supposer qu'à travers ce « circuit de transindividuation », les amateurs tendront à se réunir sur la toile pour former ce qui est communément appelé « les communautés virtuelles » qui sont des « [...] agrégats sociaux qui émergent du Net lorsqu'un nombre suffisant de personnes mènent des discussions publiques assez durables pour former des réseaux interpersonnelles dans le cyberspace.<sup>65</sup> ».

Nous pouvons distinguer quatre types de communautés virtuelles selon la classification établie par Armstrong et Hagel<sup>66</sup> : des communautés de transaction, des communautés d'intérêt, des communautés de fantaisie et des communautés de relations.

Concernant le premier type de communautés, il facilite aux internautes l'achat et la vente de produits d'une part mais permet aussi d'échanger des informations relatives à certains services ou produits auxquels ils ont eu recours. Ceci nous fait penser à certains sites de ventes de produits et qui permettent aussi aux internautes de laisser leurs avis et une note comme Amazon, eBay ou Cdiscount. D'autres encore, permettent de noter des services comme des hôtels ou des

---

<sup>59</sup> ODIN Roger, « La question de l'amateur dans trois espaces de réalisation et de diffusion », *Communications*, 1999, <[http://www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1999\\_num\\_68\\_1\\_2030](http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1999_num_68_1_2030)>, (Consulté en avril 2017)

<sup>60</sup> FLICHY, Patrice, *Op. Cit.*, p.7

<sup>61</sup> *Ibid.*, p.8

<sup>62</sup> STIEGLER Bernard, « Le temps de l'amatorat », *Alliage*, 2011, <<http://revel.unice.fr/alliage/index.html?id=3272>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>63</sup> *Ibid.*

<sup>64</sup> *Ibid.*

<sup>65</sup> RHEINGOLD, Howard, *The Virtual Community : Homesteading on the Electronic Frontier*, MIT Press, Cambridge, 2000, p.20 Cité dans MERCANTI-GUÉRIN, Maria, « Analyse des réseaux sociaux et communautés en ligne : Quelles applications en marketing ? », *Management & Avenir*, 2010, <<http://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2010-2-page-132.htm>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>66</sup> ARMSTRONG, Arthur, HAGEL, John, « The real value of on-line communities », *Harvard Business Review*, 1996, <<https://hbr.org/1996/05/the-real-value-of-on-line-communities>>, (Consulté en avril 2017)

restaurants mais aussi de réserver comme TripAdvisor ou Booking. L'ensemble de ces plateformes concerne ce que nous avons appelé précédemment les médias sociaux de E-commerce. Le deuxième type de communautés est la communauté d'intérêt qui « réunit des gens qui partagent un intérêt commun. Ces communautés impliquent un degré de communication personnel plus élevé que celui de la communauté de transaction.<sup>67</sup> » [Notre traduction]. Nous pouvons retrouver ce genre de communautés sur les réseaux sociaux : Facebook, LinkedIn, Viadeo... « Facebook à lui seul est considéré comme une communauté, dans laquelle se créent de petites communautés.<sup>68</sup> ». En effet, ces communautés peuvent prendre la forme de « page » ou de « groupe ». Ainsi, les fans d'une série, d'un groupe de musique ou d'une activité sportive peuvent créer un groupe sur ce réseau social afin de partager des informations ou des productions qu'ils ont eux même créées sur ce groupe de musique. Certains groupes sur Facebook mettent en relation des particuliers qui souhaiteraient vendre ou acheter des meubles, des voitures, des téléphones, des vêtements... Nous pouvons également trouver des pages qui fonctionnent comme les blogues sur divers sujets. Le troisième type qui concerne les communautés de fantaisie, permet de créer un décor ou/et des personnages et de laisser place à l'imagination des internautes pour produire une histoire. Ceci nous fait penser à des jeux en 3D comme les Sims ou encore Second Life. Enfin, nous avons les communautés de relation au sein desquelles les internautes partagent avec les autres internautes des expériences personnelles. Nous retrouvons ce type de communautés notamment dans les blogues où chez les blogueurs « [...] y expriment sous des formes variées certains traits de leur identité afin de mettre cette production au service de la sélection, de l'entretien et de l'enrichissement de leur répertoire de contacts.<sup>69</sup> » mais aussi sur certains forums tels que ceux dédiés à la médecine comme Doctissimo où « les participants interviennent sur le forum au titre de leur expérience personnelle : les échanges sont centrés sur le vécu propre de l'intervenant ou de ses proches.<sup>70</sup> ». Ce type de communauté présenté par Armstrong et Hagel est différent de celui des « communautés de partage d'expérience » proposé par Flichy. En effet, pour ce dernier, ces communautés « fournissent des avis sur ce que les économistes appellent des « biens

---

<sup>67</sup> *Ibid.*

<sup>68</sup> GOZLAN, Angélique, « Facebook : De la communauté virtuelle à la haine », *Tropique*, 2013, <<http://www.cairn.info/revue-topique-2013-1-page-121.htm>>, (Consulté en mai 2017)

<sup>69</sup> CARDON, Dominique, DELAUNAY-TÉTEREL, Hélène, « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », *Réseaux*, 2006, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux1-2006-4-page-15.htm>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>70</sup> CLAVIER, Viviane *et al.*, *Web social. Mutation de la communication*, Presses de l'Université du Québec, 2010, Chap. 19, Dynamiques interactionnelles et rapports à l'information dans les forums de discussion médicale, p.299

d'expérience », c'est-à-dire des objets dont la qualité ne peut être décrite à priori : les livres, la musique, les films ou encore des productions photographiques.<sup>71</sup> » alors que les communautés dont il est question ici vont plutôt s'articuler autour des blogs et des forums en se basant sur une expérience personnelle.

Néanmoins, nous remarquons l'absence d'une communauté qui n'a pas été évoquée par Armstrong et Hagel. Elle concerne les plateformes qui reposent sur la technologie Wiki permettant une écriture collaborative concernant un sujet donné. Parmi ces plateformes nous pouvons citer l'exemple de Wikipédia mais aussi les WikiRomans qui regroupent plusieurs activités comme « écrire l'histoire, bien sûr, mais également vérifier sa cohérence, l'ordre d'apparition des personnages, l'orthographe...<sup>72</sup> ». Nous les appellerons « communautés d'écriture collective ».

Suite à cette cartographie des différentes communautés virtuelles, nous remarquons que certaines communautés peuvent interagir avec d'autres. En effet, nous pouvons trouver certains blogues ou forums dans les communautés de relation qui pourraient interagir avec deux communautés différentes. Nous pouvons retrouver sur certains blogues, dédiés à la mode par exemple une utilisation de liens externes pour renvoyer sur un site d'une marque de vêtements ou de cosmétiques avec les avis de la bloggeuse en question ce qui nous fait penser aux communautés de transaction. Ces blogues, peuvent aussi réunir des internautes qui portent un intérêt commun à une activité, une passion, un loisir, une cause... ce qui rejoint le mode de fonctionnement des communautés d'intérêt. Comme nous l'avons souligné précédemment, ces communautés de relation réunissent des internautes qui vont partager une expérience personnelle avec d'autres. Ceci dit, cette forme d'expression ne se fait pas uniquement sous forme de texte (comme dans le cas des blogues) mais peut aussi se faire sous forme vidéo à travers les plateformes comme YouTube ou Dailymotion. Partant du même principe que les blogues, des individus vont se filmer afin de parler d'un sujet donné et publieront par la suite leurs vidéos sur les communautés d'échanges de contenus vidéos. Ce genre de créations est généralement appelé « tutoriel » ou « tuto ». Dans beaucoup de cas ces expériences peuvent concerner un produit culturel ou cosmétique, un jeu, un service... qu'a été testé. Ceci crée d'une

---

<sup>71</sup> FLICHY, Patrice, *Op. Cit.*, p.66

<sup>72</sup> DELACROIX, Jérôme, *Les Wikis. Espaces de l'intelligence collective*, M21 Editions, Paris, 2005, p.93

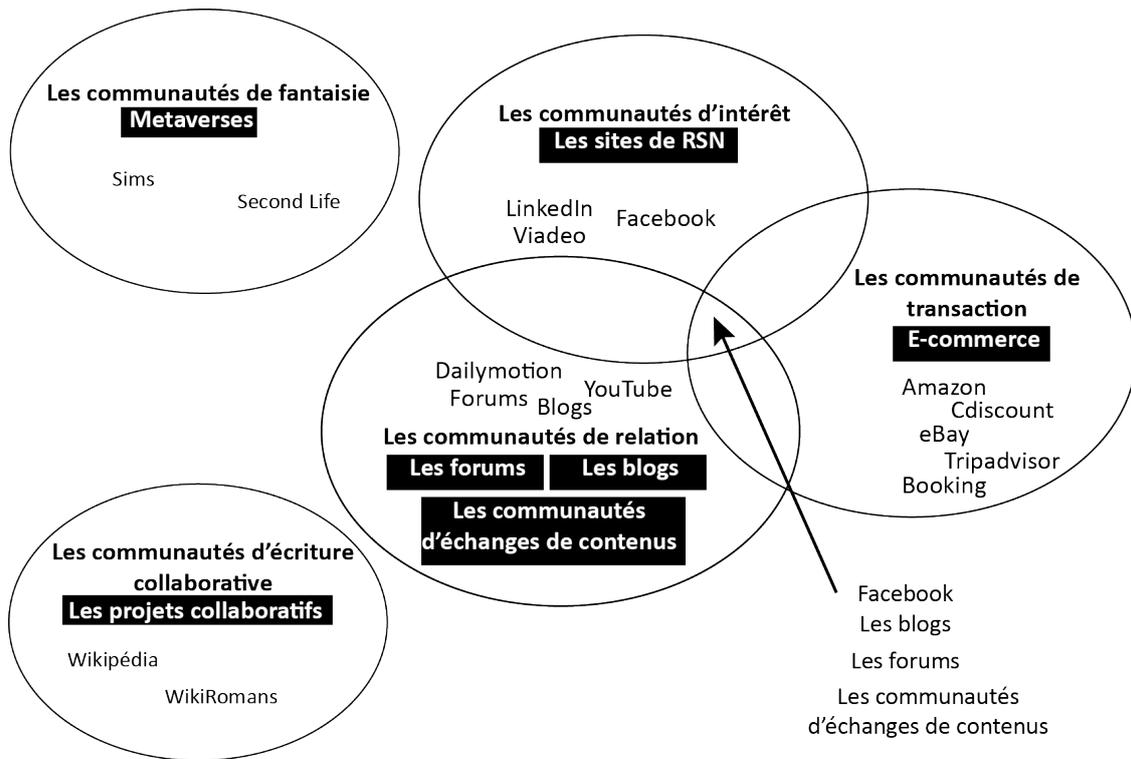
part une communauté qui partage le même intérêt mais aussi une communauté qui évalue et recommande les produits testés et aurait donc pour finalité l'aboutissement d'une transaction.

Afin de clarifier ce que nous venons d'expliquer et de le simplifier, nous allons essayer de le représenter sous forme de tableau.

**Tableau 1: Croisement entre les communautés virtuelles et les médias sociaux**

	<b>Exemples de sites et de plateformes</b>	<b>Types de médias sociaux correspondant</b>
<b>Les communautés de transaction</b>	Amazon eBay Cdiscount Tripadvisor Booking Blogues Tutoriels YouTube Facebook	- E-commerce - Les blogues - Les forums - Les communautés d'échanges de contenus - Les sites de RSN
<b>Les communautés d'intérêt</b>	Facebook Les groupes Facebook LinkedIn Viadeo Blogues Tutoriels YouTube	- Les sites de RSN - Les blogues - Les communautés d'échanges de contenus
<b>Les communautés de fantaisie</b>	Sims Second life	- Metaverses
<b>Les communautés de relations</b>	Blogues Forums Tutoriels YouTube	- Les blogues - Les forums - Les communautés d'échanges de contenus
<b>Les communautés d'écriture collective</b>	Wikipédia WikiRomans	- Les projets collaboratifs

Ce tableau nous permet d'observer les interactions possibles entre les différentes communautés. Nous allons à présent essayer de croiser et de classifier les sept types de médias sociaux que nous avons relevés dans la partie précédente ainsi que les cinq types de communautés que nous venons d'évoquer ci-dessus afin de voir à quel média social pourrait correspondre chaque communauté en prenant en compte les interactions possibles.



**Figure 1: Interactions entre les différentes communautés virtuelles**

Le schéma ci-dessus est une sorte de récapitulatif qui reprend les différents aspects que nous avons évoqués jusqu'à présent à savoir : les médias sociaux, les types de communautés virtuelles ainsi que les interactions possibles entre elles.

### 3. Les motivations aux pratiques contributives

Comme nous l'avons souligné précédemment, l'économie de la contribution repose sur trois points essentiels qui sont l'affaîssement de la frontière entre producteur et consommateur, la non-monétisation du contenu produit par les internautes et le savoir-faire des internautes. Cependant, s'il n'existe pas de rémunération aux pratiques contributives, dans quels buts les contributeurs génèrent-ils du contenu ?

S. Proulx estime que « dans le cas d'une majorité d'internautes contributeurs, leurs motivations sont [...] non monétaires.<sup>73</sup> ». Néanmoins, il existe d'autres avantages qui les

<sup>73</sup> PROULX, Serge, *La contribution en ligne. Pratiques participatives à l'ère du capitalisme informationnel*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2014, Chap. 1, Enjeux et paradoxes d'une économie de la contribution, p.19

motiveraient à donner de leurs temps pour publier du contenu sur Internet. « L'une des motivations les plus fréquentes consiste à éprouver le plaisir de « faire partie d'une communauté » orientée vers le même type de champs d'intérêt ou de goûts partagés.<sup>74</sup> ». Cette appartenance à une communauté peut amener à la « formation de nouveaux liens de sociabilité, de connaissance réciproque ou d'amitié.<sup>75</sup> » que nous pouvons trouver dans les communautés de relation et d'intérêt par exemple. La deuxième motivation, toujours selon S. Proulx, serait en une envie de partager avec un cercle proche ou plus élargi dans le but d'avoir une reconnaissance auprès des pairs et une réputation auprès du public d'internautes qui se forme avec leur réaction qui peut prendre différentes formes : aimer la publication (un bouton permettant aux internautes de signaler qu'ils aiment la publication que nous retrouvons sur plusieurs plateformes), laisser un commentaire, la publier... Enfin, S. Proulx parle d'un « sentiment altruiste » qui se fait sous forme d'évaluation ou de recommandation de produits ou de services (tels que les hôtels et les restaurants par exemple) que nous pouvons retrouver chez les communautés de transaction.

## **II. Typologie et cartographie de l'évaluation sur internet**

### **1. Différentes formes d'évaluation**

Dans la partie précédente, nous avons évoqué la contribution gratuite des internautes qui « [...] donne lieu à la constitution de biens informationnels publics librement accessibles.<sup>76</sup> ». Parmi les communautés que nous avons dégagées, nous avons relevé la communauté de transaction qui concerne les sites de E-commerce. Les internautes peuvent y laisser leurs avis sur un produit ou un bien donné. Ce système d'évaluation appelé aussi système « de recueil de notes et d'avis de consommateurs<sup>77</sup> » est une forme de participation « [...] ayant connu un succès croissant au cours de la décennie passée, au point d'être [omniprésente] sur le web.<sup>78</sup> ». Les sites qui permettent aux internautes de laisser des notes et des avis seraient donc un prolongement de « [...] la dynamique du web participatif dont ils sont issus. La dimension

---

<sup>74</sup> *Ibid.*, p.20

<sup>75</sup> *Ibid.*

<sup>76</sup> BEAUVISAGE, Thomas *et al.*, « Notes et avis des consommateurs sur le web. Les marchés à l'épreuve de l'évaluation profane », *Réseaux*, 2013, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2013-1-page-131.htm>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>77</sup> *Ibid.*

<sup>78</sup> *Ibid.*

« démocratique » de cette forme d'évaluation est régulièrement mise en avant et valorisée.<sup>79</sup> ». C'est cette forme de contribution qui nous intéresse et que nous comptons étudier lors de ce mémoire.

L'évaluation peut prendre trois formes différentes<sup>80</sup> : la notation, le commentaire et la recommandation.

La première forme d'évaluation, la notation, est rendue possible par les moyens techniques que met le site à la disposition des internautes. Ces derniers accordent une note généralement qui va de 1 à 5 qui sera présentée sous forme d'étoiles ou d'autres formes similaires<sup>81</sup> permettant par la suite le classement des produits ou des services selon la note accordée. Après avoir noté le produit, l'internaute peut rédiger un commentaire pour expliquer le pourquoi de cette note mais peuvent également « [...] donner lieu à des récits relativement personnels indiquant les circonstances et les modes d'appropriation d'un objet, ou encore le ressenti par rapport à une relation de service.<sup>82</sup> ». Cette forme d'évaluation n'est pas nouvelle et remonte à l'année 1996 où elle a été proposée par Amazon<sup>83</sup>.

Généralement, ces deux formes que nous venons de présenter sont indissociables. Le système de notation qui repose sur une agrégation algorithmique et le système de commentaire donnent lieu à deux dimensions qui sont « une dimension arithmétique (l'agrégation des notes) et une dimension expressive (la rédaction libre d'un avis).<sup>84</sup> »

La dernière forme d'évaluation en ligne à laquelle fait référence V. Cardon est la recommandation. Elle est définie par « [...] l'adressage du produit à d'autres internautes choisis.<sup>85</sup> » rendue possible par les algorithmes. Un algorithme « [...] opère un ensemble de calculs à partir de gigantesques masses de données (les « big data »). Il hiérarchise l'information, devine ce qui nous intéresse, sélectionne les biens que nous préférons et s'efforce

---

<sup>79</sup> CARDON, Vincent, « La guerre des étoiles. La réputation hôtelière à l'épreuve du web contributif », *Cairn*, 2015, <<http://www.cairn.info/revue-anthropologie-des-connaissances-2015-1-page-39.htm>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>80</sup> *Ibid.*

<sup>81</sup> Cf. Annexe 4, p.82

<sup>82</sup> *Ibid.*

<sup>83</sup> CARDON, Vincent, « La guerre des étoiles. La réputation hôtelière à l'épreuve du web contributif », *Cairn*, 2015, <<http://www.cairn.info/revue-anthropologie-des-connaissances-2015-1-page-39.htm>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>84</sup> BEAUVISAGE, Thomas *et al.*, « Notes et avis des consommateurs sur le web. Les marchés à l'épreuve de l'évaluation profane », *Réseaux*, 2013, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2013-1-page-131.htm>>, (Consulté en avril 2017)

<sup>85</sup> *Ibid.*

de nous suppléer dans de nombreuses tâches.<sup>86</sup>». Afin de mieux expliquer ce type de recommandation, nous pouvons citer le cas des sites de E-commerce. L'internaute peut se voir proposé des livres à acheter sur Amazon, eBay ou Cdiscount avant même qu'il ne fasse la recherche ; « [...] forte de ses calculs, l'entreprise pense savoir ce que nous voudrions lire.<sup>87</sup> ». Ceci est valable pour tous les produits et les services commercialisables sur internet. Lors des recherches l'internaute laisse des traces que les entreprises récupèrent par la suite. Ces données leur permettent de construire le profil de l'internaute et de lui recommander des produits en adéquation avec ce qu'il recherche.

## 2. Emergence d'une nouvelle forme d'évaluation sur internet

Nous retenons, d'après ce que nous venons d'énoncer dans la partie précédente, trois formes différentes d'évaluation. Les deux premières, la notation et le commentaire sont exercées par l'internaute. La dernière, la recommandation, est gérée par les algorithmes. Toutefois, ce qui nous intéresse dans notre recherche, c'est les évaluations générées par les internautes. Nous assistons à l'émergence d'une nouvelle forme d'évaluation qui a vu le jour beaucoup plus tard que les autres formes que nous avons évoquées et qui est l'évaluation à travers les tutoriels. Elle reprend le principe de la notation et du commentaire mais se présente sous forme audiovisuelle. Les internautes, qui, a priori, comme nous les avons présentés précédemment, n'ont pas de compétences proprement dites dans ce domaine, se filment ou filment le produit en question pour partager leur expérience avec les autres internautes. S'en suit une recommandation ou non du produit. Bien que ces contributeurs « [...] ne bénéficient d'aucune compétence particulière pour évaluer le produit, leurs « prises de parole » semblent plus pertinentes et plus crédibles que les informations émanant des sources institutionnelles.<sup>88</sup> ».

