



HAL
open science

La création sur YouTube en question face aux logiques d'éditorialisation de la plateforme : une étude sur le cas spécifique des vulgarisateurs sur YouTube

Phane Montet

► To cite this version:

Phane Montet. La création sur YouTube en question face aux logiques d'éditorialisation de la plateforme : une étude sur le cas spécifique des vulgarisateurs sur YouTube. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-02965851

HAL Id: dumas-02965851

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02965851>

Submitted on 13 Oct 2020

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.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Management et culture

Option : Magistère, management et culture

La création sur YouTube en question face aux logiques d'éditorialisation de la plateforme

Une étude sur le cas spécifique
des vulgarisateurs sur YouTube

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Judith Dehail

Nom, prénom : MONTET Phane

Promotion : 2018

Soutenu le : 23/10/2018

Mention du mémoire : Bien

SOMMAIRE

Table des matières

SOMMAIRE	2
REMERCIEMENTS	4
NOTES LIMINAIRES :	5
INTRODUCTION :	6
PARTIE 1 : LE DISPOSITIF DE YOUTUBE ILLUSTRE LE DOUBLE DISCOURS DE LA PLATEFORME SUR ELLE-MEME : A LA FOIS IMAGE UTOPIQUE D'UN LIEU DE CREATION SANS LIMITES NI CONTRAINTES, MAIS AUSSI VERITABLE ENTREPRISE AUX LOGIQUES INDUSTRIELLES DE RENTABILITE ET DE VISIBILITE.	12
A. YOUTUBE : UNE PLATEFORME AUX ALLURES UTOPIQUES QUI OFFRE A CHACUN LA POSSIBILITE DE CREER	13
a. <i>Le discours de la plateforme</i>	13
b. <i>Le discours des créateurs</i>	17
B. YOUTUBE : UNE ENTREPRISE REpondant A DES IMPERATIFS INDUSTRIELS ET MARKETING POUR STRUCTURER LA PLATEFORME, MAIS AUSSI LES VIDEOS DES CREATEURS	20
a. <i>YouTube : à la recherche d'un modèle économique qui transforme petit à petit sa plateforme de vidéos</i>	21
b. <i>La création sur YouTube : une belle histoire de popularité</i>	23
c. <i>Devenir youtubeur, tout un métier</i>	26
PARTIE 2 : YOUTUBEUR VULGARISATEUR : UN STATUT PARTICULIER SUR YOUTUBE ? ENTRE DESIR DE CREATION, CONTRAINTES EDITORIALES DE LA PLATEFORME ET BESOIN D'ARGENT, LE YOUTUBEUR VULGARISATEUR TENTE DE NAVIGUER DANS LES EAUX TROUBLES DE YOUTUBE, EN DEFINISSANT SES PROPRES CODES.	31
A. QU'EST CE QU'UN « VULGARISATEUR » SUR YOUTUBE ?.....	32
a. <i>D'où vient ce terme de « YouTubeur vulgarisateur » ?</i>	32
b. <i>Qu'est ce qui fait que ces YouTubeurs sont des vulgarisateurs ?</i>	36
B. ETRE VULGARISATEUR SUR YOUTUBE, OU COMMENT NAVIGUER DE CHARYBDE EN SCYLLA	39

a. <i>Travailler à la sueur de sa souris d'ordinateur</i>	39
b. <i>YouTube, meilleur ennemi ?</i>	42
PARTIE 3 : LA CREATION SOUS LA LOGIQUE D'UN ROBOT. UN DISCOURS AMBIVALENT SUR LA CREATION, DE LA PART DE YOUTUBE AUTANT QUE DES VULGARISATEURS.	49
A. LE DOUBLE DISCOURS DES VULGARISATEURS ET DE YOUTUBE VIS A VIS DE LA CREATION	50
a. <i>Etre sincères – et visibles – à tout prix :</i>	50
b. <i>« Soyez-vous même, les autres sont déjà pris », ou la nécessité d'être original</i>	52
c. <i>Une recherche de soi à tâtons</i>	54
B. CREER SOUS LA LOGIQUE D'UN ROBOT : QUELLES CONSEQUENCES ?	57
a. <i>L'algorithme en question</i>	57
b. <i>Une perte de contrôle sur la création :</i>	62
CONCLUSION	67
RETOUR SUR LES PRINCIPALES CONCLUSIONS ET REPRISE DE LA PROBLEMATIQUE	67
DIFFICULTES ET LIMITES DE CETTE RECHERCHE	69
BIBLIOGRAPHIE	71
ANNEXES	77
ANNEXE 1 : CATEGORIES SUR YOUTUBE	77
ANNEXE 2 : ENTRETIENS	78

REMERCIEMENTS

Je souhaite tout d'abord remercier mes deux tuteurs de mémoires pour leur accompagnement et leur soutien tout au long de ce périlleux travail de recherche : Judith Dehail pour son suivi patient et minutieux, notamment sur mes (trop) nombreuses fautes d'orthographe, ainsi que Mikael Ferloni pour son dynamisme et son sens de la synthèse qui m'ont permis de ne pas (trop) m'éparpiller dans la phase de recherche de ce mémoire.

Je voudrais aussi remercier toute l'équipe enseignante du CELSA qui m'a permis de vivre trois années d'école enrichissantes et pleines de découvertes, et notamment Sylvie Gesson et Joelle Le Marec, pour leur patience et leur accompagnement attentif et bienveillant durant ces deux années de master.

Mes remerciements s'adressent également à Quentin, Théo, Angèle, Natacha, Bruno, Cyrus et Manon qui ont accepté de s'entretenir avec moi durant de longs entretiens au sujet de leur activité de vulgarisateur sur YouTube. Je les remercie de m'avoir consacré ce temps, sans quoi ce travail de recherche n'aurait pas été possible, et je leur souhaite à tous une belle continuation, sur YouTube et ailleurs.

Un merci particulier à Vincent Manilève, et à la rédaction d'Usbek & Rica, qui m'ont ouvert les yeux sur plusieurs problématiques concernant la plateforme YouTube et qui m'ont aidée à plusieurs reprises dans la construction de ce mémoire.

Enfin, un merci à ma chère maman, pour son soutien et surtout pour son regard acéré qui a su déceler les multiples fautes et erreurs qui jalonnaient ce travail de recherche !

NOTES LIMINAIRES :

Ce mémoire traite de la plateforme YouTube et des créateurs qui se trouvent sur cette plateforme appelés « YouTubeurs ». J'ai décidé très tôt de me concentrer et d'interviewer uniquement les YouTubeurs dits vulgarisateurs sur la plateforme, mais je me suis rendue compte qu'il était impossible de parler et de définir cette population dans sa relation avec la plateforme YouTube sans parler des autres YouTubeurs, quelque soit leur activité sur la plateforme. J'évoque donc aussi les YouTubeurs en général, notamment dans la première partie de ce mémoire. Il est important de bien différencier ces deux populations, même si elles ont beaucoup de points communs et que les vulgarisateurs font partie des YouTubeurs, tandis que tous les YouTubeurs ne sont pas tous des vulgarisateurs.

Le terme de « YouTubeurs » fait débat au sein de la communauté des créateurs sur YouTube, cependant j'ai choisi d'utiliser ce terme car il montre la dépendance de ces créateurs à la plateforme Youtube et à son dispositif, ceux-ci ne publiant qu'exclusivement sur la plateforme. C'est aussi le terme qui est le plus souvent utilisé pour les désigner. Je me permets d'employer aussi les mots « créateurs » ou « auteurs » pour les désigner, car j'aimerais mettre en avant dans ce mémoire l'aspect créatif de leur activité.

J'utilise le terme de « YouTubeurs vulgarisateurs », ou simplement « vulgarisateurs » pour désigner la population particulière que sont ces YouTubeurs qui font de la vulgarisation sur YouTube, car ces termes me semblent définir avec précision l'activité de ces créateurs, bien que l'expression soit lourde. La vulgarisation existe bien sûr au delà de la plateforme YouTube, ce n'est pas elle qui a inventé le terme, mais il a pris une nouvelle ampleur avec l'arrivée d'internet – et la possibilité pour tout le monde de disposer de tous les savoirs mais aussi de les prodiguer – et ensuite avec la plateforme YouTube qui a créé un format de vulgarisation spécifique, tout en reprenant les aspects de la vulgarisation classique (c'est-à-dire prendre un sujet spécialisé pour le rendre disponible au grand public). Cette forme de vulgarisation sur YouTube possède des aspects bien particuliers, parce qu'elle est faite le plus souvent par des néophytes, et parce qu'elle est impactée par les logiques d'éditorialisation de la plateforme, du public, et des annonceurs.

Introduction :

La plateforme YouTube a été créée en février 2005 dans le but premier d'être un « site de rencontres basé sur l'utilisation de vidéos »¹. S'éloignant dès les premiers jours de son lancement de son objectif de départ, YouTube est devenu le plus gros site d'hébergement de vidéos au monde, avec environ 300 heures de vidéos mis en ligne chaque minute et plus d'un milliard d'heures de vidéos visionnées chaque jour sur la plateforme². Des chiffres qui font tourner la tête et qui rendent compte de l'importance de la plateforme dans nos usages numériques aujourd'hui. Ces chiffres s'expliquent aussi par un des grands atouts de YouTube : sa capacité à autoriser n'importe quel individu à publier une vidéo sur la plateforme, pour peu que celle-ci ne contienne pas de pornographie ou de contenu violent. Ainsi, n'importe qui peut désormais avoir une chaîne YouTube et publier des vidéos, sans qu'aucune instance n'entrave ses actions.

La gratuité et la facilité d'accès de la plateforme en a fait fantasmer plus d'un pour qui YouTube est devenu le synonyme de création sans limite ni contrainte, où la liberté d'expression est reine et le citoyen lambda son roi. C'est dans ce contexte qu'on a pu voir apparaître les premiers « YouTubers », ceux qui « *publiaient des vidéos dans leur chambre* », comme on a pu le voir écrire dans plusieurs articles médiatiques. Leur activité, qui consiste à publier des vidéos sur la plateforme régulièrement et se constituer une communauté d'abonnés de plus en plus conséquente, s'est peu à peu professionnalisée et aujourd'hui, « YouTubeur » est désormais inscrit sur la liste des métiers possibles (bien que difficilement atteignable³) grâce au système de monétisation proposée par YouTube. Les créateurs peuvent monétiser leurs vidéos (sous certaines conditions) et recevoir une rémunération en échange d'un certain nombre de vues faits sur leurs contenus YouTube. Cette rémunération vient des revenus publicitaires générés par la plateforme, qui place des publicités avant, pendant ou après chaque vidéo. Plus un YouTubeur fait de vues, et plus il recevra d'argent⁴ : c'est pour cela que le nombre d'abonnés importe autant aux YouTubers, car si quelqu'un s'abonne à une chaîne, il verra automatiquement toutes les vidéos qui seront

¹ D'après la fiche Wikipédia de YouTube, consulté le 6 septembre 2018

² D'après un article du Blog du Modérateur, consulté le 6 septembre 2018 : <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-youtube/>

³ Interview de Vincent Manilève pour 20 minutes, consulté le 7 septembre 2018 : <https://www.20minutes.fr/arts-stars/web/2277575-20180525-video-vincent-manileve-mettre-vidéos-youtube-metier-viable-youtubers-professionnels-tres-rares>

⁴ Vidéo d'un youtubeur professionnel sur les revenus youtube, consulté le 14 septembre 2018 : https://www.youtube.com/watch?time_continue=238&v=BX1s4OokDCQ

postées sur la chaîne du YouTubeur en question. Ainsi, plusieurs YouTubeurs rassemblant des millions d'abonnés peuvent désormais « vivre de leur passion » grâce au revenu de la monétisation : en France on peut citer le YouTubeur Squeezie aux plus de 10 millions d'abonnés dans le domaine des jeux vidéos, ou encore Norman, qui fait des sketches humoristiques sur la plateforme pour le même nombre d'abonnés. Au niveau mondial, le plus gros YouTubeur, nommé PewDiePie, possède plus de 65 millions d'abonnés. Mais il existe pléthores de YouTubeurs à travers le monde, avec un nombre d'abonnés aussi différent que les thèmes traités dans leurs vidéos (allant de la politique aux tutos maquillage, en passant par la biologie).