Nous retrouvons cette forme d'évaluation chez les communautés d'échanges de contenu notamment sur les « plateformes de distribution et de diffusion de contenus numériques » comme YouTube ou Dailymotion. Le principe est de se filmer pour partager avec les autres internautes son point de vue en évoquant son expérience sur un produit donné. Cette forme

---

<sup>86</sup> CARDON, Dominique, *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, Seuil, Condé-sur-Noireau, 2015, p.7

<sup>87</sup> *Ibid.*, p.16

<sup>88</sup> BICKART, Barbara, SCHINDLER, Robert M., *Internet forums as influential sources of consumer information*, Journal of Interactive Marketing, 2001 **Cité dans** ARDELET, Caroline, BRIAL, Bérangère, « Influence des recommandations d'internautes : le rôle de la présence sociale et de l'expertise », *Recherche et Applications en Marketing*, 2011, <<https://hal-upec-upem.archives-ouvertes.fr/hal-01258971>>, (Consulté en mai 2017)

d'évaluation serait peut-être plus dure à classer puisque qu'elle repose sur un autre format. Nous ne retrouvons donc pas le système d'étoiles et de commentaires que nous avons évoqué ci-dessus. Les internautes se retrouvent conditionnés à regarder la vidéo pour avoir accès à l'évaluation de la personne filmée.

Les thèmes abordés sont multiples et diversifiés, ainsi nous pouvons trouver des jeunes filles passionnées par la mode et les cosmétiques qui vont même jusqu'à se faire filmer en train d'essayer un des produits qu'elles évaluent, des fans de jeux vidéo qui vont consacrer leurs vidéos à présenter les meilleurs et les pires jeux, les cinéphiles qui se lancent dans des critiques cinématographiques, les amateurs de littérature qui prennent le temps de critiquer des livres qu'ils ont lu...

Comme nous l'avons expliqué dans l'introduction de ce mémoire, la communauté qui nous intéresse est celle des passionnés de littératures qui se nomment Booktubers pour des raisons que nous avons étalées au tout début de cette réflexion.

L'évaluation faite sur les sites de E-commerce aurait un but de transaction. En effet, « les recommandations d'internautes auraient alors plus d'influence sur les comportements des internautes qui les consultent que les recommandations des marques, des experts ou des journalistes.<sup>89</sup> ». Bien évidemment, notre but ici ne sera pas de voir si les BookTubes ont une influence sur les ventes des livres mais plutôt d'adopter une démarche communicationnelle et de nous placer des côtés des Booktubeseuses afin de mieux comprendre cette pratique.

---

<sup>89</sup> *Ibid.*

## **Chapitre 2 : La critique littéraire amateur sur Internet : entre partage de passion et professionnalisation**

Afin d'étudier plus en profondeur la question du partage de la passion, de la socialisation ainsi que celle de la professionnalisation, nous allons faire appel à notre terrain d'étude afin de pouvoir trouver les éléments théoriques qui correspondent à notre cas et nous permettrons d'appréhender l'étude de notre terrain dans la deuxième partie de ce mémoire. En effet, comme souligné dans l'introduction de ce mémoire, l'absence d'écrits et de recherches sur « Le Booktubing » qui reste une pratique assez récente nous contraint à faire un va-et-vient entre théorie et terrain.

### **I. Brouillage des frontières entre Youtubeurs et Booktubeurs**

Youtubeurs et Booktubeurs utilisent la même plateforme pour publier leurs contenus. Nous pouvons supposer qu'ils ont des usages en commun. Néanmoins, n'ayant pas les mêmes buts et appartenant à des communautés différentes, ils feraient donc appel à des stratégies différentes pour promouvoir leurs vidéos. Sans vouloir prétendre à l'exhaustivité, nous allons essayer de relever certains points de convergence et de divergence entre Youtubeurs et Booktubeurs.

#### **1. Points de convergence**

L'un des points en commun entre Youtubeurs et Booktubeurs est sûrement celui du cadrage. En effet, ces derniers se filment dans la plupart des cas face à la caméra qui est placée à la hauteur des yeux en privilégiant les plans rapprochés épaules ou poitrines. Le lieu du tournage est généralement un lieu intime et privé c'est-à-dire la chambre à coucher, le salon ou une autre pièce du logement<sup>90</sup>. Néanmoins, l'arrière-plan change d'un Youtubeur à un autre : les Youtubeuses mode ou beauté vont essayer de se filmer devant leurs produits cosmétiques, les Booktubeurs le dos face à leurs bibliothèques ou étagères remplies de livres... Nous pouvons dire que Booktubeurs et Youtubeurs illustrent des codes esthétiques en commun (qui peuvent être différents sur certains points comme nous venons de le faire remarquer).

---

<sup>90</sup> Cf. Annexe 5, p.83

Le deuxième point de convergence que nous pouvons retrouver chez les deux communautés c'est les compétences techniques. En effet, amateurs pour la majorité, dans le sens où ils n'ont pas de formation ou une expertise précise en montage, tournage... cependant ils ont développé des compétences qui leur permettent de produire un contenu qui n'a rien à envier aux productions professionnelles.

Le dernier point que nous avons relevé concerne la monétisation des vidéos qui est rendue possible sur YouTube. Avec le programme YouTube Partner, la plateforme permet à ses usagers, ayant une chaîne, et qui publient du contenu de le monétiser de différentes manières et particulièrement « [...] grâce aux annonces, aux abonnements payants et au merchandising.<sup>91</sup> ». Ce programme offre aussi la possibilité aux internautes de « développer [leurs] sources de revenus<sup>92</sup> ». Cette première fonction permet de choisir le type de contenu publicitaire pour monétiser ses vidéos. Pour ce faire, YouTube a développé trois stratégies différentes. La première est la publicité « InStream » qui présente une annonce avant le début du contenu (Pre-Roll), pendant (Mid-Roll) ou à la fin de la vidéo (Post-Roll)<sup>93</sup>. Les annonces durent généralement entre 15 et 30 secondes. Le second type d'annonce que propose YouTube est ce qu'ils appellent « TrueView ». Il s'agit d'une annonce facultative que l'internaute peut ignorer. Le troisième type d'annonce est le « In Video ». Il s'agit d'une annonce sous forme de bannière qui présente du texte en bas de l'écran. Bien évidemment, pour recourir à ces types de monétisations, l'internaute doit posséder les droits d'exploitation du contenu.

## 2. Points de divergence

Le terme « Youtubeur » définit toute personne qui publie des vidéos sur la plateforme. Nous pouvons trouver des Youtubeurs qui s'intéressent aux jeux vidéo, d'autres à la mode ou d'autres encore qui font des vidéos humoristiques comme « Norman », « Cyprien », « Golden Moustache » ... La particularité du terme « Booktueur » est qu'il définit déjà le sujet des vidéos à travers l'association de deux termes qui sont « Book » en référence aux livres et « Tueur » en référence aux « Youtubeurs ». Nous nous intéresserons ici à analyser les données, que nous pouvons désigner de statiques, saisies par le propriétaire de la chaîne dans le but de

---

<sup>91</sup> *Support Google*, <<https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=fr>>, (consulté en juin 2017)

<sup>92</sup> *Ibid.*

<sup>93</sup> YouTube, *Partenaires YouTube: Guide pour la configuration de votre compte*, <[https://www.youtube.com/watch?v=u\\_zO\\_-x3qb8](https://www.youtube.com/watch?v=u_zO_-x3qb8)>, (consulté en juin 2017)

se présenter aux autres internautes. Nous avons relevé trois éléments qui nous ont semblé pertinents et importants à analyser qui sont le nom de la chaîne, la photo qui la représente ainsi que la description.

### 2.1.Nom des chaînes

Comme nous l'avons souligné, le terme Booktube délimite d'ores et déjà le domaine d'activité des internautes et leur appartenance à une communauté bien particulière. Cependant, les noms des chaînes viennent aussi renforcer cette appartenance. La figure 2 ci-dessous nous permet de voir le nombre de chaîne qui ont une appellation en lien direct avec le livre.

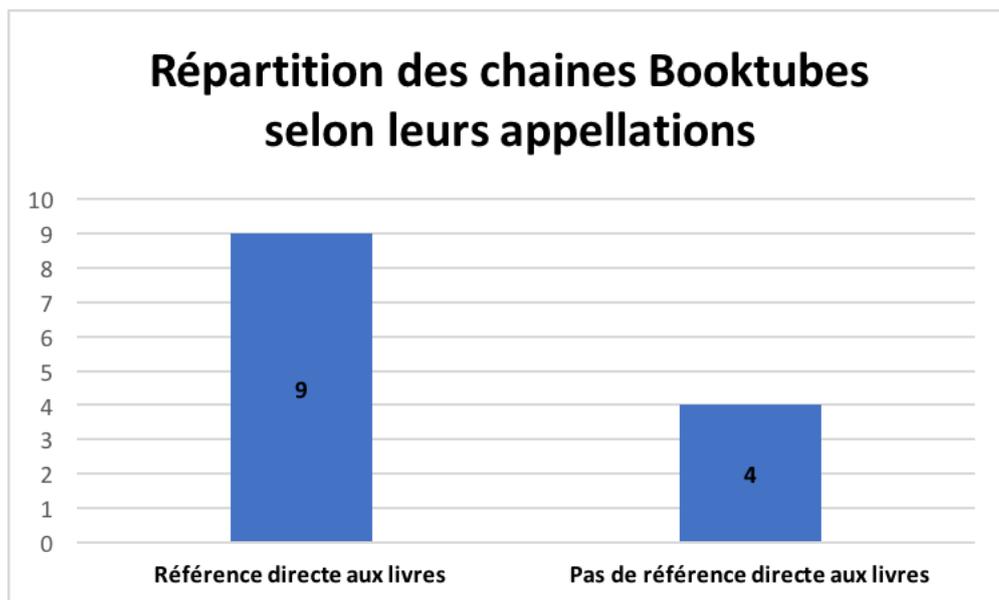
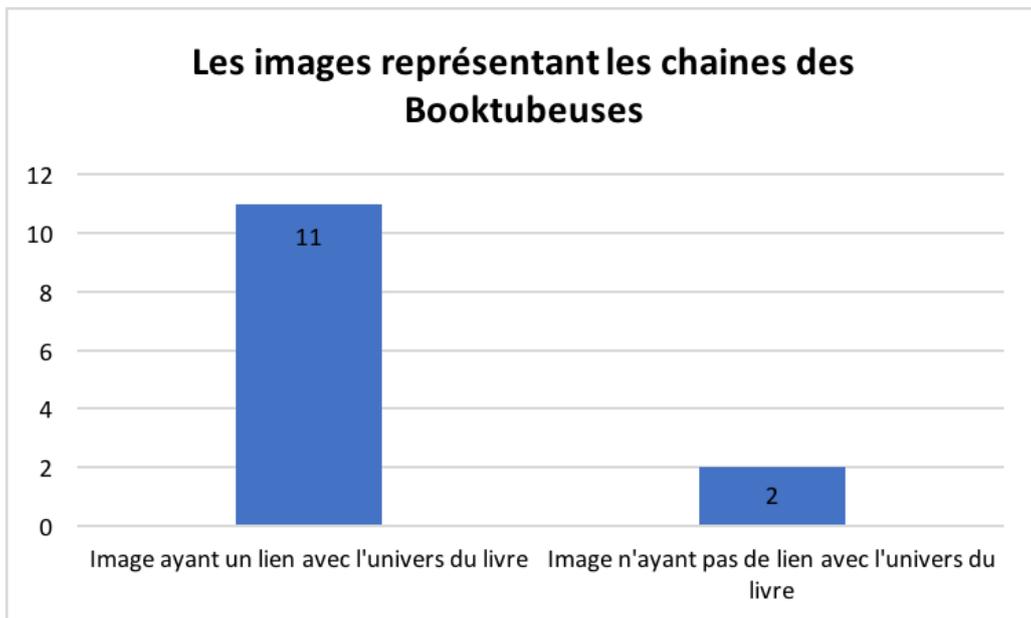


Figure 2: Répartition des chaînes Booktubes selon leurs noms

Sur les treize chaînes de Booktubeuses tunisiennes que nous avons retrouvées ; neuf d'entre elles ont choisi un nom pour leur chaîne qui fait référence aux livres ou à la passion de la lecture comme « Amal Books », « A Tunisian Reader », « Serial reader/Liseuse en série », « Livrement moi », « Books lovers », « Drunk in books », « Sahar reads » ou encore « Asma lecture » ou « Asma's recommendations ». Quatre chaînes n'ont pas de référence directe aux livres ou à la lecture ; deux d'entre elles ont opté pour une appellation assez classique c'est-à-dire en utilisant leurs noms et leurs prénoms et deux autres par des pseudos.

## 2.2. Visuels illustrant les chaînes

La plateforme YouTube permet aussi aux internautes ayant des chaînes de mettre des visuels les représentant un peu comme le principe des réseaux sociaux et plus particulièrement comme celui de Facebook. Ainsi, les Booktubeurs peuvent choisir une photo de petite taille sous forme d'un carré qui leur permet d'illustrer la chaîne et une autre photo, plus grande, sous forme rectangulaire que les internautes verront lors de la consultation du profil du Booktubeurs. Nous avons parcouru l'ensemble des chaînes tunisiennes consacrées à la critique littéraire afin de voir les visuels que choisissent leurs propriétaires que nous avons schématisé dans la figure 3 ci-dessous.



**Figure 3: Les images représentant les chaînes des Booktubeuses**

Onze Booktubeuses sur treize ont choisi de représenter leur chaîne par une photo qui fait référence aux livres. Ces photos peuvent être soit sous forme de selfie sur lequel nous apercevons la Booktubeuse avec un livre soit une photo de la Booktubeuse devant sa bibliothèque. Nous avons également relevé des illustrations qui mettent en scène des livres. Les deux autres ont choisi de mettre simplement un selfie ou une photo avec le nom de leur chaîne.

### 2.3. La description de la chaîne

Parmi les fonctionnalités que propose YouTube, nous en avons relevé une qui nous semble intéressante mais aussi importante puisqu'elle permet aux internautes ayant des chaînes de se présenter en quelques lignes ; il s'agit de la rubrique « A propos ». Le graphique ci-dessous (figure 4) nous permet de faire une répartition des Booktubeuses selon celles qui utilisent ou non cette fonctionnalité.

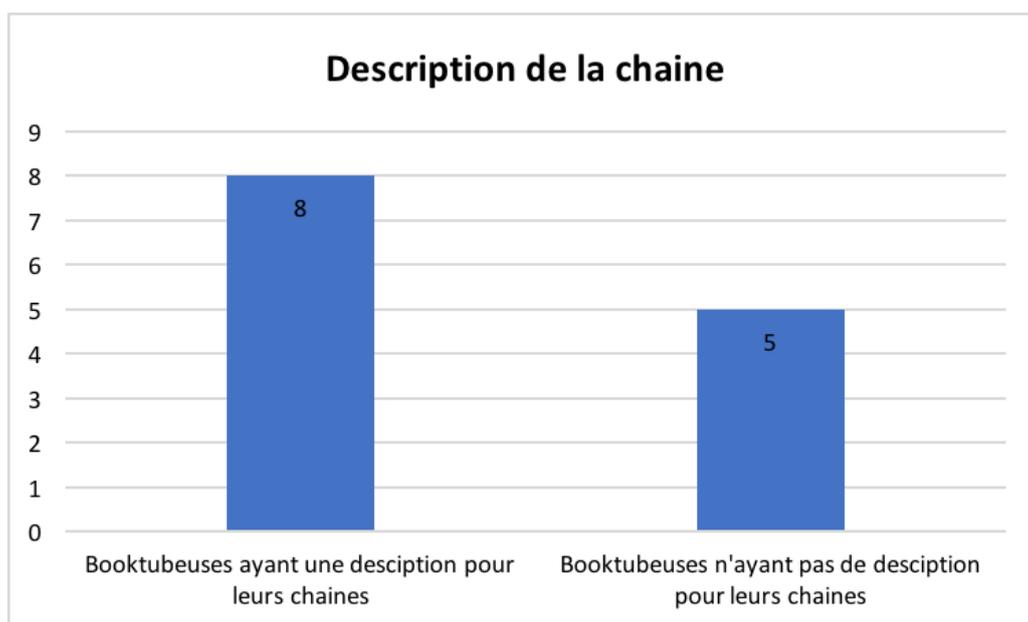
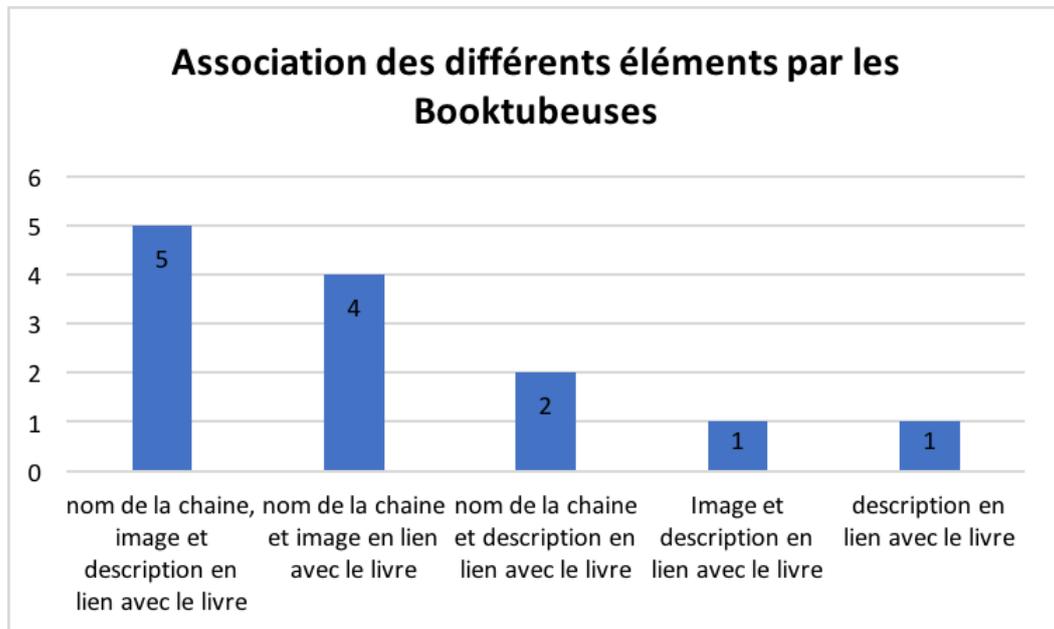


Figure 4: Description de la chaîne

Le schéma nous permet de dire que seulement cinq Booktubeuses sur les treize n'utilisent pas cette fonctionnalité et n'ont rien écrit. Pour les autres, nous avons remarqué une mise en avant de cette passion ; « My name is X and I am a bookaholic (and proud) » ; « I'm just a Tunisian girl reading books and talking about them on my blog and on youtube. » ; « Lectrice avide » ; « Passionnée de lecture » ; « J'ai créé cette chaîne pour partager avec vous ma passion et aussi mes pensées » ; « Passionnée de lecture, j'ai l'occasion, grâce à booktube, de partager avec vous mes coups de cœur mais également mes déceptions. »...

Nous allons à présent essayer de récapituler l'ensemble de ces trois éléments que nous venons d'évoquer sous forme de schéma. La figure 5 ci-dessous nous montre que neuf Booktubeuses sur treize accordent de l'importance au nom choisi pour leur chaînes et pour les

images qui les représentent. Parmi ces neuf, nous retrouvons cinq personnes qui accordent de l'importance aussi à la description de la chaîne.



**Figure 5: Association des différents éléments par les Booktubeuses**

Mis à part ces éléments que nous venons d'évoquer, nous avons, également, relevé l'utilisation d'un vocabulaire particulier qui caractérise les Booktubeuses. Ce vocabulaire est mis en évidence soit dans les titres des vidéos ou alors dans le discours des Booktubeuses. Ainsi pour parler des livres qu'elles vont lire, les Booktubeuses vont dire « PAL » (Pile à Lire), le mot « Bookhaul » lui consiste à filmer les dernières acquisitions. L'utilisation d'un vocabulaire spécifique et partagé par la communauté des Booktubeuses renforcerait le sentiment d'appartenance à ce groupe et pourrait être considéré comme un moyen pour forger l'identité de ces internautes. En effet, « vocabulaire et expressions spécifiques constituent des marqueurs identitaires forts.<sup>94</sup> »

### 3. Création d'une identité numérique propre aux Booktubeuses

L'ensemble de ces éléments que nous venons de dégager regroupant noms des chaînes, photos choisies, descriptions rédigées par les propriétaires des chaînes, utilisation d'un vocabulaire spécifique ainsi que certains éléments esthétiques permettent de créer une identité

<sup>94</sup> FLICHY, Patrice, *L'imaginaire d'Internet*, La Découverte, Paris, 2001, p.108

propre aux Booktubeuses leur permettant de se distinguer des autres Youtubeurs, ou encore ce que Fanny Georges appelle « l'identité déclarative<sup>95</sup> ». Ces éléments pourraient constituer de « [...] puissants instruments de reconnaissance et d'affiliation aux autres [...] »<sup>96</sup>.

Dans leur article « Express yourself ! », L. Allard et F. Vandenberghe ont analysé la question de « l'individualisme expressif » qui se manifeste à travers les pages personnelles. Par page personnelle ils renvoient aux « Weblog, joueb ou blog [...] développées à l'origine à partir d'un logiciel d'autopublication [...]. [les pages personnelles] se présentent donc comme des journaux avec des textes personnels ordonnés chronologiquement auxquels le lecteur peut réagir en postant des commentaires et proposent des liens hypertextes vers d'autres sites, d'autres weblog de la « blogosphère » liés aux thèmes abordés et informations délivrées.<sup>97</sup> ». Dans cette lignée, nous pouvons considérer que les chaînes des Booktubeuses adoptent le même fonctionnement et la même organisation qu'une page personnelle. En effet, tout comme les pages personnelles, les chaînes des Booktubeuses sont perçues « [...] comme un lieu d'exposition de soi, plutôt qu'un lieu d'interaction, bien que cette présentation soit orientée vers l'établissement de la relation.<sup>98</sup> ». Ces chaînes sont supposées être des espaces où le créateur sera amené à construire « [...] son identité – par bricolage et assemblage, comme un bric-à-brac identitaire fait de bricolages esthétiques ordinaires.<sup>99</sup> ». Les différents points que nous avons relevés dans la partie précédente pourraient correspondre dans notre cas à ces éléments qui participent à la construction et à la formation de l'identité des membres de cette communauté.

---

<sup>95</sup> GEORGES, Fanny, « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, 2009, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-2-page-165.htm>>, (Consulté en mai 2017)

<sup>96</sup> CARDON, Dominique, « Le design de la visibilité », *Réseaux*, 2008, <[http://www.cairn.info/article.php?ID\\_REVUE=RES&ID\\_NUMPUBLIE=RES\\_152&ID\\_ARTICLE=RES\\_152\\_0093](http://www.cairn.info/article.php?ID_REVUE=RES&ID_NUMPUBLIE=RES_152&ID_ARTICLE=RES_152_0093)>, (Consulté en mai 2017)

<sup>97</sup> ALLARD, Laurence, VANDENBERGHE, Frédéric, « Express yourself ! Les pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité reflexive peer to peer », *Réseaux*, 2003, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux1-2003-1-page-191.htm>>, (Consulté en juin 2017)

<sup>98</sup> BEAUDOUIN, Valérie, VELKOVSKA, Julia, « Constitution d'un espace de communication sur Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...) », *Réseaux*, 1999, <[http://www.persee.fr/doc/reso\\_0751-7971\\_1999\\_num\\_17\\_97\\_2169](http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1999_num_17_97_2169)>, (Consulté en juin 2017)

<sup>99</sup> ALLARD, Laurence, VANDENBERGHE, Frédéric, *Op. Cit.*

## II. Partage de la passion

### 1. Passion et engagement

La critique et la recommandation littéraire émanent d'une passion qui est la lecture. Ainsi, « [...] être un passionné signifie être engagé dans une pratique exigeante qui donne du sens à l'existence [...].<sup>100</sup> ». Pour O. Donnat, la passion se distingue sous deux formes différentes. La première forme qu'il a appelée « le modèle du jardin secret<sup>101</sup> » correspond à ceux qui sont parvenus à équilibrer passion et vie familiale et/ou professionnelle. Le second modèle qui est « l'engagement total [...] s'inscrit en général dans un discours où la dimension d'excès est souvent présente.<sup>102</sup> » et qui pourrait dans certains cas se traduire par la professionnalisation de la passion<sup>103</sup>. Le premier modèle conduit généralement à la construction d'une identité propre à la personne indépendamment des identités statutaires. Le deuxième modèle quant à lui « [...] apparaît comme le pivot autour duquel s'est organisé l'ensemble de l'existence de la personne.<sup>104</sup> ». Donnat évoque dans son article les passions culturelles traditionnelles pratiquées dans un cadre domestique ou associatif mais qui n'ont pas d'interaction avec les dispositifs sociotechniques. Nous n'écarterons pas alors l'hypothèse que les modèles des passionnés présentés par Donnat pourraient ne pas correspondre à ceux dont nous parlons.

Les entretiens que nous avons menés auprès des Booktubeuses nous confirment les propos de P. Flichy sur les amateurs qui n'auraient pas de compétences ou d'expertises précises dans le domaine. Nous avons remarqué que pour la majorité d'entre elles, il s'agit d'une passion qui a commencé bien longtemps avant le Booktubing. Elles tenaient un blogue ou un groupe Facebook à travers lesquels elles communiquaient sur les livres qu'elles lisaient : « J'ai créé un groupe sur Facebook et à chaque fois que je finissais de lire un livre je publiais l'image de la couverture avec un petit résumé pour que les autres membres puissent avoir une idée sur le livre en question. » (Asma's recommandations, 23 ans) ; « Avant, je partageais cette passion sur quelques groupes Facebook et Instagram et après j'ai créé un blogue « Rayhana Books » » (Rayahana Nebli, 19 ans) ; « J'écrivais des chroniques sur mon blogue et des sites comme

---

<sup>100</sup> DONNAT, Olivier, « Les passions culturelles, entre engagement total et jardin secret », *Réseaux*, 2009, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-1-page-79.htm>>, (Consulté en mai 2017)

<sup>101</sup> *Ibid.*

<sup>102</sup> *Ibid.*

<sup>103</sup> *Ibid.*

<sup>104</sup> *Ibid.*

Babelio, Goodreads etc et je partageais sur les groupes de lecture sur Facebook aussi. » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans). Cependant, elles n'ont pas de compétences préalables leur permettant de s'occuper du côté technique du contenu c'est-à-dire le tournage ou le montage. Elles se filment souvent avec les moyens de bord : « je filme avec la caméra de mon smartphone (Samsung Galaxy S5) » (Livrement moi, 29 ans) ; « je n'ai pas de caméra jusqu'à maintenant » (Rayahana Nebli, 19 ans). Concernant le montage, certaines apprennent « sur le tas » comme nous le précise « Livrement moi », d'autres estiment ne pas maîtriser encore cette compétence : « jusqu'à maintenant je suis confrontée à des problèmes techniques » (Rayahana Nebli, 19 ans) et d'autres encore estiment que « la qualité du contenu [des] vidéo reste la plus importante. » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans).

Nous n'avons pas relevé de cas de professionnalisation de Booktubeuses dans le sens où leur domaine d'étude (ou de travail) n'a pas de lien direct avec le livre, l'éditorialisation ou encore la critique littéraire. Concernant la monétisation des vidéos sur YouTube, les avis restent mitigés. Certaines ont choisi de monétiser leurs vidéos ; « : Oui, suite à une recommandation d'un ami. Au début je ne savais pas que je pouvais faire ça. Je téléchargeais juste des vidéos sur ma chaîne. » (Asma's recommandations, 23 ans), d'autres le font mais ne semblent pas très convaincues ; « Oui, je monétise mes vidéos. Je l'ai fait parce qu'on m'a conseillée de le faire même si pour le moment, je n'en vois pas l'utilité. » (Livrement moi, 29 ans) et d'autres encore n'ont pas connaissance de cette option ou ne veulent tout simplement pas y avoir recours parce qu'elles estiment que leur but n'est pas financier ; « Non, d'abord honnêtement le Booktube est encore « petit » en Tunisie, le nombre de vues ne sera donc pas rémunérant. Et puis, si certains le font (la monétisation) pour renouveler leur matériel ou autre, je n'ai rien contre le principe mais je ne fais pas de vidéos pour des objectifs matériels, je le fais par plaisir et je ne veux pas que ça change. » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans), « Non parce que je ne connais pas cette option. Quand j'ai créé cette chaîne je n'ai jamais pensé à gagner de l'argent avec et je ne compte pas le faire. » (Rayhana Nebli, 19 ans) ; « Non. Je n'y ai jamais pensé. » (The daydreamer, 19 ans) ; « Non, je ne les monétise pas. Le but de la chaîne est de partager mes avis sur des livres en plus la monétisation des vidéos est plutôt pour les grandes chaînes. » (Drunk in books, 19 ans).

D'après nos entretiens, il émane qu'une grande majorité des Booktubeuses n'accordent pas beaucoup d'importance à la question de la monétisation. Quatre répondantes ont indiqué ne pas monétiser leurs vidéos. Une Booktubeuse le fait mais « n'en voit pas l'utilité ». Et deux le font soit de leur propre gré soit suite à une recommandation.

## 2. Sociabilité littéraire

Nous avons évoqué, dans le chapitre précédent, le phénomène d'individuation psychique développé par B. Stiegler qui donne lieu à une individuation collective. Nous pouvons mettre ce fait en parallèle avec notre terrain. Bien que la lecture soit une pratique individuelle donnant lieu à un plaisir solitaire, néanmoins, elle peut arborer un aspect collectif se manifestant par l'appartenance à un groupe ou à la fréquentation d'un espace dédié à la littérature qu'il soit formel ou informel. La lecture pourrait donc reposer « [...] sur deux modalités du plaisir, qui correspondent à deux moments successifs, à deux formes de régime corporel de l'échange : un régime « égoïste » et hédoniste de la lecture [et] un régime « altruiste » et convivial de la lecture [...]»<sup>105</sup>. Le premier régime proposé par l'auteur correspondrait à la phase de la lecture qui comme nous l'avons précisé est solitaire. La deuxième est altruiste parce qu'elle réside sur « le plaisir de communiquer avec autrui<sup>106</sup> ».

Comme nous l'avons expliqué précédemment, concernant les Booktubeuses avec lesquelles nous avons pu effectuer un entretien, nous avons remarqué que la majorité ressentait déjà le besoin d'échanger avec les autres avant même d'intégrer la communauté Booktube. Une seule Booktubeuse (sur les sept avec lesquelles nous avons effectué un entretien) dit ne pas être passée par des blogues ou par des groupes sur les réseaux sociaux avant de commencer les Booktubes : « Je pense que dans mon cas, Booktube était le commencement car, comme je l'ai dit, c'est ce qui m'a vraiment poussée à lire. » (The daydreamer, 19 ans). Cependant, ce que nous avons remarqué suite aux entretiens et qui est partagé par l'ensemble des Booktubeuses c'est qu'elles communiquent toutes entre elles que ce soit par les réseaux sociaux ou en se réunissant : « On a un groupe Facebook pour les Booktubeuses tunisiennes, on fait des meetings aussi et on se rencontre dans les book club, on est presque toutes amies. » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans). Certaines communiquent même avec des Booktubeuses étrangères soit à travers des groupes Facebook ou à travers la messagerie instantanée : « Il y a aussi un groupe pour les Booktuteur(se)s maghrébins et un autre pour les Booktubeuses francophones. » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans), « pour les Booktubeuses étrangères, nous nous parlons sur Facebook que ce soit sur Messenger ou à travers des groupes littéraires. » (Livrement moi, 29 ans).

---

<sup>105</sup> LEVERATTO, Jean-Marc, LEONTSINI, Mary, « Internet et la sociabilité littéraire », *Open Edition Books*, 2008, <<http://books.openedition.org/bibpompidou/197>>, (Consulté en mai 2017)

<sup>106</sup> *Ibid.*

À la question « qu'est-ce qui vous a poussé à faire des Booktubes ? » nous avons relevé une récurrence de certains mots dans les réponses des Booktubeuses : « un besoin de partager ma passion » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans), « L'envie de partager mes lectures avec d'autres lecteurs/trices, le besoin d'en parler aussi » (Livrement moi, 29 ans), « partager ma passion pour les livres » (Asma's recommandations, 23 ans), « je voulais partager cette passion avec le monde » (The daydreamer, 19 ans), « Je voulais partager ma passion et mes opinions avec d'autres lecteurs » (Drunk in books, 19 ans). Une grande majorité exprime le besoin de « partager une passion » avec les autres. D'autres encore évoquent le fait de vouloir encourager les autres à lire : « Je voulais encourager les gens à la lecture » (Asma's recommandations, 23 ans), « je voulais inspirer les gens pour lire plus de livres » (Drunk in books, 19 ans).

Il nous semble aussi que les Booktubeuses seraient influencées par l'avis de leurs homologues mais aussi par celui des internautes. En effet, à notre question si elles lisaient les livres recommandés par les autres Booktubeuses et ceux recommandés par les internautes elles ont pour la plupart répondu oui s'ils partagent les mêmes goûts et genre littéraires : « Oui, mes achats sont toujours influencés par les recommandations de mes Booktubeuses préférées » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans) ; « Oui surtout les Booktubeuses avec lesquelles je partage les mêmes goûts littéraires. » (They daydreamer, 19 ans) ; « Oui bien sûr. Les recommandations des autres Booktubeuses sont très importantes pour choisir ma pile à lire. » (Drunk in books, 19 ans) ; « Oui surtout ceux recommandés par les gens avec lesquels je partage le même goût en littérature. » (Asma's recommandations, 23 ans)

Ceci nous permet de répondre à une partie de notre hypothèse que nous avons formulée ainsi : Les Booktubeuses feraient des vidéos à des fins de socialisation et de partage de leur passion qui tendrait à un encouragement à la lecture et non pas dans une visée de professionnalisation comme certains autres Youtubeurs. Les entretiens que nous avons menés nous laissent supposer que le but initial des Booktubeuses est un partage de la passion qui a donné lieu à une sociabilité littéraire et à la création d'une communauté. Nous pensons que le fait de ne pas avoir recours à la monétisation des vidéos sur YouTube ne nous permet pas d'affirmer qu'il n'y a pas d'objectifs professionnels.

## **Conclusion de la première partie**

Cette partie nous a permis dans un premier temps d'étudier la contribution sur Internet. Nous avons pu alors dégager les différentes formes ainsi que le modèle économique sur lequel elles reposent. Nous avons par la suite dégagé les différentes communautés présentes sur le web et les motivations qui poussent les internautes à publier du contenu. Dans un deuxième temps, nous nous sommes intéressés aux différentes formes d'évaluation pour arriver à l'évaluation et la recommandation littéraire.

Dans le deuxième chapitre, nous avons effectué une comparaison entre les Youtubeurs et les Booktubeurs. Étant donné qu'ils communiquent tous les deux à travers la même plateforme, nous avons tenté de voir s'ils répondent à la même logique. Puis, nous avons étudié la question de la passion et de son partage sur le web social.

De cette première partie nous retiendrons que les Booktubeuses pourraient appartenir à trois communautés différentes simultanément. La communauté d'intérêt vu qu'elles partagent toutes la même passion pour la lecture, la communauté de relation dans le sens où elles partagent avec les autres une expérience personnelle et un ressenti sur un produit culturel bien défini et à la communauté de transaction puisqu'elles déclarent acheter des livres recommandés par d'autres Booktubeuses.

Cette partie nous a également permis de répondre en partie à notre hypothèse. Il nous semble que les Booktubeuses feraient de la critique littéraire sur Internet dans un but de socialisation en premier lieu et d'encouragement à la lecture, pour certaines, en second lieu. La deuxième partie de notre mémoire nous permettra de voir s'il y'a des finalités professionnelles à travers les Booktubes.

## **Partie 2 : Émergence des BookTubes en Tunisie : Une pratique paradoxale dans la société Tunisienne ?**

Dans cette deuxième partie, nous présenterons dans un premier temps les BookTubes en Tunisie qui constituent notre terrain à travers une approche sociohistorique en reconstituant l'ensemble des acteurs qui participeraient à la promotion littéraire. Ceci nous permettra d'avoir les éléments nécessaires qui nous conduiront à confirmer ou infirmer notre première hypothèse qui suppose que les Booktubeuses ne s'adresseraient pas au grand public tunisien mais plutôt à une classe socioprofessionnelle bien précise. Le second chapitre, nous permettra de répondre à l'ensemble de notre deuxième hypothèse (nous avons pu répondre à une partie de cette hypothèse dans la première partie) pour voir si la question de la professionnalisation est à écarter ou non.

Nous tenons à préciser que nous avons rencontré des difficultés dans l'élaboration de la partie historique. En effet, nous n'avons pas trouvé certaines dates clés qui nous auraient été utiles dans l'élaboration du contexte sociohistorique. Cette partie ne prétend donc pas donner une idée intégrale de la réalité du terrain tunisien mais nous avons plutôt essayé de faire appel aux éléments que nous estimons importants pour répondre à nos hypothèses. Ainsi, nous avons essayé de cerner au mieux les problèmes relatifs à la promotion et à la critique littéraire mais nous n'écartons pas le fait que certains facteurs ont dû sûrement nous échapper.

# **Chapitre 1 : Les Booktubeuses : naissance et structure d'une pratique amateur**

## **I. Émergence des BookTubes en Tunisie**

Comme nous l'avons, précédemment, brièvement mentionné, la culture de la lecture n'est pas très courante en Tunisie. Cela serait certainement dû à plusieurs facteurs que nous essayerons d'analyser. Ceci nous permettra de mieux cerner le phénomène BookTube en Tunisie et son apparition. Il nous semble donc nécessaire de commencer par la présentation du contexte sociohistorique et culturel de la Tunisie afin de comprendre l'émergence de ce phénomène.

### **1. Approche sociohistorique de la promotion littéraire en Tunisie**

Afin d'élaborer une analyse sociohistorique des BookTubes nous pensons qu'il serait judicieux de remonter à la place qu'occupe le livre dans la société tunisienne ainsi que sa promotion. La promotion des livres repose sur des acteurs différents dont nous pouvons citer quelques-uns comme les bibliothèques municipales, les librairies, les festivals et les foires consacrés aux livres et à la lecture mais aussi les médias à travers des émissions consacrées à la critique et à la promotion littéraire.

#### **1.1.Le réseau des bibliothèques publiques**

Nous pouvons dire qu'il existe deux types de bibliothèques en Tunisie : la bibliothèque nationale et les bibliothèques publiques. L'histoire de la première commence en 1885 alors que le pays était encore sous protectorat français. La naissance de cette bibliothèque s'est concrétisée par le décret du 8 mars 1885 qui stipule la création d'un « service ayant la charge de gérer le patrimoine du pays<sup>107</sup> » et prit le nom de « Bibliothèque française<sup>108</sup> » qui deviendra plus tard la « Bibliothèque Nationale de Tunisie ». Sa principale mission était de conserver et mettre en valeur le patrimoine éditorial tunisien.

---

<sup>107</sup> BACHA, Myriam, « La construction patrimoniale tunisienne à travers la législation et le journal officiel, 1881-2003 : de la complexité des rapports entre le politique et le scientifique », *L'Année du Maghreb*, 2008, <<http://anneemaghreb.revues.org/433>>, (Consulté en mai 2017)

<sup>108</sup> *Bibliothèque nationale*, <<http://www.bibliotheque.nat.tn/fr/presentation/>>, (Consulté en mai 2017)

En ce qui concerne la date et les conditions de création du réseau des bibliothèques publiques, nous n'avons pas trouvé des sources qui nous permettent de donner l'année exacte de la création de ce réseau. Néanmoins, nous savons qu'il a vu le jour quelques années après l'indépendance de la Tunisie, soit dans la fin des années cinquante ou le début des années soixante et est porté par le Ministère de la Culture et de la Sauvegarde du Patrimoine. Les bibliothèques publiques étaient à la base des centres de prêt qui se constituent en « dépôts de livres en vue du prêt à domicile.<sup>109</sup> ».