Cependant, si certains créateurs arrivent à gagner leur vie grâce à YouTube, la grande majorité ne gagne que quelques dollars et leurs vidéos sont noyées dans les millions d'autres qui se trouvent sur la plateforme, ne pouvant récolter beaucoup de vues ou d'abonnements. Car YouTube a fait le choix de trier ses vidéos et structurer la plateforme grâce à un algorithme, dont le code source et la composition ne sont pas connus du grand public. Cet algorithme permet à YouTube d'organiser toutes les vidéos présentes sur la plateforme, d'en recommander certaines parmi elles (toujours selon des critères inconnus du grand public), de choisir quelles vidéos feront parties de l'onglet « Tendances » chaque jour, en somme : quelles vidéos seront mises en avant et deviendront la « vitrine » de la plateforme, et quelles vidéos tomberont peu à peu dans l'oubli.

Consommatrice de vidéos YouTube depuis plusieurs années, j'ai commencé à me poser des questions sur l'algorithme qui organise la plateforme alors que plusieurs YouTubeurs que je suivais sur la plateforme et sur les réseaux sociaux commençaient à se plaindre des « changements de l'algorithme ». Ces « changements » ne sont perceptibles par les YouTubeurs et par le public que parce qu'ils impactent les vues ou les abonnements des YouTubeurs en question : par exemple, plusieurs YouTubeurs interrogés ont mentionné dans les entretiens ne plus « faire leurs vues », c'est-à-dire ne plus faire autant de vues que leur nombre d'abonnés, ce qui a affecté leur « revenu YouTube ».

C'est aussi à ce moment-là que plusieurs scandales ont éclaté à la suite, notamment l'affaire « Logan Paul »⁵ qui a montré les failles de l'algorithme et du système de modération de la plateforme : un YouTubeur, Logan Paul, aux plusieurs millions d'abonnés, a filmé un cadavre pendu dans une forêt japonaise et a publié la vidéo sur sa chaîne, sans que YouTube

⁵ Article du Monde sur le sujet, consulté le 6 mars 2018 : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/01/05/le-scandale-logan-paul-met-en-lumiere-les-gros-defauts-de-moderation-sur-youtube_5237956_4408996.html

ne la supprime, provoquant ainsi un tollée sur la plateforme. Plusieurs affaires compromettantes pour la filiale de Google ont été révélées par la suite dans la presse : l'une révélant que des vidéos complotistes se trouvant sur la plateforme étaient particulièrement recommandées par l'algorithme⁶, ou alors des vidéos à caractère violent ou sexuel se trouvant sur YouTube Kids, la version pour enfant de la plateforme⁷.

A la lecture d'articles relatant ces scandales à répétition, un objet a retenu toute mon attention : l'algorithme de recommandation et de modération de YouTube. Grand mystère pour tous, et pourtant acteur essentiel de la plateforme, qui oriente le regard et les goûts des utilisateurs, grand atout de la réussite de YouTube si critiqué ces derniers mois et ce, surtout de la part des créateurs présents sur la plateforme. Beaucoup d'entre eux se plaignent des changements fréquents de l'algorithme, qui peuvent influencer la visibilité de leur chaîne vis à vis du public de YouTube. Les YouTubeurs sont en effet soumis au bon-vouloir des logiques algorithmiques de la plateforme : celles-ci peuvent recommander leur chaîne et leur permettre de faire des vues (et ainsi gagner de l'argent), ou alors effacer leurs vidéos des recommandations, sans que cela ne soit communiqué.

Je me suis alors demandé en quoi ce mystérieux algorithme pouvait influencer, ou non, les créations des YouTubeurs, et plus particulièrement celles faites par les YouTubeurs dits « vulgarisateurs »⁸. On leur attribue ce terme en raison des sujets dont ils traitent dans leurs vidéos. En effet, tout un pan de YouTube s'est développé autour de la vulgarisation de connaissances, que ce soit en cinéma, science, astronomie, art, histoire, littérature, ou encore philosophie. Ces « YouTubeurs vulgarisateurs » n'ont pas pour mission de donner un cours sous un format vidéo, comme les Mooc – ou « formation en ligne ouverte à tous » - le font déjà depuis les années 2010⁹, mais bien d'éveiller la curiosité des internautes sur certains sujets, et dans la mesure du possible, de leur donner envie d'aller plus loin : « *tu as au moins un truc de curiosité, d'intéressé, tout en te marrant* »¹⁰. Tous font cette activité par amour de la discipline dont ils parlent, mais aussi par la grande envie de la partager. J'ai décidé de me concentrer sur ces créateurs pour mon mémoire, tout d'abord parce qu'ils représentent le pan

⁶ Article d'Usbek & Rica, consulté le 1^{er} mars 2018 : <https://usbeketrica.com/article/jonathan-albright-enquete-conspirationnisme-youtube>

⁷ Article d'Usbek & Rica, consulté le 12 novembre 2017 : <https://usbeketrica.com/article/youtube-videos-enfants-traumatisantes>

⁸ Article de Slate sur le sujet, consulté le 9 septembre 2018 : <http://www.slate.fr/story/161449/youtubeurs-chaines-vulgarisation>

⁹ Les Moocs, ou formations en ligne ouverte à tous, qui ont pour but de fournir des cours en ligne, gratuitement ou non : https://fr.wikipedia.org/wiki/Massive_Open_Online_Course

¹⁰ Extrait de l'entretien avec Manon Bril, de la chaîne « C'est une autre histoire » réalisé le 6 juillet 2018

de YouTube que je connais et que j'apprécie le plus, mais aussi car ils possèdent un format bien à eux pour faire des vidéos, et une relation particulière à la plateforme.

En effet, ces YouTubeurs dépendent de la plateforme et de son dispositif pour exercer leur activité et pour publier des vidéos, ainsi que pour acquérir et agrandir leur communauté. Cependant, ces créateurs ont un format de vidéo différent de ceux plébiscités sur la plateforme – qui sont souvent des formats courts, très humoristiques, au montage très rythmé, avec une publication d'au moins deux vidéos par semaine. Les YouTubeurs vulgarisateurs, bien que certains adoptent quelques uns de ces codes, ont souvent des formats longs, fouillés (nécessitant donc de longues périodes de recherches), et cherchent avant tout « l'originalité », c'est à dire à se démarquer des autres, faire un contenu qui ne se retrouve pas sur d'autres chaînes. Ils tentent de la même manière de diminuer leur dépendance à la plateforme YouTube, afin d'avoir une activité viable. Par exemple, beaucoup utilisent la plateforme de dons Tipeee ou forment des partenariats avec des entreprises pour se créer un modèle économique bien à eux. J'ai voulu creuser cette relation d'amour-haine entre les YouTubeurs vulgarisateurs et la plateforme, et voir en quoi ces YouTubeurs avaient une relation spécifique – ou non – avec le dispositif de la plateforme, ainsi que dans leur rapport à la création sur YouTube.

Après avoir déterminé un premier sujet de questionnement, soit les logiques algorithmiques de YouTube ayant un impact plus ou moins grand sur les créations des YouTubeurs vulgarisateurs, j'ai commencé à contacter plusieurs de ces YouTubeurs pour recueillir leur témoignage dans un entretien semi-directif, et leur poser des questions concernant leur rapport à la plateforme YouTube, à leurs créations, et au fameux algorithme. J'ai tenté d'avoir un panel aussi large que possible parmi ces YouTubeurs mais toujours en restant dans la catégorie des vulgarisateurs : ils étaient d'âge et de sexe différent, avaient un nombre d'abonnés très différent et certains pouvaient vivre grâce à la plateforme tandis que d'autres avaient un métier à côté de leur activité sur YouTube, et ils traitaient tous de thèmes différents, allant de l'art à l'histoire et la philosophie, en passant par les sciences et la littérature. J'ai ainsi pu interviewer Natacha, qui gère la chaîne « Nart l'art en 3 coups de pinceaux » créée en avril 2015 et qui porte sur l'art, Bruno, un des deux co-fondateurs de la chaîne littéraire « Le Mock » depuis 2015, mais aussi Théo qui a créé la chaîne scientifique « Balade Mentale » en 2015, Quentin dont la chaîne porte aussi sur l'art et s'appelle « Alt-236 » (créée en 2016), puis Angèle de la chaîne « Lapindicite Chronique » qui parle du monde du manga (créée en 2015), et enfin Cyrus qui a créé la chaîne philosophique « Cyrus

North » en 2013, et Manon de la chaîne « C'est une autre histoire » portant sur l'Histoire et mise en ligne à partir de 2015.

Il m'est très vite apparu dans ces entretiens que les logiques algorithmiques, si elles étaient au centre du questionnement de ces créateurs, n'en étaient pas moins complètement méconnues voire rejetées par eux, puisque YouTube ne leur communiquait et ne leur communique toujours pas comment sont pris en compte leurs vidéos par l'algorithme. Sans connaissance de l'algorithme, les YouTubeurs ne savent pas si leurs vidéos vont recevoir de la visibilité, et vont être recommandées, ou non : ils ne peuvent donc pas se rendre compte si leur travail pourra trouver salaire, ou autrement dit des vues.