La Tunisie compte à son actif 359<sup>110</sup> bibliothèques publiques réparties sur l'ensemble du territoire tunisien en 2014. Selon les statistiques<sup>111</sup>, le nombre d'adultes et de jeunes abonnés à une bibliothèque publique est de 0,62% de la population tunisienne et 0,95% pour les enfants. Notre but ici n'est pas de voir l'évolution du nombre d'abonnés au cours des années ou les facteurs qui pourraient expliquer ce pourcentage si bas mais plutôt d'avoir une idée sur la fréquentation des bibliothèques publiques en Tunisie afin de mieux comprendre le rapport au livre dans la société tunisienne.

Quand nous avons questionné les Booktubeuses sur leur fréquentation des bibliothèques publiques, trois d'entre elles ont exprimé leur attachement et leur besoin d'avoir le livre chez elles « Non. Je suis en train de constituer ma propre bibliothèque chez moi. » (Asma's recommandations, 23 ans) ; « quand je veux vraiment lire un livre, à moins qu'il ne soit pas disponible, je cherche plutôt à l'acquérir, je ne lis pas seulement les livres, je les collectionne. » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans) ; « Non, je n'emprunte pas car j'ai besoin de posséder les livres que je lis. » (Livrement moi, 29 ans). Deux autres n'empruntent pas de livres aux bibliothèques publiques parce qu'elles estiment qu'il n'y a pas vraiment de choix : « Nous n'empruntons pas de livres parce qu'ils n'ont pas beaucoup de livres à offrir, ce qui est dommage et très triste » (Book lovers, 23 ans) ; « Non parce que je ne trouve pas ce que je cherche mais j'emprunte des livres quand je veux vraiment les lire et que je ne les trouve pas ou parce qu'ils sont hors de mon budget. » (Rayhana Nebli, 19 ans). Les deux dernières Booktubeuses sont abonnées à la médiathèque de l'Institut Français et à l'American Corner qui ne font pas partie du réseau des bibliothèques publiques.

---

<sup>109</sup> SAÏD, Rafik, *La politique culturelle en Tunisie*, Unesco, Paris, 1970, p.44

<sup>110</sup> *Statistiques Tunisie*, <<http://www.ins.nat.tn/fr/themes/culture#horizontalTab1>>, (Consulté en mai 2017)

<sup>111</sup> Cf. Annexe 6, p.84

## 1.2. Les librairies

Le libraire n'est pas uniquement un commerçant qui vend les livres mais il doit aussi être capable de guider et de conseiller le lecteur. Dans plusieurs pays, devenir libraire nécessite une formation. En Tunisie, il n'existe pas d'université ou de lieu de formation pour les futurs libraires. De ce fait, ils n'ont pas les compétences nécessaires pour conseiller les lecteurs indécis ou les orienter. Nos Booktubeuses nous confirment ce point : « Quand je fais des achats en France oui, il y a plusieurs libraires qui font d'excellentes recommandations et auxquels j'ai une confiance absolue. En Tunisie malheureusement, à part quelques exceptions, les libraires ne lisent pas vraiment les livres, ils ne conseillent donc que les best-sellers (ceux que les gens achètent le plus) ce qui n'est généralement pas ce que je cherche. » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans) ; « J'aurais aimé. Une fois, j'ai même été jugé par un libraire sur mes goûts littéraires. » (The daydreamer, 19 ans), « Non pas du tout. Je ne trouve pas les livres que je veux lire donc parfois ils essayent de m'obliger à prendre un autre livre d'un autre genre que je ne lis pas c'est pourquoi je me sens mal à l'aise dans la plupart des librairies. » (Drunk in books, 19 ans).

Un autre point que nous pouvons évoquer dans cette sous partie est le prix des livres. En France par exemple, la loi Lang ou encore communément appelé la loi sur le prix unique du livre a été un moyen pour fixer les prix des livres. Ceci signifie que « [...] le même livre sera vendu au même prix par tous les détaillants, quelle que soit la période de l'année concernée... à concurrence cependant de la remise légale de 5 % que tous les détaillants peuvent pratiquer.<sup>112</sup> ». Nous n'avons relevé aucune loi semblable à cette loi en Tunisie. D'ailleurs, beaucoup de Booktubeuses nous ont confirmé qu'elles trouvaient les prix des livres en Tunisie assez exorbitants ; « Les livres sont chers et j'ai beaucoup d'amis qui ne peuvent pas en acheter donc ils les téléchargent sur internet et j'en prête quelques-uns à mes amis proches. » (Asma's recommandations, 23 ans) ; « Les prix des grands formats deviennent exorbitants et même les formats poche ne sont plus à la portée. Heureusement qu'il y a les brocantes et les bouquinistes pour les étudiants/élèves et tous ceux qui ne peuvent pas se procurer des livres neufs. » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans).

---

<sup>112</sup> *Ministère de la culture et de la communication*, <<http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/>>, (Consulté en mai 2017)

### **1.3. Les événements culturels liés à la promotion du livre**

Malgré les recherches réitérées et les entretiens que nous avons menés auprès des Booktubeuses, nous n'avons trouvé aucun festival en Tunisie dédié au livre ou à la critique littéraire. Le seul événement en lien avec la littérature est la « Foire Internationale du Livre de Tunis ». Il s'agit d'une « [...] manifestation culturelle annuelle organisée par le Ministère tunisien de la Culture et de la Sauvegarde du Patrimoine [...] depuis 1981.<sup>113</sup> ». Durant ces journées dédiées au livre, nous détectons la présence de stands de différentes librairies visant à vendre des livres locaux ou étrangers mais aussi des espaces dédiés à des rencontres- débats, des conférences, des ateliers, des projections... Lors de nos entretiens, une seule Booktubeuse à fait allusion à la Foire Internationale du Livre mais n'a pas abordé les différentes activités que nous venons d'énumérer.

### **1.4. La promotion du livre dans les médias**

Malgré de maintes recherches, nous n'avons trouvé aucune émission entièrement consacrée à la littérature dans les médias audiovisuels comme « La Grande Librairie » ou ayant une chronique fixe pour parler d'un livre comme « On n'est pas couché ». La seule émission que nous avons trouvée est « Intermèdes littéraires ». Il s'agit d'une émission radiophonique qui passe sur « Radio Tunis Chaine Internationale » (RTCI). La particularité de cette station de radio est que la majorité des programmes passés sont en langue française. Pour les autres programmes, ils sont en Italien, en Espagnol, en Anglais et en Allemand. Selon une étude réalisée en 2016<sup>114</sup>, RTCI aurait 51 000 auditeurs par jour alors que la radio qui occupe la première place du classement aurait 1 652 000 auditeurs par jour. Sans pour autant vouloir faire une analyse des pratiques radiophoniques des tunisiens, mais nous remarquons que les stations occupant les premières places utilisent le dialecte tunisien pour communiquer. Ce qui nous permet de supposer alors que cette émission serait pour un public bien particulier.

Les Booktubeuses ne semblent pas intéressées par ce genre d'émission. Une seule répondante déclare s'intéresser à des programmes de ce type : « Je suis une fan de l'émission

---

<sup>113</sup> *Foire Internationale du Livre de Tunis*,

<[https://www.facebook.com/pg/Livre.Tunisie/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Livre.Tunisie/about/?ref=page_internal)>, (Consulté en mai 2017)

<sup>114</sup> Cf. Annexe 7, p.85

la Grande Librairie. En Tunisie, il y a une seule émission que je suis, Nawafedh<sup>115</sup> [fenêtres] de Rym Kefi, j'y étais d'ailleurs invitée à deux reprises pour parler de mes derniers coups de cœur et de livres tunisiens. » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans).

A travers la présentation du contexte sociohistorique et socioculturel de la Tunisie, nous remarquons un manque si ce n'est une absence de la démocratisation de l'accès à la culture en général et au livre en particulier. Mise à part la Foire Internationale du Livre qui est un événement qui perdure depuis maintenant trente-six ans et dont nous ne pouvons mesurer la portée sur les Tunisiens, nous retiendrons tout de même que la filière du livre en Tunisie soutenue par le réseau des bibliothèques publiques, les librairies et le prix du livre, la diversité des événements littéraires ainsi que les productions médiatiques ne jouent pas à la faveur de cette démocratisation.

## 2. Espaces informels de la critique littéraire

L'ensemble des facteurs que nous venons d'évoquer dans la partie précédente nous donne une idée sur la place du livre dans la société ainsi que celle de la promotion et de la critique littéraire. Certains amateurs ont créé des espaces que nous pouvons désigner « d'espaces informels ». Parmi ces espaces nous pouvons citer le cas d'un groupe Facebook appelé « Reading Corner » qui a été créé en 2012. Ce groupe a pour objectif de discuter des livres et des auteurs, démocratiser et promouvoir le livre, publier les contributions littéraires des membres du groupe et créer des événements et des rencontres autour du livre<sup>116</sup>. Ce groupe a donné naissance à « POP Libris Editions », une maison d'édition qui tend à « [...] contourner le casse-tête de la publication dans les maisons traditionnelles.<sup>117</sup> ».

Nous ne pouvons nous permettre de faire des raccourcis et de dire que c'est la désertification culturelle menée par l'État et les médias qui a donné naissance à des espaces informels pour la critique littéraire. Néanmoins, nous pouvons supposer qu'elle a participé à l'émergence de nouveaux espaces consacrés à la critique et à la promotion littéraire.

---

<sup>115</sup> Il s'agit d'une émission qui s'intéresse à tout ce qui touche à la culture en Tunisie et pas uniquement la littéraire.

<sup>116</sup> *Reading Corner*, <<https://www.facebook.com/groups/486282758050574/>>, (Consulté en mai 2017)

<sup>117</sup> *Huffpost* Maghreb, <[http://www.huffpostmaghreb.com/2013/12/23/maison-editions-tunisie\\_n\\_4493093.html](http://www.huffpostmaghreb.com/2013/12/23/maison-editions-tunisie_n_4493093.html)>, (Consulté en mai 2017)

## II. Structuration des vidéos des Booktubuses

Afin de mieux comprendre l'organisation des Booktubes, il nous semble important d'examiner la structure et l'organisation des vidéos. Nous avons relevé quelques éléments que nous avons jugé intéressants d'analyser.

### 1. Le choix de la langue

Nous allons à présent nous intéresser au contenu diffusé par les Booktubuses et tenterons de l'analyser par le biais d'une grille d'analyse<sup>118</sup> afin de vérifier notre hypothèse.

Nous avons relevé plusieurs éléments communiqués par les Booktubuses qui nous permettront de distinguer le public auquel elles s'adressent. Le premier élément, sans doute le plus important, est la langue utilisée par les Booktubuses pour parler d'un livre.

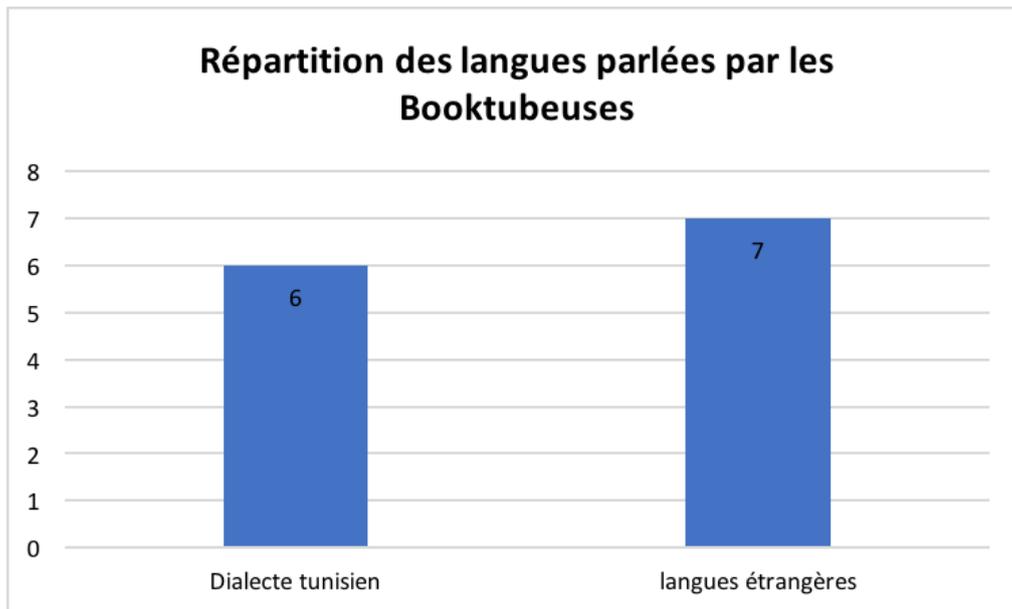
Bien que la langue officielle de la Tunisie soit l'arabe, elle demeure plutôt une langue pour les discours officiels. Le dialecte, quant à lui, « [...] continue d'assurer la fonction de langue maternelle et l'expression intime et quotidienne de la pensée et des sentiments de la quasi-totalité des Tunisiens et des Maghrébins [...]»<sup>119</sup>. Toutefois, il emprunte d'innombrables mots et expressions à la langue française. L'utilisation du dialecte tunisien mélangé au français est donc une pratique assez commune en Tunisie.

Concernant les Booktubuses, nous avons dégagé différentes langues parlées dans les vidéos qu'elles publient : dialecte tunisien mélangé au français, dialecte tunisien mélangé à l'anglais, français, anglais et arabe littéraire. Nous allons essayer à travers un graphique, de représenter celle qui ont recours au dialecte tunisien et celle qui préfèrent plutôt les langues étrangères. Nous considérerons le dialecte mélangé avec des mots français ou anglais dans la case dialecte tunisien.

---

<sup>118</sup> Cf. Annexe 8, p.86

<sup>119</sup> QUITOUT, Michel, *Parlons l'arabe tunisien*, L'Harmattan, 2002, <[https://books.google.fr/books?id=90LHfv4fjEwC&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=true](https://books.google.fr/books?id=90LHfv4fjEwC&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true)>, (Consulté en mai 2017)



**Figure 6: Répartition des langues parlées par les Booktubuses**

Nous pensons que le public des Booktubuses serait déterminé par la langue choisie par ces dernières pour recommander certaines de leurs lectures. Nous étudierons cet aspect plus en profondeur dans le chapitre suivant.

## **2. Utilisation de vocabulaire spécifique**

Nous avons détecté une utilisation d'un langage bien propre à cette communauté. En effet, plusieurs mots reviennent très souvent que ce soit dans le titre de la vidéo ou dans le discours des Booktubuses. Nous avons relevé plusieurs termes qui reviennent assez souvent chez les Booktubuses comme « Bookhaul » qui consiste à faire le bilan des achats, une « PAL » qui est une Pile à Lire, un « Bookshelf tour » qui est la présentation de tous les livres qu'a la Booktubuse dans sa bibliothèque, « Wrap up » qui est un bilan des lectures. D'autres mots encore impliquent la participation de plusieurs Booktubuses comme les « Read-a-thon » et les « BookTube-a-Thon » qui sont des sortes de marathons de lecture auxquels plusieurs Booktubuses vont y participer. Être Booktubuse serait donc à la fois une pratique individuelle par le biais de la pratique de la lecture mais pourrait aussi avoir une notion collective puisqu'elle permet aux membres de cette communauté de communiquer entre elles et de se lancer des défis toujours autour de leur passion.

Dans notre corpus, l'ensemble de nos Booktubuses ont recours à ce jargon exceptée une seule d'entre elles qui ne l'utilise ni dans le titre de ses vidéos ni dans son discours. Ceci est peut-être dû à la langue avec laquelle elle communique qui est l'arabe littéraire

Comme nous l'avons évoqué dans la première partie de ce mémoire, l'utilisation d'un vocabulaire spécifique fait partie des éléments qui renforceraient le sentiment d'appartenance à une communauté. Choisir de ne pas l'utiliser ne veut pas forcément dire que la personne nie son appartenance à ce groupe, bien au contraire, le jargon utilisé est un élément parmi tant d'autres et n'est pas le seul moyen pour définir l'appartenance à une communauté.

### **3. Origine des livres critiqués**

Parmi les éléments qui pourraient participer à la création de l'identité numérique des Booktubuses mais aussi à déterminer leur public nous avons pensé aux livres choisis dont les titres apparaissent souvent dans le titre de la vidéo. L'appellation de la vidéo par le titre du livre pourrait améliorer d'une part le référencement de la vidéo sur YouTube à travers l'utilisation des mots-clés appropriés mais permettrait aussi d'atteindre un public plus ciblé qui serait à la recherche d'un livre particulier.

Nous avons visionné l'ensemble des vidéos publiées par les Booktubuses. Nous avons voulu classer les origines des livres recommandés dans les vidéos. Nous avons dégagé les productions tunisiennes selon la langue dans laquelle elles sont rédigées (arabe, français, anglais) puis celles rédigées en français et en anglais. Pour « Autre » il s'agit des livres arabes rédigés en arabe et qui ne sont pas d'origine tunisienne. Ceci nous a permis de dresser le Tableau 2 ci-dessous.

**Tableau 2: Origine des livres critiqués et la langue utilisée**

Origine du livre	Tunisien			Français	Anglais	Autre
	Arabe	Français	Anglais			
<b>Booktubeuse</b>						
<b>Amal Books</b>	Dialecte et anglais	-	-	Dialecte et anglais	Dialecte et anglais	Dialecte et anglais
<b>A Tunisian reader</b>	-	-	-	-	Dialecte et anglais	Dialecte et anglais
<b>Yosra Abdelkader</b>	-	Dialecte	-	Dialecte	Dialecte	-
<b>Serial reader / Liseuse en série</b>	Dialecte	-	-	Dialecte	Dialecte	Dialecte
<b>Si à la sérénité</b>	Dialecte	-	-	Dialecte	Dialecte	-
<b>Livrement moi</b>	-	Français	-	Français	Français	-
<b>Book lovers</b>	-	-	-	-	Anglais	-
<b>Asma's recommendations</b>	Arabe littéraire	-	-	-	Arabe littéraire	Arabe littéraire
<b>Drunk in books</b>	-	Anglais	Anglais	Anglais	Anglais	-
<b>Sahar Reads</b>	-	Anglais	-	Dialecte	Anglais	-
<b>Rayhanaa Nebli</b>	Dialecte	-	-	Dialecte	-	Dialecte
<b>The daydreamer</b>	-	-	-	Anglais	Anglais	-
<b>Asma lecture</b>	Dialecte	-	Français	Français	-	Dialecte Français

Ce tableau nous permet de distinguer deux catégories différentes des Booktubeuses à travers la langue qu'elles choisissent de parler selon l'ouvrage présenté. Une première catégorie qui parle toujours la même langue indépendamment du livre présenté composée de onze Booktubeuses sur treize. La première, « Sahar Reads », parle anglais pour présenter les livres rédigés en anglais ainsi que les livres tunisiens rédigés en français. La seconde, « Asma lecture », a choisi de parler français pour les livres rédigés en anglais, en français, dialecte pour les livres tunisiens écrits en arabe et français et dialecte pour les autres livres rédigés en arabe (qui ne sont pas tunisiens). Malheureusement, nous n'avons pas pu avoir des réponses de la part de ces deux Booktubeuses. Nous pensons qu'il aurait été intéressant d'avoir leur avis et de voir s'il existe un lien entre la langue parlée et le livre présenté.

## **Chapitre 2 : Le public visé par les Booktubeseuses**

### **I. Quels publics pour quelles Booktubeseuses ?**

Comme souligné dans la partie où nous avons abordé le choix de la langue, il s'agit d'un paramètre très important qui pourrait définir et limiter le public cible de chaque Booktubeseuse.

Les entretiens que nous avons menés avec les Booktubeseuses nous ont permis d'avoir la posture de chacune d'entre elles par rapport au choix de la langue. Nous ferons par la suite appel aux statistiques fournies par YouTube que nous confronterons avec les propos des Booktubeseuses. La fonction YouTube Analytics permet aux propriétaires des chaînes de gérer et de suivre les paramètres liés à leurs vidéos. YouTube Analytics génère des statistiques sur le nombre de vues des vidéos mais donne aussi des informations sur les internautes qui ont visionnés ce contenu.

#### **1. Le public visé par les Booktubeseuses**

Sur les sept répondantes, une seule parle uniquement dialecte dans toutes ses vidéos. Elle estime que c'est une façon de se faire comprendre et de transmettre cette passion plus aisément : « Je parle le dialecte tunisien dans mes vidéos parce que je vise les tunisiens et je veux que ma passion les atteigne tous et facilement. » (Rayhana Nebli, 20 ans).

Parmi nos répondantes, seulement deux Booktubeseuses justifient le choix de la langue par des raisons personnelles. La langue qu'elles ont choisie est celle avec laquelle elles se sentent le plus à l'aise surtout que leurs lectures se font dans cette langue ce qui rend la critique plus facile : « J'ai choisi de parler en Français car c'est la langue avec laquelle je me sens à l'aise pour parler de mes lectures qui sont en majorité en langue française. » (Livrement moi, 29 ans) ; « Dans la plupart de mes vidéos je parle en Anglais parce que je me sens plus à l'aise quand je m'exprime en Anglais puisque la plupart des livres que je lis sont en Anglais. En plus j'étudie l'Anglais donc je me sens plus à l'aise avec cette langue. » (Drunk in books, 19 ans).

Pour trois Booktubeseuses il s'agit non seulement pour elles de choisir une langue dans laquelle elles se sentent à l'aise pour communiquer mais aussi pour avoir un public beaucoup plus large : « [...] parce que nous visons un public plus large » (Book lovers, 23 ans) ; « Je n'utilise pas le dialecte parce que certaines personnes ne le comprennent pas. » (Asma's

recommandations, 23 ans) ; « [...] je ne voulais pas que la langue soit une barrière. » (The daydreamer, 19 ans).

Une dernière Booktubeuse déclare parler « dialecte tunisien et français selon le public ciblé » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans). En effet, pour faire une chronique sur des livres français reçu par les éditeurs ou les auteurs elle choisit de parler français « [...] pour que ces derniers le comprennent et puissent l’exploiter après et en plus parce que ces romans (des nouveautés en général) ne sont pas disponibles pour la plupart en Tunisie. ». Sinon, pour les autres ouvrages, elle choisit le dialecte pour toucher le public local « [...] quand j’ai ouvert ma chaîne mon objectif était d’amener le plus possible des tunisiens à lire, c’est encore mon premier but. ».

Le choix de la langue ne serait pas anodin pour nos Booktubeuses. Certaines le font par rapport à la langue qu’elles maîtrisent le plus pour critiquer un livre et d’autres par rapport au public auquel elles s’adressent. Soit dialecte parce qu’elles s’adressent au public tunisien soit arabe littéraire, français ou anglais pour élargir le public.

## 2. Le public des Booktubeuses

Nous avons demandé aux Booktubeuses de nous envoyer les statistiques<sup>120</sup> concernant les données géographiques afin de voir les pays dans lesquels leurs vidéos sont le plus consultées. A partir de ces données nous avons pu dresser un tableau récapitulatif avec les pays et les pourcentages.

**Tableau 3: Statistiques des pays dans lesquels les vidéos des Booktubeuses sont les plus consultées**

<b>Booktubeuse</b>	<b>Langue parlée</b>	<b>Statistiques</b>
<b>Serial Reader/Liseuse en série</b>	Dialecte Français	Tunisie 77% Algérie 7,8% France 5,3% Maroc 4,3% Etats-Unis 1,1%
<b>Livrement moi</b>	Français	France 60% Tunisie 20% Belgique 4,1% Canada 3,7% Algérie 3,3%
<b>Book lovers</b>	Anglais	Tunisie 62%

<sup>120</sup> Cf. Annexe 9, p.87

		Algerie 7,4% Maroc 6,3% Etats-Unis 4,9% Egypte 3,7%
<b>Asma's recommendations</b>	Arabe littéraire	Tunisie 38% Maroc 17% Algérie 10% Égypte 7,2% Arabie Saoudite 6,6%
<b>Rayahana Nebli</b>	Dialecte	Tunisie 90% Algérie 3,4% Maroc 2,1% Allemagne 1,7% France 0,6%
<b>The daydreamer</b>	Anglais	Tunisie 71% Algérie 8% Etats-Unis 3,4% Maroc 3,1% Libye 2,3%
<b>Drunk in books</b>	Anglais	Tunisie 81% Algérie 5,5% Maroc 4,5% Etats-Unis 1,5% France 1,2%

Indépendamment de la langue parlée, le public principal de l'ensemble des Booktubeseuses est basé en Tunisie (avec des pourcentages qui oscillent entre 38% et 90%). Nous pouvons même dire que les deux premiers pays en tête de classement pour chaque Booktubeseuse sont des pays arabes. Une seule Booktubeseuse, « Livrement moi », a un public résidant en France à 60%.

Nous remarquons que malgré les stratégies adoptées par les Booktubeseuses pour le choix de la langue qui, selon certaines, serait un moyen pour élargir le public, ce dernier demeure tout de même tunisien en premier lieu pour la plupart d'entre elles. Cependant, plusieurs éléments que nous avons dégagés et analysés tout au long de notre mémoire comme la langue parlée dans les vidéos, le vocabulaire spécifique utilisé, l'origine des livres critiqués... nous permettent de répondre à notre hypothèse concernant le public des Booktubeseuses. Nous confirmons que ces dernières ne s'adressent pas au grand public mais plutôt à une classe socioprofessionnelle bien particulière. Nous aurions aimé pousser cette étude un peu plus loin et essayer d'analyser de plus près ce public. Cependant, faute de temps, ceci ne nous a pas été possible.

## **II. Booktubuses : passion ou professionnalisation ?**

Nous avons retenu dans la première partie de ce mémoire que la recommandation littéraire sur Internet à travers les Booktubes émanerait d'une passion pour la lecture et pour le partage qui mèneraient à une socialisation. Le fait de ne pas accorder de l'importance à la monétisation des vidéos sur YouTube nous confirme encore une fois notre hypothèse qui stipule que les Booktubuses n'auraient pas d'objectifs professionnels à travers cette pratique. Cependant, durant les entretiens, plusieurs d'entre elles nous ont avoué avoir été contactées par des éditeurs et/ou des auteurs pour faire une chronique sur des livres qu'on leur envoie. Ceci nous a amené à nous poser d'autres questions concernant la professionnalisation des Booktubuses : le fait d'être contacté par un éditeur et/ou un auteur ne pourrait-il pas être considéré comme une forme de reconnaissance des pratiques des Booktubuses ? Le fait de ne pas être rémunéré mais d'être considéré comme un acteur prépondérant et légitime dans la recommandation littéraire ne peut-il pas être interprété comme une forme de professionnalisme ?

### **1. La relation avec les acteurs professionnels**

À la question « avez-vous été contactée par une librairie, un éditeur ou un auteur pour faire la critique d'un livre ? » toutes nos répondantes ont répondu par l'affirmative. Certaines sont sollicitées par des éditeurs et/ou auteurs tunisiens et d'autres par des éditeurs et/ou auteurs étrangers et dans certains cas les deux en même temps : « J'étais et je suis sollicitée quotidiennement par les maisons d'édition et les auteurs tunisiens et français pour lire et chroniquer leurs livres. » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans) ; « J'ai été contactée par plusieurs maisons d'édition ainsi que des auteurs pour faire la critique de leurs livres. » (Livrement moi, 29 ans) ; « Oui, nous avons été contactées par deux auteurs britanniques pour faire la critique de leurs livres. » (Book lovers, 23 ans) ; « J'ai des amis, tunisiens pour la plupart écrivains qui m'envoient leurs livres pour que j'en parle dans une vidéo ou que je donne mon opinion. » (Asma's recommendations, 23 ans) ; « Oui, une maison d'édition m'a contactée dernièrement mais on n'a pas encore parlé des détails. » (Rayhana Nebli, 20 ans) ; « Certains auteurs et éditeurs m'ont contactée pour passer en revue leurs livres. » (The daydreamer, 19 ans) ; « Oui j'ai été contactée par des auteurs et un éditeur soit pour faire la critique du livre soit pour lire le livre avant son lancement. » (Drunk in books, 19 ans).

Certaines Booktubeuses qui font de la critique généralement en dialecte changent de langue quand elles sont sollicitées par un éditeur ou un auteur étranger : « Quand je parle de romans français que j'ai reçu en Service Presse de la part des éditeurs ou des auteurs, je choisis de parler en Français pour que ces derniers le comprennent et puissent l'exploiter après. » (Serial Reader/Liseuse en série, 29 ans). Une autre Booktubeuse avec laquelle nous n'avons pas pu effectuer un entretien, « Amal Books », qui est pour le moment la Booktubeuse tunisienne avec le plus d'abonnés, et qui parle généralement en dialecte avec beaucoup de vocabulaire anglais, dit dans l'une de ses vidéos après avoir fait la critique d'un livre qui lui a été envoyée par une maison d'éditions américaine qu'elle était obligée de faire la vidéo en anglais pour que la maison d'édition puisse la voir. Elle évoque dans la même vidéo sa relation avec les éditeurs, précise qu'elle n'est pas payée et que rien ne l'oblige à faire des critiques élogieuses sur un livre. Elle insiste de ce fait sur son indépendance et sa liberté qu'elle garde malgré le lien qu'elle entretient avec des acteurs littéraires professionnels.

## **2. Vers une professionnalisation de la recommandation littéraire ?**

Comme nous l'avons expliqué auparavant, les Booktubeuses ont recours aux Booktubes dans un but de partage de la passion et de socialisation. Cependant, nous n'avons pas encore répondu à la partie qui concerne la professionnalisation de ces dernières.

Les Booktubeuses sont des amatrices à proprement dit. Elles ne disposent pas de compétences particulières que ce soit pour faire de la critique littéraire ou encore pour tout ce qui concerne le montage et les questions techniques liées au tournage. D'ailleurs, elles font toutes leurs études ou travaillent dans un domaine qui n'a pas de lien avec la littérature ou le côté technique (tournage, montage...). La majeure partie d'entre elles ne monétisent pas leurs vidéos et n'en voient pas l'intérêt puisque comme elles le disent leur but initial est un partage d'une passion et un encouragement et une incitation à la lecture mais en aucun cas une fin financière. Ceci dit, leurs relations avec les acteurs professionnels comme les éditeurs et les auteurs, que nous avons évoqué dans la partie précédente, leur permettent de recevoir des livres gratuitement et de s'engager à les critiquer, sans aucune contrepartie financière.

Nous ne pouvons qualifier cette pratique de professionnelle étant donné qu'elle ne donne pas lieu à un gain d'argent. Néanmoins, elle leur permet d'être en relation directe avec des acteurs professionnels de cette filière et participer, bien qu'indirectement, à la promotion littéraire à travers les recommandations faites dans leurs vidéos.

## **Conclusion de la deuxième partie**

Cette partie nous a permis de retracer l'émergence des Booktubes en Tunisie en les liant au contexte historique et culturel du pays. Cependant, il ne faut pas négliger le fait que les Booktubes sont un phénomène international et que son émergence en Tunisie peut ne pas être liée uniquement au contexte du pays. Ceci dit, cette contextualisation nous permet de dire qu'il n'existe pas de structure évidente en Tunisie permettant la professionnalisation dans le domaine de la promotion littéraire. Nous avons également analysé les vidéos des Booktubeuses dans le but de dégager la structuration de leurs productions à travers des éléments que nous avons jugés utiles d'analyser qui reposent sur le choix de la langue, l'utilisation d'un vocabulaire propre à cette communauté et l'origine des livres critiqués.

Dans un second chapitre nous nous sommes intéressés à la question du public des Booktubeuses. A travers une approche communicationnelle, nous avons étudié le public visé par les Booktubeuses, ensuite, nous avons analysé le public réel à travers les statistiques données par leurs chaînes. Ceci nous a mené par la suite à nous intéresser à la relation qu'entretiennent les Booktubeuses avec les acteurs professionnels comme les éditeurs par exemple.

## Conclusion générale

Notre travail de recherche consistait à voir comment le web social a participé à l'émergence d'un nouveau genre de critique littéraire à la croisée d'un genre antérieur et qui s'est manifesté à travers les Booktubes. Nous avons choisi de nous concentrer uniquement sur les Booktubeuses tunisiennes pour les raisons que nous avons évoquées au début de ce mémoire. Après avoir regardé plusieurs vidéos, nous avons remarqué qu'une grande majorité d'entre elles s'expriment en langue étrangère même, dans certains cas, pour parler de livres tunisiens. Ceci nous a amenés à établir notre première hypothèse qui suppose que les Booktubeuses s'adresseraient à une classe socioprofessionnelle tunisienne bien particulière et non pas au grand public tunisien. Afin de répondre à cette hypothèse, nous nous sommes référés à une enquête menée par le Ministère de la culture et de la sauvegarde du patrimoine qui stipule qu'entre les années 2015 et 2016, 76% des tunisiens n'ont lu aucun livre. Nous avons également retracé les contextes socioculturel et sociohistorique tunisiens liés à la promotion et à la critique littéraires. Nous avons déduit qu'il y'a une absence de démocratisation de l'accès aux livres menée par l'État tunisien et les médias. Ceci pourrait expliquer le désintérêt des tunisiens vis-à-vis de la lecture. Nous nous sommes intéressés ensuite à la structuration des Booktubes et nous avons analysé quelques éléments comme la langue utilisé, le vocabulaire auquel ont recours les Booktubeuses et les livres critiqués. Enfin, à l'aide des statistiques proposées par YouTube Analytics qui nous ont été envoyées par les Booktubeuses nous avons pu déterminer l'emplacement géographique du public qui est, indépendamment de la langue parlée, dans la majorité des cas installé en Tunisie. L'ensemble de ces éléments nous laisse entendre que les Booktubeuses s'adresserait à une classe socioprofessionnelle bien particulière qui s'intéresse à la lecture.

Afin de confirmer ou d'infirmer notre deuxième hypothèse qui suppose que les Booktubeuses feraient des vidéos à des fins de socialisation et de partage de la passion qui pourraient donner lieu à un encouragement à la lecture et non pas dans une visée de professionnalisation comme certains autres Youtubeurs, nous avons étudié la question de la passion et de la sociabilité littéraire. Nous avons pu dans un premier temps confirmer la première partie de notre hypothèse. Nous avons, par la suite, étudié la relation des Booktubeuses avec les différents acteurs professionnels comme les éditeurs et les auteurs. Ceci nous a permis de dire que les Booktubeuses participeraient indirectement à la promotion de certains livres à travers les relations qu'elles entretiennent avec les éditeurs. Bien que leur but ne soit en aucun

cas professionnel, cependant, nous pouvons dire que nous assistons à une semi-professionnalisation des Booktubeuses.

Les Booktubes sont le résultat des mutations des pratiques des internautes qui évoluent au fil du temps. Cette forme de recommandation littéraire n'est pas la seule qui existe sur internet, néanmoins, nous pouvons considérer qu'elle est unique vu le format qu'elle adopte. La plupart des recommandations littéraires que nous avons pu trouver sont sous forme de texte prenant forme dans des blogues ou des commentaires sur certains sites comme Babelio ou Goodreads.

Nous avons essayé au cours de ce mémoire de répondre à notre problématique et nos hypothèses. Néanmoins, arrivant à la fin, d'autres questions se posent mais restent sans réponses. En effet, nous aurions aimé pousser ce travail de recherche un peu plus loin par des entretiens avec les acteurs professionnels comme les éditeurs, les auteurs tunisiens et certains libraires. Ceci nous aurait peut-être permis de voir si la recommandation littéraire en Tunisie à travers les Booktubes aurait une influence sur la vente des livres. Aussi, pour pouvoir mieux cerner la question de l'encouragement et de l'incitation à la lecture, nous aurions voulu faire des entretiens avec le public des Booktubeuses (les internautes qui laissent les commentaires) afin de voir si ce genre de productions a vraiment une influence sur le public.

## Bibliographie

### Ouvrages

BOUQUILLON, Philippe, MATTHEWS, Jacob T., *Le web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*, PUG, Grenoble, 2010, 150 p.

CARDON, Dominique, *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, Seuil, Condé-sur-Noireau, 2015, 112 p.

DELACROIX, Jérôme, *Les Wikis. Espaces de l'intelligence collective*, M21 Editions, Paris, 2005, 200 p.

DUMAZEDIER, Joffre, *Vers une civilisation du loisir ?*, Seuil, Paris, 1962, 316 p.

FLICHY, Patrice, *L'imaginaire d'Internet*, La Découverte, Paris, 2001, 276 p.

FLICHY, Patrice, *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Le Seuil, 2010, 112 p.

PISANI, Francis et PIOTET, Dominique, *Comment le web change le monde : L'alchimie des multitudes*, Pearson Education France, Paris, 2008, 256 p.

PROULX, Serge *et al.*, *Médias sociaux enjeux pour la communication*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2011, 264 p.

SAÏD, Rafik, *La politique culturelle en Tunisie*, Unesco, Paris, 1970, 56 p.

### Ouvrages numériques

QUITOUT, Michel, *Parlons l'arabe tunisien*, L'Harmattan, 2002, <[https://books.google.fr/books?id=90LHfv4fjEwC&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=true](https://books.google.fr/books?id=90LHfv4fjEwC&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true)>, (Consulté en mai 2017)

LEVERATTO, Jean-Marc, LEONTSINI, Mary, « Internet et la sociabilité littéraire », *Open Edition Books*, 2008, <<http://books.openedition.org/bibpompidou/197>>, (Consulté en mai 2017)

STIEGLER, Bernard *et al.*, *Pour en finir avec la mécroissance. Quelques réflexions d'Ars industrialis*, Flammarion Lettres, 2009, <[https://books.google.fr/books?id=JXZTqIvKdL8C&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.fr/books?id=JXZTqIvKdL8C&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)>, (Consulté en avril 2017)

## Chapitres d'ouvrages

- BEAUDOUIN, Valérie, *L'ordinaire d'internet. Le web dans nos pratiques et relations sociales*, Armand Colin, 2016, Chap. 10, Forums en ligne : des espaces de co-production de la connaissance et du lien social, 203-225 p.
- BULLICH, Vincent et GUIGNARD, Thomas, *La culture et ses intermédiaires : dans les arts, le numérique et les industries créatives*, Archives contemporaines, 2014, Chap. 17, Les plates-formes de contenus numériques : une nouvelle intermédiation ?, p.201-205
- CLAVIER, Viviane et al., *Web social. Mutation de la communication*, Presses de l'Université du Québec, 2010, Chap. 19, Dynamiques interactionnelles et rapports à l'information dans les forums de discussion médicale, p.297-311
- PROULX, Serge, *Les réseaux sociaux sur Internet à l'heure des transitions démocratiques*, Karthala, 2013, Chap. 7, Agir dans un monde fortement connecté : l'émergence de nouvelles cultures militantes dans la société de contrôle, p.135-148
- PROULX, Serge, *La contribution en ligne. Pratiques participatives à l'ère du capitalisme informationnel*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2014, Chap. 1, Enjeux et paradoxes d'une économie de la contribution, p.15-32
- PROULX, Serge et MILLERAND, Florence, *Web social. Mutation de la communication*, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2010, Chap. 1, Le web social, au carrefour de multiples questionnements, 13-30 p.