J'ai pu en revanche constater que la plateforme en elle-même, son dispositif et ses discours avaient un fort impact sur la manière de penser et de créer des « YouTubeurs vulgarisateurs ». En effet, la plateforme rachetée par Google a mis en place un dispositif aux allures utopiques¹¹, permettant à chacun de publier des vidéos avec une liberté encore jamais égalée, et qui est très appréciée par les créateurs. Cependant, cette image idyllique digne des débuts d'internet où chacun pensait pouvoir créer comme bon lui semblait et où l'on pensait pouvoir développer une véritable démocratie mondiale du savoir et de la parole, s'est un peu effritée avec le temps et le développement des logiques industrielles et publicitaires propres à la plateforme¹². Pour une entreprise de cette envergure, et qui plus est filiale du géant Google, il est indispensable d'être rentable (ce que parvient encore difficilement à faire la plateforme) : pour ce faire, c'est le modèle publicitaire qui prévaut sur YouTube depuis quelques années, même si la plateforme tente de se mettre au parfum en créant des abonnements payants (YouTube ou YouTube premium depuis 2018¹³), et en créant son propre contenu créatif (films et séries) comme le fait Netflix par exemple. YouTube éditorialise son contenu en fonction de ses impératifs publicitaires et de visibilité pour que celui-ci soit accessible à ses deux publics, c'est à dire ses annonceurs et ses « viewers » (soit ceux qui regardent les vidéos sur la plateforme).

Au milieu de toutes ces logiques, les « YouTubeurs vulgarisateurs » sont encore dans une logique de « création » et de développement de la « créativité » sur la plateforme, tout en essayant de suivre cet effort de rentabilité, pour pouvoir continuer à vivre de leur activité.

¹¹ J'emploie le terme « utopique », signifiant la représentation d'une société (ici d'une entreprise) sans défauts contrairement à la réalité, pour bien montrer la différence entre le discours et l'image que véhicule la plateforme, et la réalité de celle-ci qui peut-être en décalage avec ces discours

¹² Article d'Usbek & Rica consulté le 14 septembre 2018, <https://usbeketrica.com/article/a-l-ere-post-snowden-on-ne-peut-plus-se-voiler-la-face>

¹³ Article d'Usbek & Rica consulté le 14 septembre 2018 : <https://usbeketrica.com/article/facebook-et-youtube-payant>

On peut alors se demander **dans quelle mesure les créations des YouTubeurs, et plus spécifiquement des YouTubeurs faisant de la vulgarisation, sont-elles soumises aux logiques d'éditorialisation de la plateforme Youtube ? Quel impact ces logiques ont-elles sur leurs créations ?**

Pour répondre à cette question, j'ai formulé trois hypothèses :

Hypothèse 1 : Le dispositif de YouTube illustre le double discours de la plateforme sur elle-même : à la fois image utopique d'un lieu de création sans limites ni contraintes, mais aussi véritable entreprise aux logiques industrielles de rentabilité et de visibilité.

Je souhaite ici me pencher sur le dispositif YouTube, de son design au discours qu'il formule sur lui-même. Depuis ses débuts, la plateforme a bien changé et a mis en place des pratiques particulières dans la création et la publication des vidéos. Ces pratiques, devenues des codes, voire des obligations dans le processus de création pour les vidéastes, sont aussi soumises aux logiques industrielles de la plateforme.

Hypothèse 2 : Le statut du « YouTubeur vulgarisateur » sur YouTube, entre envie de création et contraintes éditoriales.

Je souhaite ici étudier le statut particulier du Youtubeur vulgarisateur sur la plateforme, comment il se définit lui-même par rapport à la plateforme et à ses codes, comment il voit la plateforme et comment il pense ses créations. J'étudierai aussi les aspects de la vulgarisation en elle-même, comme activité qui n'est pas née de YouTube mais qui y a trouvé un développement particulièrement prolifique.

Hypothèse 3 : La création sous la logique d'un robot. Un discours ambivalent sur la création, de la part de YouTube autant que des vulgarisateurs.

Ce discours s'articule notamment autour des logiques algorithmiques de la plateforme, qui reste un grand mystère : il est donc intéressant de voir comment cette méconnaissance de l'algorithme influence ou non les créations des vulgarisateurs. Et cette méconnaissance de l'algorithme entraîne des discours ambigus de la part des vulgarisateurs mais aussi de la part de YouTube. J'aimerais donc étudier ces discours et les comparer avec ce qui se trouve réellement sur la plateforme, et en étudiant concrètement les créations des vulgarisateurs.

PARTIE 1 : Le dispositif de YouTube illustre le double discours de la plateforme sur elle-même : à la fois image utopique d'un lieu de création sans limites ni contraintes, mais aussi véritable entreprise aux logiques industrielles de rentabilité et de visibilité.

YouTube est une plateforme numérique qui permet à tous ses utilisateurs de regarder, publier, et partager des vidéos, que ce soit sur la plateforme elle-même, mais aussi sur les réseaux sociaux, et plus généralement sur les plateformes numériques. Afin d'organiser les milliers de vidéos qui sont téléchargées chaque minute sur la plateforme, YouTube s'est constitué(e) comme un dispositif, composé(e) de discours et de non dits (la structure elle-même). C'est donc un ensemble d'éléments hétérogènes qui forme un tout homogène : en effet, on peut voir sur l'écran une multitude de composants qui forme un tout cohérent, que ce soit pour l'utilisateur, le créateur ou l'annonceur. Mais ces éléments ne sont pas assemblés au hasard : selon la définition de Foucault, un dispositif est « *un ensemble d'éléments hétérogènes disposés de la sorte afin d'exercer un pouvoir, et où l'ontologie propre du dispositif peut faire foi d'une certaine performativité* »¹⁴. Ici, Youtube cherche à « exercer un pouvoir » sur les utilisateurs de la plateforme (qu'ils soient créateurs ou « viewers », mais nous parlerons ici plutôt des créateurs). Et ce qui est intéressant de remarquer c'est que sur YouTube, ce « pouvoir » ne s'assume jamais comme tel, du moins il s'affirme d'abord comme un univers des possibles, une plateforme où n'importe qui peut publier des vidéos, de manière simple et rapide, que chacun à la possibilité de « faire entendre sa voix », où il n'est jamais question « d'exercer » un quelconque « pouvoir » ou de contraintes sur l'utilisateur. Pour savoir quel pouvoir la plateforme cherche à exercer, il est nécessaire d'étudier ces éléments polysémiotiques qui la composent, et d'étudier les discours que YouTube forme sur lui-même et qu'on forme sur lui. Dans ce but, nous allons nous concentrer sur les formes d'éditorialisation de la plateforme, soit « *l'ensemble des dispositifs qui permettent la structuration et la circulation du savoir. En ce sens l'éditorialisation est une production de visions du monde, ou mieux, un acte de production du réel* » selon la définition de Marcello Vitali-Rosati¹⁵. En étudiant les aspects techniques, conceptuels et pratiques de la plateforme, j'aimerais pouvoir définir les contours de ce

¹⁴ Entretien entre Alain Grosrichard et Michel Foucault dans *Ornicar ? 10 juillet 1977*

¹⁵ « Qu'est ce que « l'éditorialisation ? » par Marcello Vitali-Rosati : <http://blog.sens-public.org/marcellovitalirosati/quest-ce-que-leditorialisation/>

« pouvoir » de la plateforme, comment cela participe à la structuration de la plateforme et comment les utilisateurs s'adaptent ou non à cette éditorialisation.

A. YouTube : Une plateforme aux allures utopiques qui offre à chacun la possibilité de créer

a. Le discours de la plateforme

YouTube apparaît en 2005, alors que le web a déjà 15 ans de vie depuis sa création en 1991 par l'ingénieur Tim Berners-Lee. Le but premier du web consiste à relier les pages internet entre elles, afin de créer une « Toile » planétaire, connectant par la même occasion les différents savoirs de l'humanité. De cette invention va se développer l'idée d'un « web participatif »¹⁶ où chacun peut parler, créer et participer à la création d'un monde (numérique) meilleur, plus démocratique, et où chacun aurait sa place. Cette aura de « l'internet pour tous » a longtemps empli les esprits de rêves, et cela dure encore aujourd'hui même si certains événements – comme la fin de la neutralité du net aux Etats-Unis qui privatise les réseaux de câbles permettant l'accès à Internet et ne permet plus que tous les sites web soient disponibles et égaux entre eux – ont commencé à sérieusement l'entacher. Elle est aussi la pierre angulaire des discours de tous les géants du web : entre Facebook qui veut permettre le « *contact avec les gens qui comptent dans votre vie* » ou encore Google qui impose au monde son slogan « *Do the right thing* ». Cette injonction à « faire le bien » circule dans tous les discours des grandes plateformes numériques, et alimente ce fantasme du tout créatif et de la parole libérée sur Internet. YouTube porte aussi cet espoir d'un Internet créatif et participatif, et en a même fait l'une des forces de la plateforme en mettant en avant une image utopique de celle-ci où tout le monde peut créer et publier des vidéos, alliant gratuité, abondance et liberté.

Dans l'article *De l'industrie musicale à la rhétorique du "service" : YouTube, une description critique*, Guillaume Heuguet et Agnès Gayraud évoque la plateforme comme un

¹⁶ VAN DIJCK José, *The culture of connectivity : a critical history of social media*, Oxford, Oxford University Press, 2013, p.7 : « *En l'an 2000, le Web qui nourrirait les formes de sociabilité et de créativité en ligne était encore un vaste territoire inexploré, où les limites entre les différentes activités liées aux médias n'étaient pas encore démarquées. C'était le nouveau Far West, une aubaine où les règles et les lois de "l'ancien" territoire ne s'appliquaient plus et où les nouvelles lois ne s'étaient pas encore cristallisées.* » (Traduction de l'auteure) □

« *dispositif utopique d'accès à la culture* » qui met en scène son apparente abondance par différents moyens. En effet, on peut remarquer dès la page d'accueil que YouTube aligne les vidéos en forme de mosaïque infinie, comme un étal de marchandises qui n'en finirait pas, aux couleurs bariolées des « miniatures » des vidéos :

Dès l'affichage de la page youtube.com, le site met en scène la solution logistique qu'il constitue sur le marché. En se rendant sur la page d'accueil, on observe une construction iconique de la mise en disponibilité des marchandises sous forme de mosaïque. Cette forme fait elle-même écho à des modèles culturels plus ou moins familiers : l'îlot de brocante, le rayonnage de magasin, la mosaïque de programmes qui s'affiche sur les téléviseurs depuis l'avènement des chaînes câblées YouTube œuvre ainsi dans un premier temps à la disposition des produits ou contenus – parmi lesquels on trouve des produits musicaux, sous forme de vidéoclips, de « slide shows » ou d'images fixes, plus ou moins élaborés.¹⁷

On a beau « scroller » vers le bas, ou vers la droite (où apparaissent des petites flèches nous invitant à découvrir d'autres vidéos) de la page d'accueil, les vidéos n'en finissent pas d'apparaître.

Cette image d'abondance fonctionne avec cette idée que « tout le monde peut faire des vidéos » : le slogan de la plateforme « Broadcast Yourself » est une injonction pour chacun de « s'enregistrer », de créer sa propre émission. YouTube matérialise cette injonction via le bouton « Se connecter », présent en lettres capitales bleues (qui change par rapport aux couleurs caractéristiques – rouge et blanc – de la plateforme) en haut à droite de la plateforme, mais aussi dans la barre du menu. C'est en cliquant sur ce bouton – dont YouTube prend soin de le mettre en relief, et de susciter la curiosité sur ce qui se passera après avoir cliqué – que les utilisateurs, et ici plus exactement les potentiels YouTubeurs, pourront mettre en ligne des vidéos, se créer une chaîne, une identité sur la plateforme. Et dans une perspective plus lointaine, c'est grâce à ce bouton que les créateurs ont accès à leurs analytics, soit toutes les statistiques liées à leur chaîne, leurs vidéos, et leur public. Guillaume Heuguet et Agnès Gayraud ont porté une attention particulière à ce bouton « Se connecter » qui revient sous plusieurs formes et intitulés sur la plateforme, et qui constituent une « *série cohérente d'incitations sémio-pragmatiques qui expriment soit différemment la même action, soit des actions différentes* ». Si l'on succombe à cette incitation, les portes de YouTube s'ouvrent à nous, et on peut alors avoir accès aux « recommandations

¹⁷ *De l'industrie musicale à la rhétorique de service : YouTube, une description critique*, Article paru dans Communication & Langages, 2015, de Guillaume Heuguet et Agnès Gayraud

personnalisées » ainsi qu'aux chaînes auxquelles on est abonné. Qualifié « d' enrôlement » par Guillaume Heuguet et Agnès Gayraud, les méthodes de la plateforme pour amener l'utilisateur à s'inscrire sur le site cherchent en effet à être très persuasives.

Rien ne semble plus facile pour devenir YouTubeur que d'appuyer sur ce bouton : en échange de quelques données personnelles nécessaires à la création d'une chaîne, le futur créateur peut avoir accès à une plateforme ayant rassemblé tout une panoplie d'outils permettant de publier des vidéos gratuitement et facilement sur le web. Cyrus North, YouTubeur vulgarisateur interrogé lors d'un entretien, souligne l'avantage technique de la plateforme : « *Aujourd'hui, le gros avantage c'est technique : la plateforme est irréprochable, il y a jamais de problème d'upload (téléchargement), de fluidité, ça roule. Sur Dailymotion il y en a pleins, quand tu cliques sur le milieu d'une vidéo ça bug, tu es obligé d'actualiser. Youtube c'est très rare, et par rapport aux nombres d'heures qu'ils ont uploadés chaque instant sur YouTube c'est ouf* ». Les médias ont aussi, pendant longtemps, favorisé cette idée que « tout le monde peut faire des vidéos sur YouTube » : le stéréotype du YouTubeur était un adolescent, seul dans sa chambre, qui se filmait avec sa webcam. En effet, dans un article datant de 2013 intitulé « L'humour en chambre »¹⁸, *Le Monde* écrit : « *Les YouTubeurs sortent peu de leur chambre ou de leur studio* ». Il « suffit » donc d'une connexion internet, d'un ordinateur, et d'une webcam pour pouvoir partager des vidéos sur YouTube. Le storytelling autour des YouTubeurs aux plusieurs millions d'abonnés rabâche souvent les mêmes histoires : des adolescents en quête d'eux-mêmes, qui se sont mis à faire des vidéos « pour rigoler » et ont ensuite rencontré le succès¹⁹. Cette vision très simpliste de la fabrication et la publication de vidéos vient de la simplicité de la plateforme en elle-même, qui met en avant un design épuré, où toutes les applications nécessaires à la publication de vidéos sont entourées dans des rectangles (comme des vidéos elles-mêmes) pour identifier chaque composant. Les étapes du processus se limitent à deux : déposer la vidéo sur la page, attendre qu'elle soit « traitée » par la plateforme, puis la « publier » en appuyant sur le bouton du même intitulé.

Durant ce processus, YouTube offre des outils de communication permettant de rendre la vidéo accessible par le plus grand nombre : que ce soit par le titre, la miniature (affiche de la vidéo), les Tags permettant de relier la vidéo à d'autres vidéo du même contenu, mais aussi

¹⁸ Article du Monde, « L'humour en chambre » le 22 novembre 2013, URL : https://www.lemonde.fr/m-actu/article/2013/11/22/l-humour-en-chambre_3517918_4497186.html

¹⁹ Article de Paris Match datant du 21 juin 2018 « Nattoo, Cyprien, Squeezie, Norman... Génération Youtube » consulté le 17 septembre : <https://www.parismatch.com/People/Nattoo-Cyprien-Squeezie-Norman-Generation-Youtube-1543772>

la possibilité de sous titrer la vidéo dans plusieurs langues, d’y mettre une description ou l’ajouter à une playlist. Ces composants sont désormais devenus des incontournables de la production sur YouTube, formatant des codes de créations – mais j’en parlerai plus tard au cours de ce mémoire.

Ces structures, ces « passages obligés » de la création sur YouTube, ont un autre avantage : celui de favoriser l’image « démocratique » de la plateforme. Guillaume Heuguet et Agnès Gayraud expliquent dans leur article que la plateforme YouTube, du fait que chaque YouTubeur passe par les mêmes structures – qu’il ait 10 millions d’abonnés ou 1000 – engendre une impression d’égalité des chances chez les créateurs :

Mais, demandera-t-on, si la logique d'exposition est en fait si inégalitaire, où s'arrime cette impression tenace d'une dimension « démocratisante » de YouTube ? Il s'agit d'un effet proprement sémiologique qu'avait déjà remarqué Jean Samuel Beuscart sous le nom d' « égalité formelle » lors de son travail sur Myspace29 : les productions liées à l'industrie musicale et celles d'artistes amateurs ou auto-produits passent par les mêmes sites, les mêmes formats (le player YouTube) et les mêmes cadres instituants, même si celles-ci sont absentes des pages qui valorisent l'offre²⁰

Chaque YouTubeur est soumis aux mêmes règles de la plateforme, que ce soit pour les contraintes (interdiction de vidéos pédopornographiques, à contenu violent, incitant à la haine, menaçantes, ou interdiction d’utiliser un contenu dont les droits d’auteur ne sont pas respectés et/ou payés²¹) ou les avantages, qu’ils soient techniques (comme évoqué plus haut), d’audience (tout le monde a accès à toutes les vidéos sur la plateforme, et peut donc devenir potentiellement un public pour toutes ces vidéos), mais aussi financiers. En effet, la monétisation est un service unique proposé aux créateurs de la part d’une plateforme numérique, comme le souligne Cyrus lors de notre entretien : « *La monétisation : tout le monde s'en plaint mais j'ai jamais vu Instagram payer quiconque, ni Facebook. Youtube ce sont les seuls qui ont mis ça en place, avec Dailymotion mais Dailymotion pour faire 1000 vues faut y aller* »²². Le système de monétisation permettait il y a peu à tous les créateurs, sans distinction de popularité, de se rémunérer grâce à leurs vidéos. Depuis le scandale Logan Paul en janvier 2018, YouTube a mis en plus une contrainte pour atteindre cet avantage : il faut avoir plus de 1000 abonnés, et avoir fait plus de 40 000 vues, pour

²⁰ *De l’industrie musicale à la rhétorique de service : YouTube, une description critique*, Article paru dans Communication & Langages, 2015, de Guillaume Heuguet et Agnès Gayraud

²¹ Page « Règle et sécurité » de YouTube, consulté le 18 septembre 2018 :

<https://www.youtube.com/intl/fr/yt/about/policies/#community-guidelines>

²² Extrait de l’entretien avec Cyrus de la chaîne Cyrus North, réalisé le 25 juin 2018

monétiser ses vidéos. La monétisation ne se fait donc pas à la qualité du contenu ou au choix d'un éditeur, mais seulement à partir d'un certain nombre d'abonnés : ce qui en fait un service à l'allure démocratique, ou seul le public semble être le garant de la rémunération du vidéaste, en lui accordant ses vues.

YouTube, service gratuit, libre, aux volontés « démocratiques » ou du moins accessible au plus grand nombre, et aux capacités techniques au dessus de la moyenne semble-t-il, paraît-être le parfait outil pour développer sa créativité. Dans la rubrique « À propos » du site, YouTube prend la parole sur son propre dispositif en écrivant sous son logo : « *Notre mission est que chacun puisse faire entendre sa voix et découvrir le monde* ». Un double objectif donc, celui d'informer et de permettre la création, et qui s'adresse aux créateurs à travers « sa voix » mais aussi aux utilisateurs en général à travers la « découverte du monde », suggérant une diversité certaine et une ampleur mondiale au projet. Dans une vidéo de présentation, le site met en avant des vidéos de la plateforme, appuyant l'aspect humain de celle-ci. YouTube semble être ici l'encyclopédie de l'humanité, dans toute sa diversité, promettant à chacun de pouvoir se mettre « dans les chaussures d'autrui » à travers une vidéo, et vivre ainsi des moments « incroyables », « drôles » mais aussi « déchirant »²³. Donner une voix à tous pour découvrir le monde : on peut difficilement trouver mission plus démocratique et humaniste que celle-ci, et YouTube se propose d'en être la « scène » en s'adressant au « You » collectif et individuel.

Avec ce discours inspirant, YouTube alimente cette vision utopique de la plateforme, mais elle n'est pas la seule à le véhiculer : les créateurs eux-mêmes se font ambassadeurs de ce message et entretiennent cette vision qu'on peut avoir de la plateforme, au risque qu'elle soit faussée.

b. Le discours des créateurs

A l'occasion de ce mémoire, j'ai pu rencontrer 7 créateurs sur la plateforme YouTube, qui m'ont tous affirmé aimer YouTube parce qu'ils étaient « libres » sur la plateforme : et cela s'exprime par différentes formes.

²³ Vidéo « Our Brand Mission » sur YouTube : <https://www.youtube.com/intl/fr/yt/about/>

Manon, qui a créé la chaîne « C'est une autre histoire » en juin 2015 sur le thème de l'Histoire, a déclaré très tôt dans l'entretien que :

Ce sont des conditions de travail – si ça marche – qui sont vraiment trop cools : tu vis de ta passion, tu travailles d'où tu veux quand tu veux, faut juste avoir de quoi filmer, un ordi et internet. Et après c'est toi qui gères tes horaires, il y a des écueils aussi, tu peux aussi tout le temps travailler ou tu peux rester un peu cloîtré chez toi, tu n'as pas trop de collègues ni de lieu de travail, mais c'est quand même une super liberté par rapport à plein d'autres jobs. Tu bosses quand tu veux, comme tu veux, si tu as envie de faire une pause tu en fais une, donc c'est vrai que les conditions de travail me plaisent beaucoup. C'est un travail créatif, c'est quand même hyper gratifiant de monter ton truc à toi exactement comme tu as envie de le faire, c'est ton bébé ²⁴.