## Articles de revue numérique

- ALLARD, Laurence, VANDENBERGHE, Frédéric, « Express yourself ! Les pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer », *Réseaux*, 2003, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux1-2003-1-page-191.htm>>, (Consulté en juin 2017)
- ARDELET, Caroline, BRIAL, Bérangère, « Influence des recommandations d'internautes : le rôle de la présence sociale et de l'expertise », *Recherche et Applications en Marketing*, 2011, <<https://hal-upec-upem.archives-ouvertes.fr/hal-01258971>>, (Consulté en mai 2017)
- ARMSTRONG, Arthur, HAGEL, John, « The real value of on-line communities », *Harvard Business Review*, 1996, <<https://hbr.org/1996/05/the-real-value-of-on-line-communities>>, (Consulté en avril 2017)
- BACHA, Myriam, « La construction patrimoniale tunisienne à travers la législation et le journal officiel, 1881-2003 : de la complexité des rapports entre le politique et le scientifique », *L'Année du Maghreb*, 2008, <<http://anneemaghreb.revues.org/433>>, (Consulté en mai 2017)
- BEAUDOUIN, Valérie, VELKOVSKA, Julia, « Constitution d'un espace de communication sur Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...) », *Réseaux*, 1999,

- <[http://www.persee.fr/doc/reso\\_0751-7971\\_1999\\_num\\_17\\_97\\_2169](http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1999_num_17_97_2169)>, (Consulté en juin 2017)
- BEAUVISAGE, Thomas *et al.*, « Notes et avis des consommateurs sur le web. Les marchés à l'épreuve de l'évaluation profane », *Réseaux*, 2013, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2013-1-page-131.htm>>, (Consulté en avril 2017)
- CASILLI, Antonio, « « Petites boîtes » et individualisme en réseau. Les usages socialisants du Web en débat », *Cairn*, Novembre 2010, <<http://www.cairn.info/revue-realites-industrielles1-2010-4-page-54.htm>>, (Consulté en avril 2017)
- CARDON, Dominique, DELAUNAY-TÉTEREL, Hélène, « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », *Réseaux*, 2006, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux1-2006-4-page-15.htm>>, (Consulté en avril 2017)
- CARDON, Dominique *et al.*, « Présentation », *Réseaux*, 2006, <<https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2006-4-page-9.htm>>, (Consulté en avril 2017)
- CARDON, Dominique, « Le design de la visibilité », *Réseaux*, 2008, <[http://www.cairn.info/article.php?ID\\_REVUE=RES&ID\\_NUMPUBLIE=RES\\_152&ID\\_ARTICLE=RES\\_152\\_0093](http://www.cairn.info/article.php?ID_REVUE=RES&ID_NUMPUBLIE=RES_152&ID_ARTICLE=RES_152_0093)>, (Consulté en mai 2017)
- CARDON, Vincent, « La guerre des étoiles. La réputation hôtelière à l'épreuve du web contributif », *Cairn*, 2015, <<http://www.cairn.info/revue-anthropologie-des-connaissances-2015-1-page-39.htm>>, (Consulté en avril 2017)
- DONNAT, Olivier, « Les passions culturelles, entre engagement total et jardin secret », *Réseaux*, 2009, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-1-page-79.htm>>, (Consulté en mai 2017)
- GEORGES, Fanny, « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, 2009, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-2-page-165.htm>>, (Consulté en mai 2017)
- GOZLAN, Angélique, « Facebook : De la communauté virtuelle à la haine », *Tropique*, 2013, <<http://www.cairn.info/revue-topique-2013-1-page-121.htm>>, (Consulté en mai 2017)
- KAPLAN, Andreas M., HAENLEIN, Michael, « Users of the world, unite ! The challenges and opportunities of Social Media », *Science Direct*, 2010, <<http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf>>, (Consulté en avril 2017)
- MERCANTI-GUÉRIN, Maria, « Analyse des réseaux sociaux et communautés en ligne : Quelles applications en marketing ? », *Management & Avenir*, 2010, <<http://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2010-2-page-132.htm>>, (Consulté en avril 2017)

ODIN Roger, « La question de l'amateur dans trois espaces de réalisation et de diffusion », *Communications*, 1999, <[http://www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1999\\_num\\_68\\_1\\_2030](http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1999_num_68_1_2030)>, (Consulté en avril 2017)

RUEFF, Julien, « Où en sont les « game studies » ? », *Réseaux*, 2008, <<http://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-5-page-139.htm>>, (Consulté en avril 2017)

STIEGLER Bernard, « Le temps de l'amatorat », *Alliage*, 2011, <<http://revel.unice.fr/alliage/index.html?id=3272>>, (Consulté en avril 2017)

WEBER, Florence, LAMY, Yvon, « Amateurs et professionnels », *Genèses*, 1999, <[http://www.persee.fr/doc/genes\\_1155-3219\\_1999\\_num\\_36\\_1\\_1575](http://www.persee.fr/doc/genes_1155-3219_1999_num_36_1_1575)> (consulté en juin 2017)

### **Liens URL**

*Ars Industrialis*, Disponible sur <<http://arsindustrialis.org/category/tags/économie-de-la-contribution>>, (Consulté en avril 2017)

*Bibliothèque nationale*, Disponible sur <<http://www.bibliotheque.nat.tn/fr/presentation/>>, (Consulté en mai 2017)

*Booktube*, Disponible sur <<http://www.booktube.fr/>>, (Consulté en avril 2017)

*Darcy DiNucci*, Disponible sur <[http://darcyd.com/fragmented\\_future.pdf](http://darcyd.com/fragmented_future.pdf)>, (Consulté en mai 2017)

*Foire Internationale du Livre de Tunis*, Disponible sur <[https://www.facebook.com/pg/Livre.Tunisie/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Livre.Tunisie/about/?ref=page_internal)>, (Consulté en mai 2017)

*Huffpost maghreb*, Disponible sur <[http://www.huffpostmaghreb.com/2017/04/01/tunisiens-lecture-livres\\_n\\_15742362.html?utm\\_hp\\_ref=maghreb&ncid=fbklnkfrhpmg00000006](http://www.huffpostmaghreb.com/2017/04/01/tunisiens-lecture-livres_n_15742362.html?utm_hp_ref=maghreb&ncid=fbklnkfrhpmg00000006)>, (Consulté en avril 2017)

*Huffpost Maghreb*, Disponible sur <[http://www.huffpostmaghreb.com/2013/12/23/maison-editions-tunisie\\_n\\_4493093.html](http://www.huffpostmaghreb.com/2013/12/23/maison-editions-tunisie_n_4493093.html)>, (Consulté en mai 2017)

*L'express*, <[http://www.lexpress.fr/culture/livre/les-futurs-critiques-litteraires-sont-ils-sur-youtube\\_1570824.html](http://www.lexpress.fr/culture/livre/les-futurs-critiques-litteraires-sont-ils-sur-youtube_1570824.html)>, (Consulté en juin 2017)

*La fédération des amis du livre*, Disponible sur <<http://www.federation-amis-livre.org/images/Pour%20Participants%20et%20Journalistes.pdf>>, (Consulté en avril 2017)

*Ministère de la culture et de la communication*, <<http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/>>, (Consulté en mai 2017)

*O'Reilly*, Disponible sur <<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=5>>, (Consulté en mai 2017)

*Reading Corner*, Disponible sur <<https://www.facebook.com/groups/486282758050574/>>, (Consulté en mai 2017)

*Rue89*, Disponible sur <<http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-le-grand-entretien/20130202.RUE2699/bernard-stiegler-nous-entrons-dans-l-ere-du-travail-contributif.html>>, (Consulté en avril 2017)

*Statistiques Tunisie*, <<http://www.ins.nat.tn/fr/themes/culture#horizontalTab1>>, (Consulté en mai 2017)

*Support Google*, <<https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=fr>>, (consulté en juin 2017)

*Viabooks*, Disponible sur <<http://www.viabooks.fr/article/le-phenomene-des-booktubeuses-49261>>, (Consulté en avril 2017)

*Wikipédia*, Disponible sur <<https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikipédia>>, (Consulté en avril 2017)

YouTube, *Partenaires YouTube: Guide pour la configuration de votre compte*, <[https://www.youtube.com/watch?v=u\\_zO\\_-x3qb8](https://www.youtube.com/watch?v=u_zO_-x3qb8)>, (consulté en juin 2017)

## Table des figures

<b>Figure 1: Interactions entre les différentes communautés virtuelles .....</b>	<b>26</b>
<b>Figure 2: Répartition des chaînes Booktubes selon leurs noms .....</b>	<b>33</b>
<b>Figure 3: Les images représentant les chaînes des Booktubeuses .....</b>	<b>34</b>
<b>Figure 4: Description de la chaîne .....</b>	<b>35</b>
<b>Figure 5: Association des différents éléments par les Booktubeuses .....</b>	<b>36</b>
<b>Figure 6: Répartition des langues parlées par les Booktubeuses .....</b>	<b>50</b>

## Tables des matières

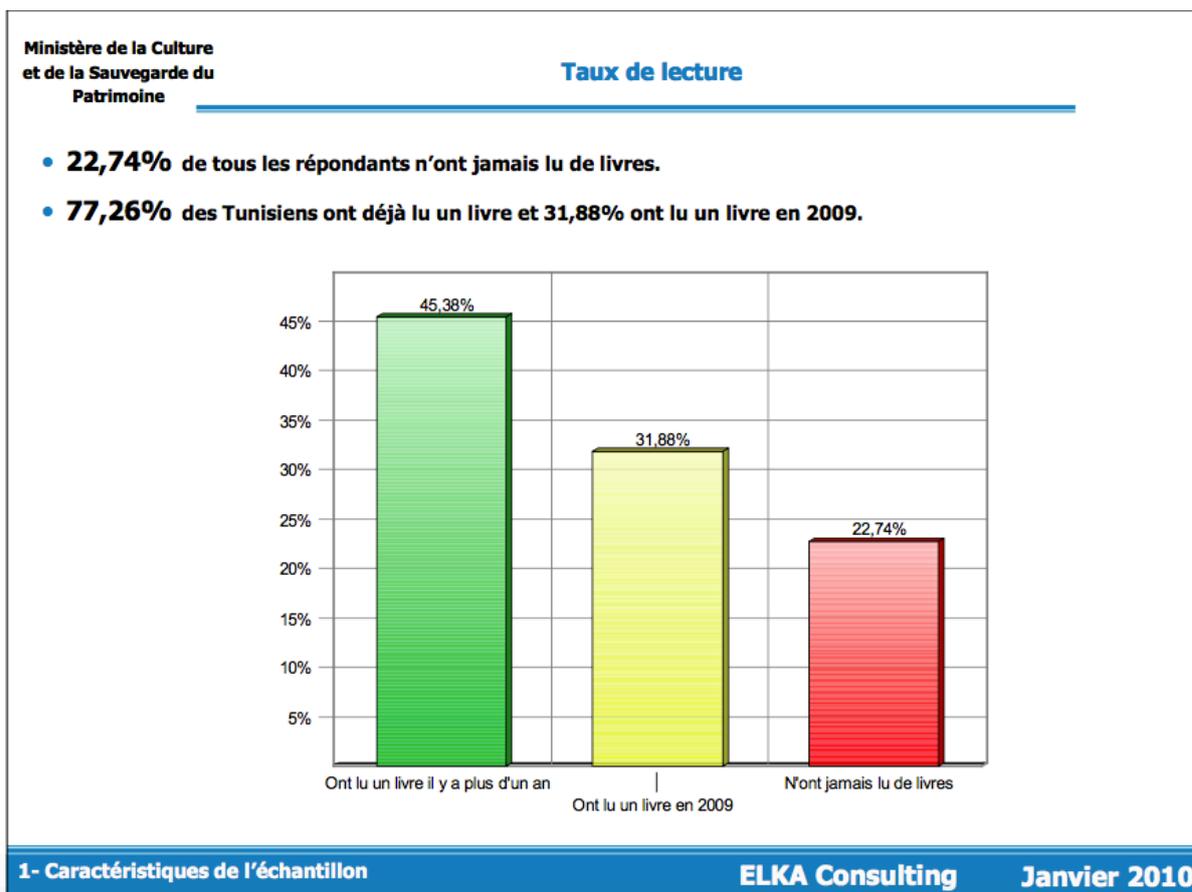
Déclaration anti-plagiat .....	3
Remerciements .....	4
RÉSUMÉ .....	5
Sommaire.....	6
Introduction .....	7
<b>Partie 1 : Le web collaboratif et l'émergence des communautés virtuelles de critique littéraire sur YouTube.....</b>	<b>14</b>
<b>Chapitre 1 : L'évaluation et la recommandation sur internet : une prise de parole des internautes ? .....</b>	<b>15</b>
<b>I. Emergence du web 2.0 et avènement des communautés virtuelles .....</b>	<b>15</b>
1. Approche historique du « Web 2.0 ».....	15
2. La contribution en ligne et l'émergence des communautés virtuelles .....	17
2.1. La contribution .....	17
2.2. Émergence et cartographie des communautés virtuelles .....	21
3. Les motivations aux pratiques contributives .....	26
<b>II. Typologie et cartographie de l'évaluation sur internet.....</b>	<b>27</b>
1. Différentes formes d'évaluation.....	27
2. Emergence d'une nouvelle forme d'évaluation sur internet .....	29
<b>Chapitre 2 : La critique littéraire amateur sur Internet : entre partage de passion et professionnalisation .....</b>	<b>31</b>
<b>I. Brouillage des frontières entre Youtubeurs et Booktubeurs.....</b>	<b>31</b>
1. Points de convergence .....	31
2. Points de divergence .....	32
2.1. Nom des chaînes.....	33
2.2. Visuels illustrant les chaînes .....	34
2.3. La description de la chaîne .....	35
3. Création d'une identité numérique propre aux Booktubeuses.....	36
<b>II. Partage de la passion.....</b>	<b>38</b>
1. Passion et engagement .....	38
2. Sociabilité littéraire.....	40
<b>Conclusion de la première partie .....</b>	<b>42</b>
<b>Partie 2 : Émergence des BookTubes en Tunisie : Une pratique paradoxale dans la société Tunisienne ? .....</b>	<b>43</b>
<b>Chapitre 1 : Les Booktubeuses : naissance et structure d'une pratique amateur .....</b>	<b>44</b>
<b>I. Émergence des BookTubes en Tunisie.....</b>	<b>44</b>
1. Approche sociohistorique de la promotion littéraire en Tunisie .....	44
1.1. Le réseau des bibliothèques publiques .....	44
1.2. Les librairies .....	46
1.3. Les événements culturels liés à la promotion du livre .....	47
1.4. La promotion du livre dans les médias .....	47
2. Espaces informels de la critique littéraire .....	48

<b>II.</b>	<b>Structuration des vidéos des Booktubeuses .....</b>	<b>49</b>
1.	Le choix de la langue .....	49
2.	Utilisation de vocabulaire spécifique.....	50
3.	Origine des livres critiqués .....	51
<b>Chapitre 2 : Le public visé par les Booktubeuses .....</b>		<b>53</b>
<b>I.</b>	<b>Quels publics pour quelles Booktubeuses ? .....</b>	<b>53</b>
1.	Le public visé par les Booktubeuses.....	53
2.	Le public des Booktubeuses .....	54
<b>II.</b>	<b>Booktubeuses : passion ou professionnalisation ? .....</b>	<b>56</b>
1.	La relation avec les acteurs professionnels .....	56
2.	Vers une professionnalisation de la recommandation littéraire ? .....	57
<b>Conclusion de la deuxième partie .....</b>		<b>58</b>
<b>Conclusion générale .....</b>		<b>59</b>
<b>Bibliographie .....</b>		<b>61</b>
<b>Table des figures .....</b>		<b>66</b>
<b>Tables des matières.....</b>		<b>67</b>
<b>Table des annexes .....</b>		<b>69</b>

## **Table des annexes**

<b>Annexe 1: Taux de lecture en Tunisie</b> .....	70
<b>Annexe 2: Le nombre de livre lu par les Tunisiens pendant l'année écoulée</b> .....	71
<b>Annexe 3: Guide des entretiens</b> .....	72
<b>Annexe 4: Représentation des notations</b> .....	82
<b>Annexe 5: Lieux de tournage</b> .....	83
<b>Annexe 6: Nombre d'abonnés aux bibliothèques publiques</b> .....	84
<b>Annexe 7: Pénétration moyenne quotidienne des stations radio en Tunisie</b> .....	85
<b>Annexe 8: Analyse de contenu</b> .....	86
<b>Annexe 9: Statistiques par région du public des Booktubeuses</b> .....	87

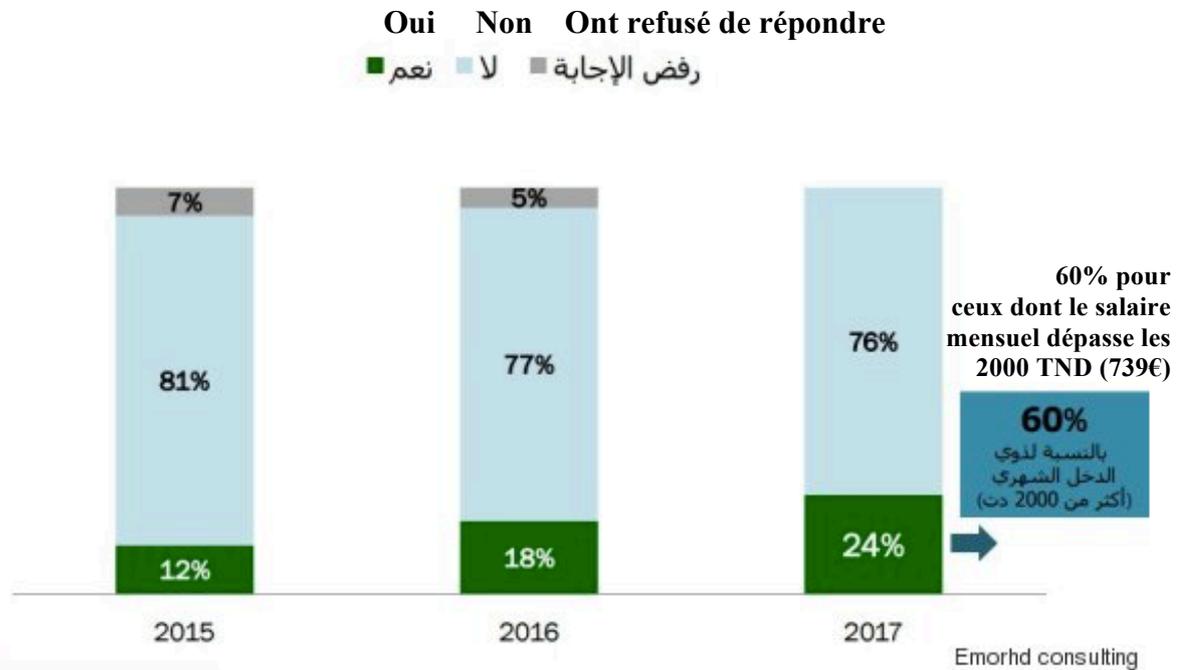
## Annexe 1: Taux de lecture en Tunisie



Source : Enquête nationale « le Tunisien, le livre et la lecture » réalisée par ELKA Consulting

## Annexe 2: Le nombre de livre lu par les Tunisiens pendant l'année écoulée

Combien de Tunisiens ont lu un livre pendant l'année écoulée (sans compter les journaux, les magazines, les parascolaires d'enfants et le Coran)?



Source : Emorhd Consulting

## Annexe 3: Guide des entretiens

### 1. Présentez-vous

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Je suis Sonya, je suis médecin spécialiste en ophtalmologie (en 3<sup>ème</sup> année de spécialité) et une grande lectrice depuis mon très jeune âge.
- **Livrement moi** : Sahar Ben Hazem, je suis journaliste web/community manager. J'ai toujours été une grande lectrice et je lis différents genres littéraires. Parmi mes auteurs préférés, il y a Stephen King, Poppy Z. Brite, Bernard Werber, Diana Gabaldon, ...  
Mes livres préférés : Le corps exquis de Poppy Z. Brite, Le cycle des dieux de Bernard Werber, Jessie de Stephen King, Outlander de Diana Gabaldon.
- **Books lovers** : Deux féministes introverties. Habiba et Rania, 23 ans, étudiantes diplômées en anglais à l'Université de Manouba.
- **Asma's recommendations** : Asma de Nabeul-Tunisie, étudiante en master professionnel : Anglais de communication à l'institut supérieur des langues de Tunis
- **Rayhana Nebli** : Je suis tunisienne, kairouanaise. J'ai 19 ans et j'étudie un domaine que j'aime qui est l'agronomie.
- **The daydreamer** : Je m'appelle Arij Meddeb, j'ai 19 ans, je suis étudiante en Anglais et relations internationales. Je suis membre de l'AIIESEC (je suis devenue membre en mars dernier). Je suis amateur de livres, amoureuse de la nature et du football.
- **Drunk in books** : Je m'appelle Shayma Rsayssi. J'ai 19 ans et je suis étudiante à Tunis Business School. Je passe la plupart de mon temps libre à lire et j'aime surtout parler des livres que j'ai lu.