Ici, Manon pointe la liberté permise par YouTube : une liberté de travail qui se manifeste ici par la personnalisation des conditions de travail : le « je » (manifesté par le « tu » ici) est actif, et est le sujet de toutes les activités qui suivent : c'est le YouTubeur qui semble être maître de son activité. Etre YouTubeur (ici vulgarisateur) apparaît presque plus comme une « passion » que comme un véritable « travail », et les adjectifs évoquant le bien-être psychologique lié à cette activité sont légions : Manon trouve son travail « *hyper épanouissant* », Natacha, de la chaîne « Nart » sur l'art explique qu'elle fait cette activité « *exclusivement pour elle* », pour sa satisfaction personnelle, ou encore Cyrus North qui parle de son activité comme une chance : « *je suis pas pété de thune, je fais attention à mes dépenses, mais ça va, je suis content de faire un truc où tous les matins je me lève et je suis heureux* ». La liberté de travail offerte par la plateforme semble provoquer un épanouissement personnel et psychologique qui participe à une vision utopique de la plateforme qui crée, non pas des métiers, mais des passions.

La liberté de création est aussi un aspect important de la plateforme pour les créateurs : l'envie de créer est un moteur fort, voire indispensable, pour les YouTubeurs. Tous évoquent cette envie avant même d'évoquer YouTube : Cyrus rappelle en début d'entretien « *j'ai toujours été dans le "faire des trucs"* », Quentin, de la chaîne « Alt 236 » et qui parle d'art, évoque son besoin « *d'extérioriser quelque chose, faire quelque chose dont je suis fier* ». Bruno, de la chaîne « Le Mock » qui parle de littérature, dit même la sensation d'avoir « *une mission : on se disait que ce serait bien que les gens lisent de ça* ». YouTube permet de canaliser ce désir de création sur une plateforme sans ligne éditoriale, sans curateur et qui permet à toute personne de se lancer dans la création de vidéo. Les YouTubeurs rencontrés

²⁴ Extrait de l'entretien avec Manon, réalisé le 6 juillet 2018

lors d'entretiens ont souvent subi des refus d'édition par rapport à leurs créations, comme Théo, de la chaîne « Balade Mentale » sur la science, qui a tenté de faire publier ses travaux : *« j'écrivais pas mal de trucs, j'ai essayé de me faire publier, en écrivant un recueil d'histoires, des trucs comme ça, sauf que les maisons d'éditions, si tu n'es pas pistonné ou si tu sais pas comment ça fonctionne, bah... Et mon père fait des dessins donc j'avais fait une espèce de BD humoristique absurde, j'avais passé des journées à contacter des journaux, donc ça m'avait frustré »*. Ou encore Quentin qui a tenté de *« créer une boîte de vidéos institutionnelles mais ça n'a pas marché (...) j'ai bossé un an dans une boîte de pub nullos, où j'étais trop déçu et ça détruit ta créativité, j'ai fait plein de trucs »*. YouTube apparaît alors comme dernier recours pour exprimer sa créativité sans contraintes et sans peur d'être illégitime à faire ce qu'ils font. L'absence de jugement de la plateforme et l'incitation à créer comble l'absence – ou le refus – d'autres instances de publication ressentie par les différents créateurs : *« et puis je me suis dit que sur YouTube, tu crées un truc et après il y a personne, aucune interface qui te dit si on te publie ou pas. »* souligne Théo dans l'entretien.

L'autre apport important de YouTube dans cette idée de liberté de création est la présence d'une audience sur la plateforme, une audience planétaire et qui grandit de jour en jour : en 2017, rien qu'en France, 37,5 millions de personnes allaient sur YouTube (soit 81% de la population connectée)²⁵. Lors de notre entretien, Cyrus note cet énorme avantage de la plateforme : *« l'audience est sur YouTube, je trouve ça un peu surréaliste d'aller sur d'autres plateformes et d'essayer de tirer les gens à aller sur une autre plateforme. Faut aller chercher les gens là où ils sont et les gens sont sur Youtube »*. L'évidence de la plateforme est apparue dans tous les entretiens que j'ai effectués avec les YouTubeurs: lorsqu'ils se sont « lancés sur YouTube », tous les vulgarisateurs n'ont jamais questionné leur choix de plateforme, et ce parce que la plateforme réunissait l'audience nécessaire. Théo constate la même chose : *« Au début on a mis YouTube et daylimotion, mais il n'y a personne dessus (...) On s'est mis sur YouTube car c'est là que les gens sont »*, ainsi que Bruno *« On a choisi YouTube car tout le monde est dessus »* ou encore Manon qui a choisi la plateforme *« parce YouTube c'est plus viral que Vimeo, c'est une plateforme que plus de gens pratiquent »*. Et ce alors, même que certains créateurs n'étaient pas familiers de la plateforme, ni des YouTubeurs vulgarisateurs déjà présents, avant d'y ouvrir leur chaîne : *« c'est en commençant YouTube que j'ai commencé à regarder vraiment des contenus, à m'y*

²⁵ Selon un article du Blog du Modérateur : <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-youtube/>

intéresser » m'a dit Manon lors de l'entretien. Il est donc encore plus étonnant de constater que tous se sont mis sur la plateforme sans se poser de question. Cette évidence dans l'esprit de chacun des créateurs interrogés montre que YouTube a réussi sa communication concernant les atouts de sa plateforme, communiquant très peu sur son fonctionnement mais beaucoup sur son rayonnement, et sur ses chiffres. En effet, si l'audience est aussi grande, tout le monde peut avoir une chance d'être vu, et trouver « son » public, « sa » communauté : « 300 heures de vidéos téléchargées toutes les minutes », « 95% de la population connectée sur YouTube en 76 langues différentes », « 17 000 vidéos réalisées par des créateurs dans les YouTube Space ». Tous ces chiffres se trouvent sur la plateforme, dans l'onglet « Carrière »²⁶ et contribuent à véhiculer cette impression de toute puissance de YouTube, qui semblerait réunir l'offre et la demande dans des conditions rêvées, entre liberté et gratuité, ainsi qu'une possibilité de rémunération pour les créateurs.

Si YouTube entretient ce discours – aussi bien externe qu'interne à la plateforme – avantageux, proche de l'utopie, c'est aussi pour attirer toujours plus d'audience et de créateurs afin de répondre à leurs logiques industrielles, et leur impératif de rentabilité. Dans les divers entretiens que j'ai pu mener, les créateurs admettaient volontiers les diverses qualités détaillées plus haut, mais avaient aussi beaucoup de reproches à faire à la plateforme, et notamment sur les logiques industrielles, publicitaires, et algorithmiques qui forment et structurent la plateforme, pour en faire un dispositif exerçant « un pouvoir », comme l'écrit Michel Foucault, et il fait part « *d'une intentionnalité, et possède une visée stratégique qui par conséquent, engendre un lot de contraintes précises sur le corps qui le subit* »²⁷. Ainsi, les vidéos YouTube auraient une visée précise, qu'impliquerait la plateforme sous certaines formes de contraintes, mais laquelle est-elle précisément ?

B. YouTube : une entreprise répondant à des impératifs industriels et marketing pour structurer la plateforme, mais aussi les vidéos des créateurs

²⁶ Page consultée le 18 septembre : <https://www.youtube.com/yt/jobs/>

²⁷ Laurence Monoyer-Smith, Manuel d'Analyse du Web, 2013

a. YouTube : à la recherche d'un modèle économique qui transforme petit à petit sa plateforme de vidéos

J'ai choisi d'analyser YouTube comme un dispositif, en prenant la définition de Michel Foucault pour mettre en lumière les éléments « hétérogènes » qui composent la plateforme comme un tout compréhensible, et ce dans le but « *d'exercer un pouvoir* »²⁸. Cette définition me semble adéquate pour décrire la plateforme et l'entreprise YouTube qui répondent aussi bien à des impératifs marketing pour montrer la plateforme comme un vivier de création et de liberté, mais aussi à des besoins financiers et industriels, qui sont fortement liés à la publicité (puisque c'est grâce à la publicité que YouTube peut survivre financièrement). Tout au long de la construction de YouTube, depuis 2005, ces logiques ont évolué et se sont transformées au gré des changements des modèles économiques de la plateforme. De nouvelles fonctionnalités sont apparues et les créations présentes sur la plateforme se sont toujours plus « professionnalisées », c'est-à-dire que le métier de YouTubeur devenant de plus en plus répandu et prisé, des codes sont apparus pour formater les vidéos afin que celles-ci puissent atteindre « le succès ». Ainsi, cette nécessité financière se traduit dans le dispositif par une « *intentionnalité* » comme l'écrit Foucault, qui « *possède une visée stratégique qui par conséquent, engendre un lot de contraintes précises sur le corps qui le subit* »²⁹. Afin de dégager l'objectif de cette intentionnalité et de sa visée stratégique, je vais m'attacher à étudier l'évolution de l'entreprise YouTube depuis ses débuts, pour ensuite voir quel « *corps* » subit quel « *lot de contraintes précises* ».

En février 2005, trois ingénieurs américains, Jawed Karim, Steve Chen et Chad Hurley – aussi ex-employés de l'entreprise Paypal – fondent YouTube, et publient une vidéo « *Me at the Zoo* »³⁰ qui montre l'un des fondateurs de la plateforme, dos à l'enclos des éléphants dans un zoo, en faisant quelques commentaires sur les animaux en question face caméra. Cette vidéo à l'image un peu pixélisée, et dont la qualité du son laisse à désirer, n'avait d'autre but particulier que d'être partagée sur une plateforme étant destinée à être un site de rencontres vidéos pour les célibataires. Ce premier objectif éphémère de la plateforme sera bien vite remplacé par d'autres : d'abord espace de stockage de vidéos, d'où son slogan

²⁸ Définition trouvée dans « Le jeu de Michel Foucault », sur le site OpenEdition : <https://journals.openedition.org/edc/296>

²⁹ Laurence Monoyer-Smith, Manuel d'Analyse du Web, 2013

³⁰ Première vidéo YouTube postée sur la plateforme par les fondateurs, *Me at the Zoo* : <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>

« *Your Digital Vidéo Repository* » soit « votre réserve digitale de vidéos », il deviendra peu à peu un espace de partage de vidéos, puis de publication de vidéos. Le problème de la rentabilité de l'entreprise se pose dès son lancement et les trois fondateurs misent sur la publicité avant même de voir leur entreprise être rachetée par Google en 2006 – ce que continuera à faire l'entreprise une fois sous la houlette de la multinationale. Car partager et regarder des vidéos c'est bien, mais gagner de l'argent avec c'est mieux. La plateforme se transforme alors peu à peu pour laisser une place aux annonceurs, en mettant des publicités devant ou après les vidéos présentes sur YouTube (et même parfois pendant la vidéo). Les YouTubeurs peuvent désormais « monétiser » leurs vidéos et gagner un peu d'argent grâce à leur activité. La publicité s'inscrit alors dans la plateforme, et commence à faire partie intégrante du processus du visionnage et de la production de vidéos : en effet, certains YouTubeurs peuvent choisir de mettre des publicités avant, pendant et après leurs vidéos, mais ils ne recevront leur dû que si l'internaute regarde la publicité en entier. Ces publicités sont vendues par les annonceurs à YouTube : lorsque la publicité est visionnée en entier, YouTube reçoit 49% du revenu généré par la publicité et le créateur 51%³¹. Le YouTubeur peut aussi choisir de faire des placements de produits dans leurs vidéos : ils présentent un produit de marque de manière plus ou moins explicite (soit en arrière plan de la vidéo, soit comme sujet principal de celle-ci) dans leurs vidéos et se rémunèrent grâce à ce partenariat. Les règles de YouTube étant de plus en plus strictes, ces partenariats doivent désormais être déclarés dans la vidéo ou la barre de description sous la vidéo³².