### 2. Qu'est-ce qui vous a poussé à faire des BookTubes ?

- Serial Reader/Liseuse en série** : J'écris depuis très jeune des chroniques des livres que je lis, ça vient d'un besoin de partager ma passion je pense, puis avec la découverte des chaînes Booktube française et américaine j'ai remarqué que les gens vont plus facilement vers un support visuel qu'écrit.
- **Livrement moi** : L'envie de partager mes lectures avec d'autres lecteurs/trices, le besoin d'en parler aussi. J'avais également envie de rejoindre cette communauté qui me fascinait tant et qui m'inspirait.
  - **Books lovers** : Nous aimons lire des livres et nous voulions créer une communauté dans laquelle nous connaissons de nouveaux amateurs de livres et c'est ainsi que nous avons commencé la page Facebook. Lorsque nos fans ont commencé à nous demander des recommandations sur les livres et d'autres conseils nous avons alors pensé au Booktube.
  - **Asma's recommendations** : Je voulais encourager les gens à la lecture et de partager ma passion pour les livres avec eux. Au début, j'écrivais des articles sur les livres que je lisais mais je pense que ce n'est pas très efficace et ça peut être ennuyeux pour certaines personnes de lire des articles.
  - **Rayhana Nebli** : Parce que j'adore les livres et j'adore regarder les vidéos sur YouTube donc dès que j'ai découvert le phénomène booktubing j'ai voulu me lancer, ça m'a pris beaucoup de temps parce que je n'avais pas les moyens (caméra que j'ai pas jusqu'à maintenant) et le courage.
  - **The daydreamer** : c'est grâce à Booktube que j'ai commencé à lire. J'avais l'habitude de regarder des vidéos de recommandation de livre tout le temps et ils m'ont beaucoup aidé. Ensuite, 2 ans après, j'ai décidé de démarrer ma propre chaîne parce que je n'ai pas beaucoup d'amis qui lisent et je voulais partager cette passion avec le monde. L'idée m'est venue en tête et j'ai démarré. Je n'ai pas vraiment planifié tout ça.

- **Drunk in books** : J'ai créé ma chaîne Booktube car je n'avais aucune personne avec qui parler des livres. Je voulais partager ma passion et mes opinions avec d'autres lecteurs et en même temps je voulais inspirer les gens pour lire plus de livres.

### 3. Comment avez-vous choisi le nom de votre chaîne ?

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Je suis une très grande lectrice de polar / thriller (traitant de tueurs en série aka Serial killers) et je lis très rapidement donc tous mes amis m'appelaient une lectrice en série ! J'ai un peu combiné les deux
- **Livrement moi** : Le nom de ma chaîne est un clin d'œil à une ancienne série télé que j'adorais et qui s'appelle « *Amicalement votre* » avec Tony Curtis et Roger Moore. Je l'ai juste adapté pour qu'elle soit en rapport avec les livres et la thématique de la chaîne.
- **Books lovers** : C'est une blague actuelle en fait parce que mon nom est habiba et en anglais ça donne lover.
- **Asma's recommendations** : Je l'ai choisi comme ça au hasard... mais je pense que je vais le changer
- **Rayhana Nebli** : C'était un peu difficile parce que j'ai voulu éviter les noms faciles comme (Rayhana Reads) et en même temps il ne fallait pas que le nom soit complexe pour que les abonnés l'apprennent facilement. Malheureusement je ne suis pas satisfaite du nom jusqu'à maintenant
- **The daydreamer** : Daydreamer est l'adjectif que les gens choisissent toujours pour me décrire. Donc, quand je cherchais un nom, c'était la première chose qui m'est venue à l'esprit.
- **Drunk in books** : La période durant laquelle j'ai créé mon blog j'étais obsédée par la chanson Drunk in love de Beyonce. Le nom du blog s'inspirait de cette chanson et bien sûr j'ai créé la chaîne sous le même nom.

### 4. Avant de découvrir les BookTubes comment vous faisiez pour partager cette passion ? (Émission télé ? radio ? amis ? blog ? groupe Facebook (reading corner par exemple))

- **Serial Reader/Liseuse en série** : J'écrivais des chroniques sur mon blog et des sites comme Babelio, Goodreads etc et je partageais sur les groupes de lecture sur Facebook aussi.
- **Livrement moi** : J'utilise beaucoup le site Goodreads où je partage mes avis sur mes lectures. Je tiens aussi un blog « My Book Club » mais avant ça, je partageais mes avis avec mes ami(e)s lecteurs/trices.
- **Books lovers** : Nous avons la page « book lovers » qui est une grande communauté et nous avons travaillé dur pour la créer.
- **Asma's recommendations** : J'ai créé un groupe sur Facebook et à chaque fois que je finissais de lire un livre je publiais l'image de la couverture avec un petit résumé pour que les autres membres puissent avoir une idée sur le livre en question.
- **Rayhana Nebli** : Avant, je partageais cette passion sur quelques groupes Facebook et Instagram et après j'ai créé un blog « Rayhana Books »
- **The daydreamer** : Je pense que dans mon cas, Booktube était le commencement car, comme je l'ai dit, c'est ce qui m'a vraiment poussé à lire. A part les Booktubes, je partage ma passion avec mes amis ou sur Instagram.
- **Drunk in books** : Avant de créer ma chaîne, mon blog, Instagram et goodreads étaient les seuls moyens pour partager ma passion

### 5. Avant les BookTubes aviez-vous une chaîne YouTube ? si oui quel genre de contenus vous partagez ?

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Non je n'avais pas de chaîne, je n'aurais jamais ouvert une chaîne avec un contenu non-littéraire
- **Livrement moi** : Ma chaîne BookTubes est ma première et unique chaîne YouTube.
- **Books lovers** : Non c'est notre première chaîne
- **Asma's recommendations** : Oui j'avais la même chaîne mais elle n'était pas active. Je ne publiais rien
- **Rayhana Nebli** : Non je n'en avais pas
- **The daydreamer** : Non je n'en avais pas
- **Drunk in books** : Non ma chaîne de Booktube est ma première chaîne.

**6. Dans quel domaine vous faites vos études (ou vous travaillez) ?**

- **Serial Reader/Liseuse en série** : La médecine
- **Livrement moi** : Je travaille dans le domaine du Marketing Digital.
- **Books lovers** : Nous sommes diplômées en anglais et nous prenons une agrégation de classe de troisième cycle à l'université de Manouba
- **Asma's recommendations** : Master en anglais de communication
- **Rayhana Nebli** : Etudiante en horticulture (agronomie).
- **The daydreamer** : Je suis diplômée en anglais. J'étudie les relations internationales.
- **Drunk in books** : Je suis étudiante à Tunis Business School et j'étudie le « Business administration ».

**7. Avez-vous été contactée par une librairie, un éditeur ou un auteur pour faire la critique d'un livre ?**

- **Serial Reader/Liseuse en série** : J'étais et je suis sollicitée quotidiennement par les maisons d'édition et les auteurs tunisiens et français pour lire et chroniquer leurs livres, avant j'acceptais toutes les propositions mais j'avoue que maintenant je suis plus « sélective » car j'ai remarqué que j'ai abandonné mes propres livres (mes achats)
- **Livrement moi** : J'ai été contactée par plusieurs maisons d'édition ainsi que des auteurs pour faire la critique de leurs livres.
- **Books lovers** : Oui, nous avons été contactées par deux auteurs britanniques pour faire la critique de leurs livres
- **Asma's recommendations** : J'ai des amis, tunisiens pour la plupart, écrivains qui m'envoient leurs livres pour que j'en parle dans une vidéo ou que je donne mon opinion.
- **Rayhana Nebli** : Oui, une maison d'édition m'a contacté dernièrement mais on n'a pas encore parlé des détails
- **The daydreamer** : Le concept de Booktube est un peu nouveau dans le monde et encore moins en Tunisie ! Cependant, récemment, certains auteurs et éditeurs m'ont contacté pour passer en revue leurs livres.
- **Drunk in books** : Oui j'ai été contactée par des auteurs et un éditeur soit pour faire la critique du livre soit pour lire le livre avant son lancement.

**8. Est-ce que vous êtes abonnée à d'autres Booktubeuses ? Tunisiennes ou étrangères ?**

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Bien sûr, je suis abonnée aux chaînes de plusieurs booktubeuses tunisiennes et françaises, je m'abonne par principe à toutes les chaînes booktube tunisiennes (elles ne sont pas nombreuses), pour les autres je choisis

- **Livrement moi** : Oui, je suis abonnée à plusieurs chaînes Booktube qu'elles soient tunisiennes (Yosra Abdlekader, Liseuse en série, The Arwette) ou étrangères (IlestBienCeLivre, Bazar de la littérature, Booksandlala).
- **Books lovers** : Oui bien sur ! on a une bonne relation avec les autres Booktubeuses Tunisiennes.
- **Asma's recommendations** : Les deux
- **Rayhana Nebli** : Oui je suis abonnée à tous les Booktubeurs tunisiens (oui je dis Booktubeur et non Booktubeuses parce qu'il y a un Booktubeur tunisien) et quelques Booktubeurs français
- **The daydreamer** : Bien sûr, je regarde des centaines de Booktubeurs ! Les Tunisiennes sont: serial reader, drunk in books, a tunisian reader, livrement moi ! J'aime aussi regardé Hailey in bookland,Peruse project, polandbananasBOOKS,pages and pens,thoughts on tomes...
- **Drunk in books** : Oui déjà grâce aux Booktubeuses que je suivais, l'idée de créer ma chaîne m'est venue. Je suis abonnée à des Booktubeurs/euses étranger (UK, USA, France, Australia, Spain etc) et à toutes les Booktubeuses Tunisiennes sans exception.

**9. Les Booktubeuses abonnées à votre chaîne sont-elles tunisiennes ou étrangères ?**

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Il y a plus de tunisiennes mais beaucoup de françaises aussi, puis d'algériennes et marocaines
- **Livrement moi** : Il y a des tunisiennes et des étrangères.
- **Books lovers** : Les deux. Parce que nous parlons anglais.
- **Asma's recommendations** : La plupart sont tunisiennes ou maghrébines.
- **Rayhana Nebli** : Tunisiennes
- **The daydreamer** : Les deux. C'est parce que je parle toujours en anglais dans mes vidéos.
- **Drunk in books** : La majorité des Booktubeuses abonnées à ma chaîne sont tunisiennes mais il y a aussi quelques étrangères.

**10. Est-ce que vous communiquez avec les autres Booktubeuses ? Si oui comment ? (Seulement sur YouTube ou bien est-ce que vous avez un groupe Facebook par exemple ?)**

- **Serial Reader/Liseuse en série** : On a un groupe Facebook pour les Booktubeuses tunisiennes, on fait des meetings aussi et on se rencontre dans les book club, on est presque toutes amies. Il y a aussi un groupe pour les booktubeur(se)s maghrébins et un autre pour les Booktubeuses francophones.
- **Livrement moi** : Je communique souvent avec d'autres Booktubeuses. Nous sommes une communauté assez proche et soudée. Pour les Booktubeuses tunisiennes, nous nous voyons souvent surtout que certaines sont devenues des amies proches. Sinon pour les Booktubeuses étrangères, nous nous parlons sur Facebook que ce soit sur Messenger ou à travers des groupes littéraires.
- **Books lovers** : Oui, nous avons une bonne relation avec les Booktubeuses tunisiennes. Nous nous parlons via les réseaux sociaux et nous nous réunissons au Tunis Book Club
- **Asma's recommendations** : Oui mais pas trop. Sur Facebook à travers les groupes de lecture et récemment un groupe a été créé spécialement pour réunir tous les Booktubeurs (femmes et hommes) maghrébins.
- **Rayhana Nebli** : Oui, nous avons un groupe Facebook et on se voit souvent.
- **The daydreamer** : Oui !! Pas seulement sur Booktube et les médias sociaux (sur Facebook on a un groupe « our reading club »). En fait, je suis amie dans la vraie vie avec certains Booktubeuses tunisiennes, nous nous rencontrons fréquemment.

- **Drunk in books** : Oui je suis toujours en contact avec les autres Booktubeuses puisqu'elles sont mes amies. On communique à travers Facebook (chat et différents groupes que ce soit groupe de lecture ou des groupes pour les Booktubes), et on organise des rencontres de temps en temps. En plus on se retrouve toujours dans les Book Club (Tunis Book Club ou Tunis English Book Club).

### 11. Est-ce que vous répondez à tous les commentaires laissés par les internautes ?

- **Serial Reader/Liseuse en série** : J'essaie de répondre à tous les commentaires, des fois ça prend un peu du temps, des fois un commentaire ou deux échappent à mon attention, mais en général je réponds à tous même par un seul mot.
- **Livrement moi** : Oui je réponds à tous les commentaires.
- **Books lovers** : Oui bien sur
- **Asma's recommendations** : Oui s'ils posent une question je réponds sinon je mets juste un « like » quand il s'agit d'un avis ou une recommandation.
- **Rayhana Nebli** : Oui bien sur même aux critiques
- **The daydreamer** : Oui, cela me rend vraiment heureuse de voir que les gens ont vraiment regardé ma vidéo et qu'ils veulent partager quelque chose avec moi.
- **Drunk in books** : Oui je réponds toujours à tous les commentaires. C'est quelque chose de très important pour moi.

### 12. Pourquoi parler Français (ou anglais ou dialecte ou arabe littéraire) dans vos vidéos ?

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Je choisis entre le dialecte tunisien et le français selon le public ciblé. Quand je parle de romans français que j'ai reçu en Service Presse de la part des éditeurs ou des auteurs, je choisis de parler en Français pour que ces derniers le comprennent et puissent l'exploiter après et en plus parce que ces romans (des nouveautés en général) ne sont pas disponibles pour la plupart en Tunisie. Pour les autres vidéos je parle dialecte car quand j'ai ouvert ma chaîne mon objectif était d'amener le plus possible des tunisiens à lire, c'est encore mon premier but.
- **Livrement moi** : J'ai choisis de parler en Français car c'est la langue avec laquelle je me sens à l'aise pour parler de mes lectures qui sont en majorité en langue française.
- **Books lovers** : Nous parlons anglais est ceci est dû à plusieurs raisons. Principalement parce que l'anglais est une langue dans laquelle on se sent à l'aise. Aussi, nous lisons surtout en anglais et enfin parce que nous visons un public plus large.
- **Asma's recommendations** : Dans mes vidéos je parle uniquement en arabe littéraire même si je lis des livres en arabe et en anglais. Je n'utilise pas le dialecte parce que certaines personnes ne le comprennent pas.
- **Rayhana Nebli** : Je parle dialecte tunisien dans mes vidéos parce que je vise les tunisiens et je veux que ma passion les atteigne tous et facilement.
- **The daydreamer** : J'ai décidé de parler en anglais dans mes vidéos, parce que je lis principalement en anglais, en plus c'est la langue avec laquelle je suis la plus à l'aise. Aussi, je veux communiquer avec des personnes différentes et je ne voulais pas que la langue soit une barrière (mais je parle toujours dans notre dialecte dans certaines de mes vidéos surtout dans les collabs avec shaima (drunk in books)).
- **Drunk in books** : Dans la plupart de mes vidéos je parle en Anglais parce que je me sens plus à l'aise quand je m'exprime en Anglais puisque la plupart des livres que je lis sont en Anglais. En plus j'étudie l'Anglais donc je me sens plus à l'aise avec cette langue.

### 13. Comment vous choisissez les livres à lire ?

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Selon mon humeur la plupart du temps

- **Livrement moi** : Je privilégie d'abord les services presses que je reçois sinon c'est plus en rapport avec mon envie du moment, mon humeur.
- **Books lovers** : On est sélectives avec ce qu'on lit
- **Asma's recommendations** : à l'aide des recommandations ou sur le site Goodreads et des fois j'achète juste un livre parce que je connais l'auteur ou parce qu'il a été adapté en film ou en série.
- **Rayhana Nebli** : Je choisis mes livres selon les auteurs principalement et aussi selon le titre.
- **The daydreamer** : Comme je l'ai déjà dit, Booktube m'aide beaucoup quand il s'agit de ma liste TBR! Tous les livres que j'ai lus sont des recommandations des Booktubeuses, mais je prends également des recommandations de mes amis (ceux qui lisent des livres, bien sur).
- **Drunk in books** : J'ai une PAL à lire qui contient tous les livres que je veux lire d'ici 2 ans, j'ai choisi ces livres la d'après Goodreads et les recommandations des Booktubeurs et mes amies. Les livres que je choisis dépendent de mon humeur.

#### 14. Est-ce que vous lisez des livres recommandés par les autres Booktubeuses ?

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Oui, mes achats sont toujours influencés par les recommandations de mes Booktubeuses préférées
- **Livrement moi** : Je lis souvent des livres recommandés par d'autres Booktubeuses.
- **Books lovers** : Oui
- **Asma's recommendations** : Je ne me rappelle pas mais je pense que oui
- **Rayhana Nebli** : Oui surtout ceux qui sont recommandés par Yosra Abdelkader Briki et Sonya de la chaîne Serial Reader parce que on a presque les mêmes goûts littéraires.
- **The daydreamer** : Oui surtout les Booktubeuses avec lesquelles je partage les mêmes goûts littéraires.
- **Drunk in love** : Oui bien sûr. Les recommandations des autres Booktubeuses sont très importantes pour choisir ma pile à lire.

#### 15. Est-ce que vous cherchez à lire des livres recommandés par les internautes ?

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Je demande d'abord le genre et le résumé puis je le lis s'il m'interpelle, j'adore prendre des recommandations de mes abonnés et ça leur fait plaisir que je les prenne en considérations
- **Livrement moi** : Il m'est arrivé de lire des livres recommandés par les internautes.
- **Books lovers** : Oui ça nous arrive de lire des livres recommandés par nos fans.
- **Asma's recommendations** : Oui surtout ceux recommandés par les gens avec lesquels je partage le même goût en littérature.
- **Rayhana Nebli** : Oui mais pas souvent.
- **The daydreamer** : Oui si ça a l'air intéressant ou si c'est un genre que j'aime bien.
- **Drunk in books** : Oui, parfois si je parle d'un livre dans une vidéo, des lecteurs me recommandent des livres qui peuvent me plaire et donc je les ajoute à ma pile à lire. J'ai des coups de cœurs qui étaient recommandés par les internautes.

#### 16. Est ce qu'il y a des émissions (télé ou radio) qui font de la critique littéraire et que vous suivez ?

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Je suis une fan de l'émission la Grande Librairie. En tunisie, il y a une seule émission que je suis, Nawafedh de Rym Kefi, j'y étais d'ailleurs invitée à deux reprises pour parler de mes derniers coups de cœur et de livres tunisiens
- **Livrement moi** : Je regarde très peu la télé et je ne suis pas une grande adepte de la radio donc non.

- **Books lovers** : Non
- **Asma's recommendations** : Aucune idée !
- **Rayhana Nebli** : Non parce que je n'en connais pas.
- **The daydreamer** : Non. Je ne savais pas que ça existait (je ne suis pas trop TV et radio)
- **Drunk in books** : Non, je ne regarde pas la télé. Toutes les critiques littéraires que je suis sont sur YouTube ou sur des blogs.

#### 17. Combien faites-vous de vidéos par semaine (ou par mois) ?

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Une à deux vidéos par semaine généralement. En moyenne 5 à 6 vidéos par mois
- **Livrement moi** : En moyenne, 4 vidéos par mois.
- **Books lovers** : Nous visons une vidéo par semaine
- **Asma's recommendations** : Cela dépend de mes lectures mais en moyenne une vidéo par semaine.
- **Rayhana Nebli** : En fait, puisque je dois consacrer beaucoup de temps à mes études je ne publie pas souvent des vidéos parce que je ne trouve pas le temps mais par moyenne c'est une vidéo par mois.
- **The daydreamer** : Je ne fais pas des vidéos régulièrement mais généralement une vidéo par semaine.
- **Drunk in books** : Le programme était de faire une vidéo par semaine mais je ne parviens pas à le faire donc je dirais 1 à 2 vidéos par mois.

#### 18. Est ce qu'on lit dans votre entourage ? (Passion transmise par les parents par exemple ?)

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Je dois mon amour pour la lecture à papa surtout, il me lisait des histoires quand j'étais toute jeune puis il m'a appris à avoir un livre de chevet, il m'a aussi légué une grande bibliothèque et m'a transmis son amour pour les classiques et le polar
- **Livrement moi** : Oui, c'est une passion qui est transmise dans notre famille de génération en génération.
- **Books lovers** : Non pas vraiment. Mais on nous encourage à lire depuis qu'on est toutes petites.
- **Asma's recommendations** : Non, je suis la seule malheureusement.
- **Rayhana Nebli** : Ma famille respecte les livres mais mes parents ne lisent pas malheureusement.
- **The daydreamer** : Non pas vraiment. Je suis un exemple pour certains membres de ma famille.
- **Drunk in books** : Non, je suis la seule dans toute ma famille et mes amies qui est passionnée de lecture. Et ça fait juste 4 ans que je le suis devenue.

#### 19. Vous mettez combien de temps pour préparer une vidéo ? (entre lecture du livre, préparation des différents points que vous allez aborder, montage...)

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Je ne fais pas beaucoup de montage, et je prends des notes à fur et à mesure de ma lecture donc je dirais que ça me prend entre 1 et 3 heures en moyenne pour filmer et éditer la vidéo. La lecture d'un livre me prend en moyenne 3 jours.
- **Livrement moi** : Si le livre me plaît, je mets environ 2 à 3 jours pour le finir puis le tournage et le montage me prennent maximum 3 heures.
- **Books lovers** : Une semaine ou deux

- **Asma's recommendations** : La lecture me prend entre 4 jours et une semaine en moyenne, après je rédige mon speech et ça me prend 15 minutes à peu près et le montage me prend au moins 30 minutes.
- **Rayhana Nebli** : Le temps qui me prend pour lire dépend du livre, le reste me prend une semaine ou même moins.
- **The daydreamer** : Je ne lis pas de livres pour faire des vidéos, si le livre était assez intéressant ou j'ai quelque chose à dire je fais une vidéo. Je ne prépare pas non plus ce que je vais dire bien que je pense que ça l'ensemble plus organisé et plus professionnel mais ce n'est pas mon truc. Pour le montage cela dépend de la vidéo, mais disons environ une heure ou deux. Donc, entre la préparation, le tournage et le montage, il faut environ 3 heures.
- **Drunk in books** : Le temps consacré à la lecture du livre change et dépend de mon humeur et du livre lui-même. Je peux lire un livre en 3 heures et parfois ça prend 3 mois pour que je le finisse. Donc mis à part le temps de lecture, pour préparer une vidéo il me faut minimum de 5-6 heures et même plus.

## 20. Avez-vous eu des difficultés techniques au début pour réaliser vos vidéos ? (Pour faire le montage, les effets...)

- **Serial Reader/Liseuse en série** : J'ai des connaissances rudimentaires en matière de montage, effet et tout ce qui fait que oui j'avais et j'ai toujours des difficultés techniques, mais j'ai appris à parfaire la qualité du contenu de mes vidéos qui restent le plus important à mon avis. Je ne serai jamais un as de montage !
- **Livrement moi** : J'ai eu des difficultés au niveau du montage puisque je n'y connaissais absolument rien et que j'ai dû apprendre sur le tas pour pouvoir améliorer la qualité de mes vidéos. D'ailleurs, je filme avec la caméra de mon smartphone (Samsung Galaxy S5) et je monte avec Wondershare Filmora.
- **Books lovers** : Nous utilisons un bon programme d'édition
- **Asma's recommendations** : Oui bien sûr mais petit à petit j'ai appris et je me suis améliorée.
- **Rayhana Nebli** : OUI ! et jusqu'à maintenant je suis confrontée à des problèmes techniques parce que je suis nulle en technologie.
- **The daydreamer** : Enormément (et je n'exagère pas ici) d'abord mon appareil photo que je venais d'acheter s'est cassé, ensuite c'était la lumière et puis j'ai eu des problèmes au montage.
- **Drunk in books** : Faire le montage et avoir une bonne lumière sont des difficultés techniques qui m'agacent même aujourd'hui. Le montage prend beaucoup de temps et la lumière dépend de la météo.

## 21. Les libraires vous aident-ils dans le choix de vos livres ?

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Quand je fais des achats en France oui, il y a plusieurs libraires qui font d'excellentes recommandations et auxquels j'ai une confiance absolue. En Tunisie malheureusement, à part quelques exceptions, les libraires ne lisent pas vraiment les livres, ils ne conseillent donc que les best-sellers (ceux que les gens achètent le plus) ce qui n'est généralement pas ce que je cherche
- **Livrement moi** : Très peu.
- **Books lovers** : Non
- **Asma's recommendations** : Non pas vraiment.
- **Rayhana Nebli** : Non
- **The daydreamer** : J'aurais aimé. Une fois, j'ai même été jugé par un libraire sur mes goûts littéraires.

- **Drunk in books** : Non pas du tout. Je ne trouve pas les livres que je veux lire donc parfois ils essayent de m'obliger à prendre un autre livre d'un autre genre que je ne lis pas c'est pourquoi je me sens mal à l'aise dans la plupart des librairies.
- 22. Est-ce que vous trouvez que le prix du livre en Tunisie est à la portée de tout le monde ?**
- **Serial Reader/Liseuse en série** : Si on parle livre neuf, absolument pas. Les prix des grands formats deviennent exorbitants et même les formats poche ne sont plus à la portée. Heureusement qu'il y a les brocantes et les bouquinistes pour les étudiants/élèves et tous ceux qui ne peuvent pas se procurer des livres neufs
  - **Livrement moi** : Non, certainement pas. Ce n'est pas entrain de s'arranger avec la dévalorisation du dinar.
  - **Books lovers** : Non. Les livres sont un peu chers en Tunisie.
  - **Asma's recommendations** : Honnêtement non ! Les livres sont chers et j'ai beaucoup d'amis qui ne peuvent pas en acheter donc ils les téléchargent sur internet et j'en prête quelques-uns à mes amis proches.
  - **Rayhana Nebli** : Les prix des livres des auteurs tunisiens et des maisons d'éditions tunisiennes est à la portée de tout le monde mais les livres importés sont un peu chers surtout après la baisse du dinar. Heureusement l'édition Pocket existe.
  - **The daydreamer** : Bien sûr que non !! S'il n'y avait pas les bouquinistes je serais foutue. Et maintenant, même les livres d'occasion coûtent cher (Harry Potter à 25dt par exemple (9€))
  - **Drunk in books** : Le prix des livres en Tunisie est très cher et gonflé même pour les livres d'occasion ce qui m'oblige à lire des livres électroniques.
- 23. Est-ce que vous êtes abonnée à une bibliothèque publique ? empruntez-vous des livres ? (si non pourquoi ?)**
- **Serial Reader/Liseuse en série** : Je suis abonnée à la médiathèque de l'institut Français, à celle de l'American Corner mais j'utilise rarement ces abonnements car j'ai beaucoup de livres non lus dans ma bibliothèque et que, quand je veux vraiment lire un livre, à moins qu'il ne soit pas disponible, je cherche plutôt à l'acquérir, je ne lis pas seulement les livres, je les collectionne.
  - **Livrement moi** : Non, je n'emprunte pas car j'ai besoin de posséder les livres que je lis.
  - **Books lovers** : Oui, nous avons des cartes de bibliothèques publiques, mais nous n'empruntons pas de livres parce qu'ils n'ont pas beaucoup de livres à offrir, ce qui est dommage et très triste
  - **Asma's recommendations** : Non. Je suis en train de constituer ma propre bibliothèque chez moi.
  - **Rayhana Nebli** : Non parce que je ne trouve pas ce que je cherche mais j'emprunte des livres quand je veux vraiment les lire et que je les trouve pas ou parce qu'ils sont hors de mon budget.
  - **The daydreamer** : Oui dans 3 bibliothèques différentes : la médiathèque de l'institut français, american corner et la bibliothèque publique de ma ville.
  - **Drunk in books** : Oui je suis abonnée à la médiathèque et American corner et j'emprunte des livres de ces deux bibliothèques.
- 24. Connaissez-vous des festivals en Tunisie consacrés à la critique littéraire ou à la promotion littéraire ?**

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Le plus grand évènement littéraire en Tunisie est La Foire Internationale du Livre à Tunis, je ne rate jamais une session ! Il y a des salons du livre aussi à Sousse, Sfax etc. mais ils n'ont pas encore la même envergure
- **Livrement moi** : Il y a quelques événements que je connais mais pas de festivals.
- **Books lovers** : Non
- **Asma's recommendations** : Non j'en ai aucune idée. Mais j'ai participé à des événements de lecture en tant qu'organisatrice cette année et l'année dernière.
- **Rayhana Nebli** : Non je n'en connais pas.
- **The daydreamer** : Non
- **Drunk in books** : Non je ne connais pas des festivals consacrés à la critique littéraire.

## 25. Est-ce que vous monétisez vos vidéos ? Pourquoi ?

- **Serial Reader/Liseuse en série** : Non, d'abord honnêtement le Booktube est encore « petit » en Tunisie, le nombre de vues ne sera donc pas rémunérant. Et puis, si certains le font (la monétisation) pour renouveler leur matériel ou autre, je n'ai rien contre le principe mais je ne fais pas de vidéos pour des objectifs matériels, je le fais par plaisir et je veux pas que ça change.
- **Livrement moi** : Oui, je monétise mes vidéos. Je l'ai fait parce qu'on m'a conseillé de le faire même si pour le moment, je n'en vois pas l'utilité.
- **Books lovers** : Oui
- **Asma's recommendations** : Oui, suite à une recommandation d'un ami. Au début je ne savais pas que je pouvais faire ça. Je téléchargeais juste des vidéos sur ma chaîne.
- **Rayhana Nebli** : Non parce que je ne connais pas cette option. Quand j'ai créé cette chaîne j'ai jamais pensé à gagner de l'argent avec et je ne compte pas le faire.
- **The daydreamer** : Non. Je n'y ai jamais pensé.
- **Drunk in books** : Non, je ne les monétise pas. Le but de la chaîne est de partager mes avis sur des livres en plus la monétisation des vidéos est plutôt pour les grandes chaînes.

## Annexe 4: Représentation des notations



Amazon



Cdiscount



eBay



TripAdvisor



Booking

## Annexe 5: Lieux de tournage



LE FOSSOYEUR DE FILMS #9 - Top 10 des pires clichés

Le Fossoyeur de Films  
S'abonner 623 k

1 624 995 vues



Les séries - Cyprien

Cyprien  
S'abonner 10 M

15 654 184 vues

**Le Fossoyeur de Films (Youtubeur - critique cinématographique)**

**Cyprien (Youtubeur)**



Mise au point.

EnjoyPhoenix  
S'abonner 2,7 M

2 455 930 vues



Parlons Manga I #3

BulleDop  
S'abonner 45 k

8 318 vues

**EnjoyPhoenix (Youtubeuse beauté)**

**BulleDop (Booktubuse française)**



Bons Plans FOIRE DU LIVRE 2017 / Tunisian talents you don't want to miss!!

Serial Reader/ Liseuse en série  
S'abonner 1,7 k

1 786 vues

**Serial Reader / Liseuse en série (Booktubuse tunisienne)**

## Annexe 6: Nombre d'abonnés aux bibliothèques publiques

### Les abonnés aux bibliothèques



Unité : Nombre d'abonnés

Indicateur	2010	2011	2012	2013	2014
Bibliothèques publiques pour adultes et jeunes	60973	60973	61364	60718	68735
Bibliothèques publiques pour enfants	67130	67130	51386	51115	104987
Bibliothèques ambulantes (Bibliocars)	32280	32280	28109	29304	33632

Source : Ministère de la Culture ( Direction de la lecture publique )

Mise à jour : 17/03/2016

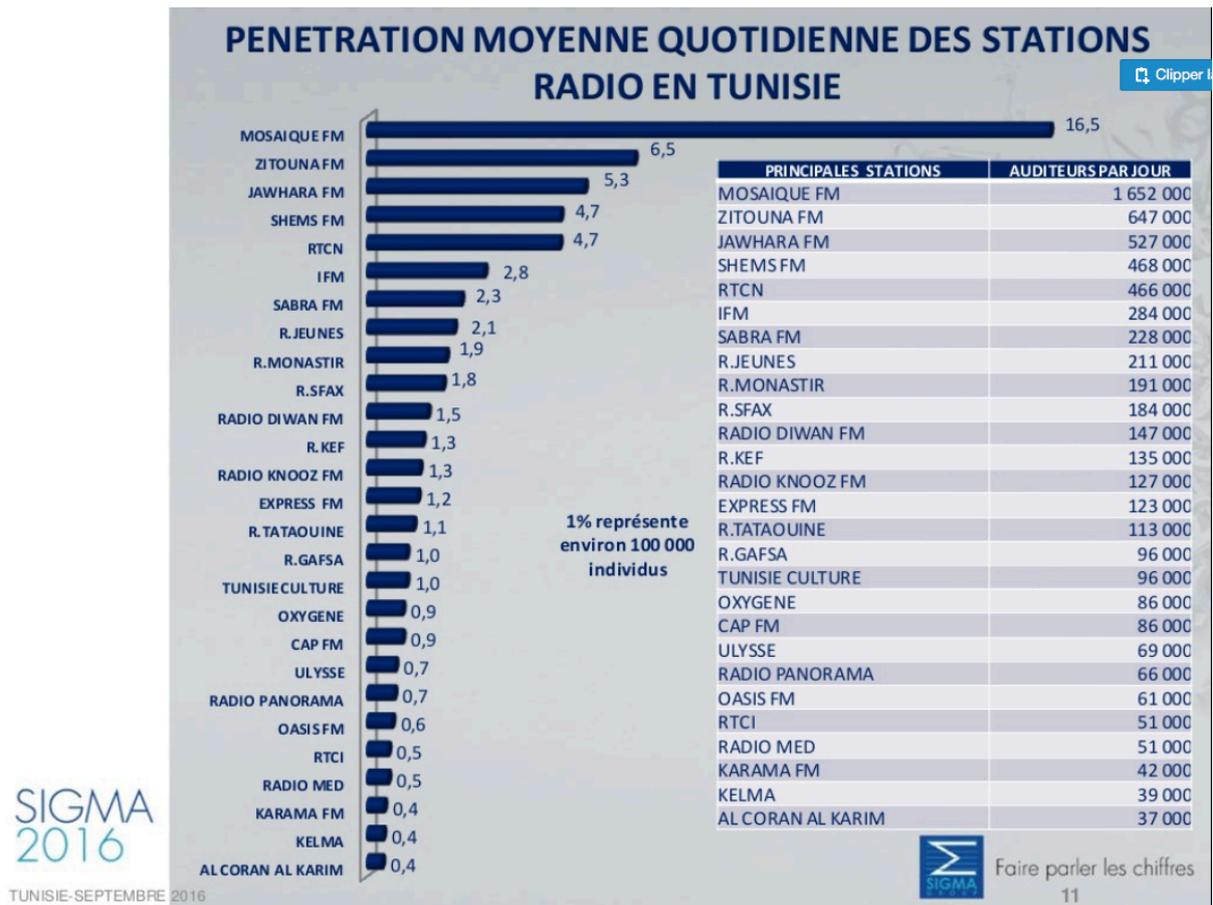
Source: <http://www.ins.nat.tn/fr/themes/culture#horizontalTab1>

### Estimation de la population tunisienne

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Estimation de la Population au 1er Juillet	10 127 900,0	10 225 200,0	10 328 700,0	10 458 090,0	10 565 710,0	10 674 400,0	10 784 260,0	10 895 220,0	11 007 350,0	11 154 340,0

Source: <http://www.ins.nat.tn/fr/themes/culture#horizontalTab1>

## Annexe 7: Pénétration moyenne quotidienne des stations radio en Tunisie



Source : Sigma Conseil

## Annexe 8: Analyse de contenu

Nom de la chaine	Sexe	Âge	Nombre d'abonnés	Nombre de vidéos sur la chaine	Date de la création de la chaine	Première vidéo BookTube publiée sur YouTube	Page Facebook reliée à la chaine	Nombre de fans sur la page Facebook	Langue parlée dans les vidéos	Utilisation de vocabulaire spécifique	Citation de l'éditeur
Amal Books	F	-	7 883	45	Mars 2014	Novembre 2015	Oui	6 703	Dialecte Anglais	Oui	Non
A Tunisian reader	F	-	2 932	37	Décembre 2014	Juillet 2015	Oui	2 104	Dialecte Anglais	Oui	Non
Yosra Abdelkader	F	-	2 488	99	Février 2012	Septembre 2014	Non	-	Dialecte	Oui	Non
Serial reader / Liseuse en série*	F	29	1 574	40	Décembre 2011	Aout 2016	Non	-	Dialecte	Oui	Oui
Si à la sérénité	F	-	1224	10	Septembre 2016	Septembre 2016	Non	-	Dialecte	Oui	Non
Livrement moi*	F	29	1 117	81	Mai 2012	Décembre 2015	Oui	6 277	Français	Oui	Non
Book lovers*	F	23	608	14	Mai 2016	Décembre 2016	Oui	203 929	Anglais	Oui	Non
Asma's recommendations*	F	23	512	13	Août 2013	Janvier 2017	Oui	1 309	Arabe littéraire	Non	Non
Drunk in books*	F	19	469	15	Juillet 2015	Aout 2016	Non	-	Anglais	Oui	Non
Sahar Reads	F	-	298	8	Octobre 2016	Octobre 2016	Oui	90	Anglais et un peu de dialecte	Oui	Non
Rayhanaa Nebli*	F	19	216	13	Septembre 2016	Septembre 2016	Non	-	Dialecte	Oui	Non
The daydreamer*	F	19	NQ	34	Mai 2015	Novembre 2015	Oui	1 269	Anglais	Oui	Non
Asma lecture	F	-	NQ	4	NQ	Avril 2017	NQ	-	Français	Oui	Oui

\*Booktubeuses avec lesquelles nous avons effectué un entretien

## Annexe 9: Statistiques par région du public des Booktubeuses

### Top des régions

Durée de visionnage

Tunisie (38%)  
Maroc (17%)  
Algérie (10%)  
Égypte (7,2%)  
Arabie saoudite (6,6%)



**Nom de la chaine : Asma's Recommendations**

### Top geographies

Watch time

Tunisia (81%)  
Algeria (5.5%)  
Morocco (4.5%)  
United States (1.5%)  
France (1.2%)



**Nom de la chaine : Drunk in books**

### Top des régions

Durée de visionnage

France (60%)  
Tunisie (20%)  
Belgique (4,1%)  
Canada (3,7%)  
Algérie (3,3%)



**Nom de la chaine : Livrement moi**

### Top des régions

Durée de visionnage

Tunisie (90%)  
Algérie (3,4%)  
Maroc (2,1%)  
Allemagne (1,7%)  
France (0,6%)



**Nom de la chaine : Rayhana Nebli**

### Top des régions

Durée de visionnage

Tunisie (77%)  
Algérie (7,8%)  
France (5,3%)  
Maroc (4,3%)  
États-Unis (1,1%)



**Nom de la chaine : Serial Reader/Liseuse en série**

### Top geographies

Watch time

Tunisia (62%)  
Algeria (7.4%)  
Morocco (6.3%)  
United States (4.9%)  
Egypt (3.7%)



**Nom de la chaine : Book Readers**

### Top des régions

Durée de visionnage

Tunisie (71%)  
Algérie (8,0%)  
États-Unis (3,4%)  
Maroc (3,1%)  
Libye (2,3%)



**Nom de la chaine : The Daydreamer**