Pour pouvoir monétiser leurs vidéos, les YouTubeurs ont plusieurs contraintes : depuis le début de l'année 2018, ils doivent avoir au moins 1 000 abonnés et 40 000 vues à leurs compteurs, mais ce ne sont pas les seuls prérequis. En effet, suite aux nombreux scandales de la plateforme, les annonceurs ont droit de regard sur les vidéos devant lesquelles apparaissent leurs publicités. Ainsi, si les YouTubeurs veulent monétiser leurs vidéos, leur contenu doit être « adapté aux annonceurs » c'est-à-dire un contenu qui n'évoque pas : « des sujets controversés ou sensibles », « la drogue et des produits dangereux », « un langage inapproprié », « le sexe », « la violence », « du contenu haineux ou dégradant » (traduit)³³. Un panel assez large – et flou – donc, qui contraint les YouTubeurs à parler de certains

³¹ Chiffres récoltées grâce à la vidéo d'Alexandre Calvez « *Combien j'ai gagné avec 100 millions de vues sur YouTube* » publiée le 2 septembre 2018 et consulté le 20 septembre :

https://www.youtube.com/watch?time_continue=105&v=BX1s4OokDCQ

³² Article consulté le 19 septembre 2018 : « *la publicité utilisée par les youtubeurs : le nouveau business 2.0* » <https://marketingdigitalsdp8.wordpress.com/2017/10/08/publicite-youtubeurs-nouveau-business-2-0/>

³³ Règles établis par YouTube sur sa page « *Advertiser-friendly content guidelines* » consulté le 20 septembre : <https://support.google.com/youtube/answer/6162278>

sujets, et à en éviter d'autres, s'ils veulent pouvoir être rémunérés. Le coup est dur particulièrement pour les vulgarisateurs, dont les vidéos pédagogiques sur certains sujets peuvent être démonétisées car elles évoquent un sujet « sensible ou controversé ». Par exemple, Benjamin Brillaud de la chaîne d'histoire « Nota Bene » s'est insurgé il y a quelques mois de voir ses vidéos sur la Première guerre Mondiale et la croix gammée (toutes deux à visée pédagogique) démonétisées car celles-ci n'étaient pas « adaptées aux annonceurs »³⁴. Dans un article de PureBreak publié le 3 septembre 2017, Benjamin Brillaud explique que YouTube, après qu'il ait fait une réclamation concernant ses vidéos démonétisées, lui a conseillé « *d'accepter que mes vidéos sur des sujets pareils soient démonétisées définitivement ou... revoir ma ligne éditoriale pour "coller" plus à l'esprit de Youtube* »³⁵. Bien que le terme « esprit YouTube » reste flou, on peut voir ici l'impact que peut avoir les logiques financières, et plus particulièrement publicitaires, sur les productions des YouTubeurs, et notamment des vulgarisateurs.

Depuis quelques mois, YouTube tente de mettre en place un nouveau modèle économique hybride, entre publicités et abonnements³⁶ : le programme *Channels Membership* permet à YouTube de faire payer les utilisateurs en échange du contenu de leurs chaînes préférées à hauteur de 4.99\$ par mois. 70% de cette somme reviendra aux vidéastes tandis que 30% iront dans la poche de YouTube. Ce nouveau système, inspiré des nombreuses plateformes d'abonnements comme Netflix, pourrait offrir un nouveau système de rémunération pour YouTube comme pour les créateurs mais cela reste relativement inaccessible pour la plupart d'entre eux : en effet il faut au moins 100 000 abonnés au compteur pour prétendre à ce programme. Bien que ce programme soit encore assez peu répandu puisque très récent, il m'est apparu ici que YouTube établit une hiérarchie entre ses créateurs, et inscrit le principe de popularité dans ses conditions de monétisation, et indirectement de réussite. On est donc loin d'une démocratisation de la création comme la plateforme s'en fait pourtant le fleuron dans son image de marque.

b. La création sur YouTube : une belle histoire de popularité

³⁴ Vidéo de Benjamin Brillaud « Coup de Gueule – les pubs devant les vidéos » publiées le 7 mars 2018 et consulté le 20 septembre : <https://www.youtube.com/watch?v=zuTSszjbcXg>

³⁵ Article de Purebreak consulté le 20 septembre 2018 : <http://www.purebreak.com/news/nota-bene-le-vidaste-en-colere-contre-les-censures-de-youtube/135145>

³⁶ Article d'Usbek & Rica « Pourquoi Facebook et YouTube se lancent dans le payant » publié le 1 juillet 2018, et consulté le 20 septembre : <https://usbeketrica.com/article/facebook-et-youtube-payant>

De la même façon que le système de monétisation impacte les créations des YouTubeurs, il a aussi favorisé l'essor de la « starification » sur YouTube, et met en avant les YouTubeurs populaires, au détriment des « fonds de catalogue », les vidéos qui n'ont que très peu de vues et qui n'apparaissent jamais sur le devant de la plateforme. Malgré l'affirmation de YouTube, tout le monde n'a pas « une voix » et certains créateurs sont « *plus égaux que d'autres* » comme dirait Georges Orwell. Ce système de popularité fonctionne main dans la main avec son système économique, qui est fondé sur la vue : YouTube parvient à gagner de l'argent grâce aux publicités qui sont vues sur la plateforme, et plus il y a de vues, plus YouTube verra son pécule grossir. Il est donc dans l'intérêt de l'entreprise de « favoriser » d'une manière ou d'une autre les YouTubeurs qui font le plus de vues sur leurs vidéos. Comme l'écrivent Guillaume Heuguet et Agnès Gayraud dans leur article³⁷, YouTube reste « *caractérisé par des logiques de masse* » c'est-à-dire qu'il cherche à faire du chiffre, ou plutôt des vues. On peut le voir dès la plateforme d'accueil de YouTube : chaque vidéo présentée est constituée d'une miniature, suivi du titre, du nom de la chaîne, puis du nombre de vues comptabilisées (qui n'est jamais en dessous des centaines de milliers) et la date à laquelle elle a été postée (en sachant que pour la quasi totalité des vidéos présentées en page d'accueil, celles-ci ont été publiées il y a quelques jours, voire quelques heures, et la plateforme utilise des formulations comme « il y a 20h » ou « il y a 3 jours » pour les dater). Toujours dans cette logique de faire des vues, la plateforme réunit les vidéos les plus vues et les plus partagées du moment dans l'onglet « Tendances », ou encore dans « Le meilleur de YouTube » qui regroupe par thème les vidéos les plus « populaires » de la plateforme. José Van Dijck définit un concept intéressant, le « principe de popularité » pour analyser cette tendance de YouTube :

*From the technological inscription of online sociality, we derive that connectivity is a quantifiable value, also known as the popularity principle : the more contacts you have and make, the more valuable you become, because more people think you are popular and hence want to connect with you. (...) Ideas that are "liked" by many people have the potential of becoming trends*³⁸

³⁷ *De l'industrie musicale à la rhétorique de service : YouTube, une description critique*, Article paru dans *Communication & Langages*, 2015, de Guillaume Heuguet et Agnès Gayraud

³⁸ VAN DIJCK José, *op. cit.*, p.15 : « Avec l'inscription technologique de la sociabilité en ligne, on déduit que la connectivité est une valeur quantifiable selon le principe de popularité : plus vous avez de contacts, plus vous avez de la valeur, car les gens pensent que vous êtes populaire et veulent faire partie de vos contacts. (...) Les idées qui sont aimées par beaucoup de gens ont le potentiel de devenir des tendances » (Traduction de l'auteure) □

La popularité engendre la popularité à travers tout un tas de signes qui sont mis en avant sur la plateforme, car cela permet de générer indirectement des revenus. J'ai pu remarquer certains éléments présents sur la plateforme qui vont dans ce sens : par exemple, certaines vidéos possèdent une petite pastille accolée au nom de la chaîne du YouTubeur. Ces « pastilles » constituent un nouveau signe de popularité car ce sont des certifications données par YouTube si la chaîne en question a obtenu son « certificat », soit un examen disponible à ceux qui « possèdent un compte Google » et qui ont « toujours respecté les règles de YouTube »³⁹. Si le YouTubeur a plus de 75% de réponses justes à l'examen, il peut obtenir cette certification, qui n'est que temporaire et est soumise à un « code de conduite »⁴⁰ établi par YouTube. Il y a aussi le système d'abonnement qui est beaucoup mis en avant par la plateforme, car il crée une différenciation entre les chaînes et va permettre d'en évaluer la popularité. Sur chaque page de chaque chaîne YouTube, le nombre d'abonnés est inscrit en dessous du titre de la chaîne, et le bouton rouge « s'abonner » invite, et même incite, les utilisateurs à s'abonner, permettant de donner une nouvelle indication de valeur aux utilisateurs.

Les YouTubeurs alimentent ce principe de popularité en demandant à leurs abonnés et aux utilisateurs de « *liker leurs vidéos* », de « *lâchez un pouce bleu si vous avez aimé, partagez autour de vous* » et le désormais célèbre « *abonnez-vous* ». Ce genre de phrase, devenu monnaie courante à la fin ou au début de chaque vidéo, montre bien l'importance de ces signes (l'abonnement, le like, la vue, le partage) sur la plateforme ainsi que l'impact qu'a le système de popularité sur les créations des YouTubeurs : toute une partie de leurs vidéos (à la fin ou au début) est réalisée à cette fin, pour être valorisée par la plateforme, en utilisant un vocabulaire tout à fait singulier (le « pouce bleu », « l'abonnement ») et rattachée à YouTube.

Enfin, ce système de popularité s'illustre dans les formats des vidéos eux-mêmes qui s'imitent au gré des tendances : « *Sur YouTube, pour se démarquer il faut faire comme la masse* » titre un article d'Usbek & Rica⁴¹ sur la question, en interviewant Vincent Manilève, journaliste spécialiste de YouTube. En effet, les contenus qui ont le plus de vues sur la plateforme reprennent les mêmes formats, que ce soit des « Top », des « Prank », des vidéos « d'unboxing » ou des tutos make-up. Ces types de vidéos sont les plus prisés car ce sont

³⁹ Site YouTube « Obtenir la certification YouTube » consulté le 20 septembre 2018 :

https://support.google.com/youtube/answer/6145895?hl=fr&ref_topic=6145903

⁴⁰ Site YouTube : « Code de conduite dans le cadre de la certification YouTube » consulté le 20 septembre 2018 : <https://creatoracademy.youtube.com/page/certified-coc?hl=fr>

⁴¹ Article d'Usbek & Rica publié le 24 février 2018 et consulté le 21 septembre 2018 :

<https://usbeketrica.com/article/sur-youtube-pour-se-demarquer-il-faut-faire-comme-la-masse>

celles qui rapportent le plus de vues. José Van Djick conceptualise cette tendance en disant : « *Ideas that are "liked" by many people have the potential of becoming trends* ». Et en effet les contenus qui fonctionnent sur YouTube sont repris en masse par les autres YouTubeurs, et Bruno le faisait remarquer dans un entretien en pointant l'influence des autres vidéos sur la création des YouTubeurs : « *en général c'est pas la plateforme qui te formate mais c'est ce que tu vois* »⁴². Mais ces formats sont aussi demandés par le public à leurs YouTubeurs : ceux-ci se « *plient aux exigences de leur communauté pour soigner leur visibilité* » souligne le journaliste Vincent Manilève dans l'article⁴³. C'est le serpent qui se mord la queue, et ces formats deviennent des normes sur la plateforme, ils établissent des codes qui sont repris entre YouTubeurs, et que YouTube reprend ensuite à son compte, pour « professionnaliser » les créateurs et créer un « format » YouTube.

c. Devenir youtubeur, tout un métier

Aujourd'hui, il existe plusieurs « écoles de YouTubeurs » afin de former des jeunes créateurs aux pratiques spécifiques de la plateforme YouTube sur la création vidéo. De Madrid⁴⁴ à New York, des entreprises repèrent des « jeunes poulains de la vidéo » pour les former et faire grossir leurs chaînes, leur communauté, et ainsi leurs revenus. Ces « agences » récupèrent un gain sur les revenus des YouTubeurs, en échange des services rendus (formations, partenariat avec des marques, placement de produits). Ce phénomène, encore très récent, se répand comme une traînée de poudre au travers du globe, et ne cesse de « professionnaliser » cette activité qu'est de « faire des vidéos sur YouTube », et ainsi de lui donner de l'importance, mais aussi et surtout des normes de production.

Youtubeur est donc devenu un métier, et si ce sont les créateurs qui décident de se « lancer sur YouTube » avec l'envie de gagner leur vie grâce à leur création, YouTube en lui même encourage cette « professionnalisation » avec son académie baptisée « YouTube Creator Academy ». Cette académie en ligne propose des formations pour tous les YouTubeurs, gratuitement : il suffit d'aller sur la partie dédiée aux « Créateurs »⁴⁵ de la plateforme et on peut y voir des cours proposés, allant de « *comment lancer sa chaîne* » en passant par

⁴² Extrait de l'entretien avec Bruno de la chaîne « Le Mock » réalisé le 25 avril 2018

⁴³ Article d'Usbek & Rica publié le 24 février 2018 et consulté le 21 septembre 2018 :

<https://usbeketrica.com/article/sur-youtube-pour-se-demarquer-il-faut-faire-comme-la-masse>

⁴⁴ Article de Slate publié le 12 juillet 2018 : <http://www.slate.fr/story/164522/internet-youtube-agences-talent-managers-youtubeurs-youtubeuses-accompagnement-creation-annonceurs-publicite-placements-produits>

⁴⁵ Page de la YouTube Creator Academy, consulté le 20 septembre 2018 :

<https://creatoracademy.youtube.com/page/browse>

« Contrats avec des marques » jusqu'à « réaliser des vidéos en faveur du changement social ». Ces formations sont destinées à « conseiller les créateurs » et les aider à « développer leur chaîne sur YouTube ». Le but ? « Créer une chaîne performante et réussir sur YouTube »⁴⁶.

Dans le champ lexical utilisé par la plateforme, on constate que la performance, autant sociale que monétaire, est au centre des problématiques de YouTube : il n'est plus question ici de créativité ou de « donner une voix » mais bien de réussir, si on veut se lancer en tant que créateur sur la plateforme. En étudiant plus précisément le premier cours de l'académie de YouTube, intitulé « Premiers Pas », j'ai pu observer les « techniques » et « stratégies » mis en place par YouTube pour aider les YouTubeurs à atteindre différents objectifs : tout d'abord « gagnez des abonnés », « soignez le branding de votre chaîne », « captivez les spectateurs avec la bande annonce de votre chaîne » et enfin un avertissement sur les « droits d'auteurs et autres fondamentaux ». Faire des vues est devenu un métier, et cela s'apprend : ces premiers objectifs semblent en effet bien loin de l'utopie créatrice portée par YouTube dans sa « mission de marque ». Théo, de la chaîne Balade Mentale, souligne lors de notre entretien ce décalage sur la plateforme : « (...) je me suis dit que sur YouTube, tu crées un truc et après il y a personne, aucune interface qui te dit on te publie ou pas. Bon c'est plus trop vrai maintenant, il faut faire de la com, et sans communication et sans relais ça devient de plus en plus difficile. »

En premier lieu, il semble que ce modèle utopique montré par YouTube et les YouTubeurs correspondrait à un « avant », un espèce « d'âge d'or » où il existait encore peu de vidéos sur la plateforme, et encore moins de vidéos portées sur la vulgarisation, et que celles-ci étaient encore des vidéos « amateurs » sans nécessité d'être professionnel dans le domaine⁴⁷. Dans un deuxième temps, l'expression « faire de la com » est intéressante car elle illustre la nécessité pour les YouTubeurs d'être « visible », « populaire », et sortir de leur simple rôle de « créateur » pour faire du marketing, pour vendre leurs produits, pour lui donner de la visibilité. Et il emploie le verbe « il faut » ce qui souligne l'aspect presque obligatoire de cette action, comme si quelqu'un ou quelque chose les poussait à passer par cette étape. Dans un autre entretien, Cyrus mentionne la nécessité d'être un « bon marketeur » : « Pour

⁴⁶ Tous les encarts en italique sont tirés de la page « YouTube Creator Academy » :

<https://creatoracademy.youtube.com/page/browse>

⁴⁷ Entretien avec Théo, réalisé le 1^{er} mai 2018 : « Il suffit de regarder les premières vidéos de Nozman, c'est trop marrant. Il a lancé sa chaîne en tout premier, YouTube existait à peine, c'était en 2012, 2011 un truc comme ça. D'un point de vue technique c'est complètement pourri. C'est mal monté, c'est pas écrit, tout est dégoué, sans vouloir... Le mec faisait ça comme ça, et ses vidéos ont 2 millions de vues, parce qu'en fait c'était les premières ».

moi, un bon artiste c'est un bon marketeur (...) Le marketing c'est pas que de la vente, c'est aussi un positionnement, c'est penser au point de vue de l'audience ». On voit bien que les logiques marketing ont été intégrées par les créateurs malgré le discours utopique de la plateforme. Penser la visibilité et le marketing semble ainsi indissociable de la création des YouTubeurs, car indissociable de la plateforme elle-même : faire des vidéos sur YouTube, c'est aussi savoir leur donner de la visibilité, et ainsi du succès.

Dans son article « *Quand Google fait école. Une prétention à la pédagogie en question* », Thomas Grignon expose les techniques normatives utilisées par la firme, et que l'on peut appliquer à YouTube (qui est, rappelons-le, une filiale de Google) pour instaurer des normes et des règles sous un aspect pédagogique : « *Ce document (...) permet à l'utilisateur de se former de manière autonome au maniement d'un logiciel en le guidant par étapes dans l'accomplissement de tâches clairement définies* ». Il continue toujours en parlant du tutoriel « *S'il explique comment l'outil qu'il dépeint fonctionne, le tutoriel suggère aussi un « mode d'emploi* ». *Il recommande, ordonne, conseille. Il est un écrit pour faire faire, une technologie pragmatique et programmatique qui excède la simple « documentation technique* ». *Le tutoriel ne se contente pas de décrire ce que l'utilisateur peut faire, il manifeste ce qu'il doit faire, tout du moins ce que les concepteurs ont prévu pour lui.* »⁴⁸ Ce cheminement étape par étape correspond parfaitement aux formations proposées par la YouTube académie, qui se présente moins comme une liste de bons conseils que d'étapes indispensables à effectuer si l'on veut « percer » sur la plateforme. YouTube attend de son « lecteur modèle »⁴⁹ qu'il se forme à ses impératifs tout en les présentant comme des conseils, des « bonnes pratiques » qui sont là pour « aider à réussir sur YouTube ».

Un autre aspect de la YouTube Creator Academy étudié par Thomas Grignon dans son article est cet « encouragement » à analyser et mesurer les indicateurs de performance des vidéos :

Tout au long de sa formation, il est en particulier encouragé par l'industriel à évaluer précisément la « qualité » de chacune de ses productions, grâce à un outil d'analyse intégré qui rappelle la forme et le fonctionnement de Google Analytics. Comme nombre de services de la suite logicielle de Google, ce dispositif contribue à stabiliser l'idée que la « performance » de toute production médiatique est mesurable, mais aussi qu'elle doit être mesurée, par tous et en toutes circonstances. Cette mesure apparaît

⁴⁸ Extrait de l'article « *Quand Google fait école. Une prétention à la pédagogie en question* » de Thomas Grignon, dans *Communication & Langages* n°188

⁴⁹ Umberto Eco, *Lector in fabula ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*, Paris, Grasset & Fasquelle, 1985.

*comme la condition de la reconnaissance de son créateur et ce, bien au-delà de la sphère professionnelle. En proposant des indicateurs de réussite qu'elle a, pour une large part, contribué à définir, la firme impose sa propre définition de l'objet qu'elle prétend analyser*⁵⁰.

Ces indicateurs de réussite se manifestent dans le nombre de vues fait par vidéo, le taux d'engagement (si les gens regardent la vidéo jusqu'au bout ou s'ils l'arrêtent avant), le nombre d'abonnés, de likes, de commentaires, et bien d'autres chiffres présents dans les « Analytics » de chaque chaîne. Chiffrer la performance sur YouTube est une donnée clé de la plateforme : on chiffre tout, de la simple vue aux commentaires et aux likes. Et ces performances chiffrées incitent à toujours faire plus de chiffre, à avoir des résultats supérieurs : avoir plus d'abonnés, de vues, de likes, de taux d'engagement, etc. Thomas Grignon conclut : « *Conduit à se projeter dans une perspective de progrès, l'usager est à lui-même sa propre référence* ». Cette manie du chiffre peut-être interprétée comme une volonté de la part de la plateforme de « réduire l'incertitude de la valorisation de la production ».

Dans son article « *Vers une créativité automatisée ? Une étude exploratoire sur l'intégration de dispositifs algorithmiques à l'amont des filières d'industries culturelles* »⁵¹, Vincent Bullich explore les ressorts des dispositifs d'automatisation pour réduire :

l'impossibilité pour les producteurs de pleinement appréhender les conditions de formation de la demande (la valeur d'usage des produits culturels étant liée aux goûts de chacun, les qualités de ces produits appréciées de façon subjective) ; les limites de la rationalisation du procès de production (celle-ci conservant notamment un caractère artisanal dans la phase de conception de produits) ; l'impératif de nouveauté constante qui pèse sur les producteurs en raison de l'extrême volatilité des consommateurs.

En appliquant ce système à YouTube, on peut voir que la plateforme réduit l'incertitude liée à la valeur de ce qui se trouve sur la plateforme, et aux goûts de son public, en se reposant sur les chiffres : ce qui est valorisé (par les chiffres) est vu (par le public), et ce qui est vu (par le public) est valorisé (par les chiffres). YouTube, en permettant à toutes sortes de vidéos d'être publiées et vues sur sa plateforme, ne prend pourtant pas de risque concernant la valorisation et les performances de ces créations, car seules celles qui seront valorisées vont être vues, et vice-versa. Le système YouTube est donc gagnant et ne risque pas de voir

⁵⁰ Extrait de l'article « *Quand Google fait école. Une prétention à la pédagogie en question* » de Thomas Grignon, dans *Communication & Langages* n°188

⁵¹ Article tirée de l'actes de colloque sous la direction de Anne-France KOGAN et Yanita ANDONOVA datant du 9-10 avril 2015 à la Maison des Sciences de l'Homme : « *De l'injonction à la créativité à sa mise en œuvre : quel parallèle entre monde de l'art et monde productif ?* »

son modèle s'effondrer si une de ses productions fait un « bide ». Il engendre dans le même temps une forme « d'édition » des contenus en favorisant certains formats et certains type de vidéos, comme Thomas Grignon l'explique dans son article :

Habituellement donné à voir comme une simple « plateforme » d'hébergement de vidéos, YouTube est donc également accompagné par un dispositif éditorial de grande ampleur à travers lequel son concepteur tient discours sur la manière dont les contenus dont il facilite la circulation doivent être pensés, conçus et promus.

Dans son analyse, Vincent Bullich attribue cette réduction de l'incertitude à « l'algorithme » qui « *qui définit et comptabilise ce qui vaut et est donc valorisé* ». Pour réduire une incertitude proprement humaine quoi de mieux que la machine ? En effet, sur YouTube, c'est son algorithme qui « recommande » et met en avant certaines vidéos plutôt que d'autres, choisit les vidéos qui seront en Tendances, et tout cela selon des critères mystérieux. Ne connaissant pas ces critères les YouTubeurs sont obligés de deviner les critères de l'algorithme, de « jouer avec », ou de faire fi de cet algorithme, au risque de voir leurs créations ne pas avoir la visibilité qu'ils espéraient. Ainsi, malgré toutes les recommandations et conseils de YouTube, il reste un facteur inconnu pesant sur le devenir des créations des YouTubeurs.

Une fois ces éléments posés, il est intéressant de se demander comment tout ce dispositif d'éditorialisation, lié aux logiques monétaires et publicitaires de la plateforme, mais aussi marketing (le concept de popularité, de « professionnalisation » de la plateforme que je viens d'évoquer, impacte la création des YouTubeurs, et notamment sur celle des YouTubeurs dits « vulgarisateurs ». Face à ces logiques pouvant contrarier cette liberté de création tant recherchée et revendiquée par les vulgarisateurs, on peut se demander quel est leur positionnement sur la plateforme et comment ils se définissent par rapport à ces « codes YouTube ».

PARTIE 2 : Youtubeur vulgarisateur : un statut particulier sur YouTube ? Entre désir de création, contraintes éditoriales de la plateforme et besoin d'argent, le YouTubeur vulgarisateur tente de naviguer dans les eaux troubles de YouTube, en définissant ses propres codes.

Si YouTube est loin d'avoir inventé la vulgarisation (ni l'eau chaude, si vous me permettez l'expression), la plateforme est aujourd'hui un acteur important, voire décisif, dans le processus de vulgarisation des sciences et des cultures. D'après Serge Chaumier et François Mairesse⁵², on peut faire remonter la vulgarisation au projet de *l'Encyclopédie*, mené par Diderot et D'Alembert, qui se voulait une compilation de tous les savoirs, les techniques et les pratiques humaines. Cet ouvrage est l'incarnation de l'esprit des Lumières, dont la volonté était de rendre accessible le savoir au plus grand nombre. Depuis le siècle des Lumières, vulgariser est devenu, plus qu'une volonté, un véritable métier, et sa déclinaison ne se fait plus seulement sur papier. Avec l'arrivée de la télévision, de la radio, et des nouvelles technologies (l'Internet, pour ne pas le nommer), tout support est bon pour vulgariser. Et alors que l'Encyclopédie révolutionnait son monde en proposant de rendre accessible des connaissances en français – et non en latin, comme cela se faisait à l'époque – on peut, avec audace, avancer que YouTube traduit un langage scientifique et culturel parfois un peu obtus, en une langue plus « jeune », faite d'images, de GIF, de blagues, de sketches, et d'animations (et surtout pour un public de la plateforme dont 17% a entre 15 et 24 ans⁵³). La notion de langage est intéressante à étudier, notamment en utilisant le travail de Baudouin Jurdant⁵⁴ : est-ce que YouTube parvient à dépasser les vieux démons de la vulgarisation qui mettait en récit et idéologisait la science ? Ou crée-t-il une nouvelle forme de vulgarisation ? Il est donc intéressant d'étudier les méthodes particulières de vulgarisation utilisées sur YouTube, mais aussi ce qu'elles doivent aux années et aux supports de vulgarisation qui ont précédé la plateforme.

⁵² CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation Culturelle (2e édition)*, Paris, Armand Colin, Collection « U », 2017, □

⁵³ Selon les chiffres datant de 2017 publiés par le Blog du Modérateur : <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-youtube/>

⁵⁴ Jurdant Baudouin. Vulgarisation scientifique et idéologie. In: Communications, 14, 1969. La politique culturelle. pp. 150-161;

En choisissant les YouTubeurs vulgarisateurs comme sujet de mémoire, j'ai d'abord fait un choix de facilité : je regarde beaucoup de vidéos YouTube et il m'a semblé naturel de me pencher sur les vidéos que je regardais et que j'aimais le plus, celles portant sur la vulgarisation d'un sujet scientifique ou culturel. Me retrouvant face à ce parti-pris « naturel » j'ai dû le justifier : est-ce que cette communauté se présente elle-même comme des « vulgarisateurs » ? Est-ce que ce sont les médias, ou leur public qui les caractérisent ainsi ? Quelles sont leurs particularités propres, s'ils en possèdent ? Comment se différencient-ils du reste de YouTube ? Autant de questions dont je cherche à apporter les réponses dans cette deuxième partie, afin de comprendre comment cette communauté particulière réagit et est impactée (si elle l'est) à l'éditorialisation de la plateforme étudiée dans la première partie.

A. Qu'est ce qu'un « vulgarisateur » sur YouTube ?

a. D'où vient ce terme de « YouTubeur vulgarisateur » ?

C'est au début de mon travail sur ce mémoire que j'ai défini mon sujet d'étude, celui-ci étant les « YouTubeurs vulgarisateurs » : j'ai choisi ce terme car il me semblait représenter avec précision le type de YouTubeurs que je voulais étudier, soit ceux qui faisaient de la vulgarisation. Pourtant, tout au long de mes recherches, j'ai pu trouver dans des articles universitaires et journalistiques le terme de « vulgarisateurs », de « YouTubeurs scientifiques » ou de « vulgarisation sur YouTube », ou encore de « chaînes de vulgarisation » mais pas à proprement parler de « YouTubeurs vulgarisateurs ». Un article de *Slate* les surnomme même « les nouveaux Fred & Jamy »⁵⁵, symbole de la vulgarisation à la télévision de 1993 à 2014. Lorsque je tapais « YouTubeurs vulgarisateurs » dans la barre de recherche Google, le moteur de recherche me présentait des articles en liens avec ma recherche et mettait en avant quelques mots : « YouTubeurs », « vulgarisation » et « vulgarisateurs » sans pour autant que je retrouve la formulation exacte. De la même façon, lors de mes recherches bibliographiques, j'ai pu trouver plusieurs travaux effectués sur les vulgarisateurs sur YouTube, que ce soit le mémoire d'Amandine Jouaux traitant « *Des jeunes chercheurs sur YouTube : la vulgarisation scientifique au service de ses auteurs* »

⁵⁵ Article de Slate publié le 9 mai 2018 et consulté le 24 septembre 2018 : <http://www.slate.fr/story/161449/youtubeurs-chaines-vulgarisation>

soutenu en novembre 2016, mais aussi celui de Chloé Bruneau « *La vulgarisation culturelle sur YouTube* » soutenu en juin 2018. Ainsi, que ce soit de la part du monde universitaire que du monde journalistique (les deux sources bibliographiques que j'utilise pour mes recherches), la communauté de YouTubeurs qui m'intéressait était bel et bien identifiée mais jamais sous les termes que j'avais utilisé. Il m'était pourtant indispensable de nommer cette « population » pour mon travail, qui mette en avant à la fois leur activité sur YouTube et leur activité de vulgarisateurs, car ce sont les deux objets de mon questionnement : comment la plateforme YouTube impacte (si elle impacte) les vulgarisateurs dans leurs pratiques, et leurs créations. J'ai donc choisi de continuer à utiliser le terme de « YouTubeurs vulgarisateurs » comme synonyme de « vulgarisateurs » bien que celui-ci soit un peu plus lourd.

Du côté des YouTubeurs, il me fallait vérifier que ceux-ci s'identifiaient – ou non – à cette communauté de vulgarisateurs sur YouTube. Lors de mes différents entretiens avec des YouTubeurs, je commençais toujours par introduire mon sujet à mes interlocuteurs, les englobant sous le terme de « YouTubeurs vulgarisateurs » sans qu'ils remettent en question ce terme. J'en ai conclu qu'ils se sentaient donc concernés, voire inclus dans cette population. Plusieurs d'entre eux utilisent le terme de « vulgarisateurs » et de « vulgarisation » eux-mêmes au cours de l'entretien, pour se désigner ou parler des autres YouTubeurs faisant de la vulgarisation : « *je connaissais les gros vulgarisateurs (...) les plus connus genre le Fossoyeur de film, E-penser, et c'est à peu près tout* » raconte Manon. « *Dans la communauté des vulgarisateurs les gens se parlent beaucoup* » continue Théo en s'incluant dans cette communauté. Bruno évoque même la « naissance » de celle-ci : « *les vulgarisateurs ont débarqué sur YouTube en 2014 grosso modo, et on s'est vraiment dit, c'est hyper intéressant* ». Quentin fait le même constat en évoquant les vulgarisateurs comme des YouTubeurs à part : « *il y a la vulgarisation qui est arrivée, des trucs comme E-penser, et je me suis dit qu'il y avait des trucs vachement riches.* ». Il existe donc bel et bien une communauté de vulgarisateurs qui se reconnaît comme telle, qui identifie des pairs, ainsi que la « naissance » de cette mouvance sur YouTube. En poursuivant cette pensée, on peut constater que les YouTubeurs interrogés identifient un « avant » l'arrivée des vulgarisateurs et un « après » sur YouTube : ce tournant se serait incarné en la personnalité de Karim Debbache, considéré pour beaucoup comme le premier YouTubeur vulgarisateur. Beaucoup le citent comme inspiration, et à la question « quel est le YouTubeur qui t'a le plus influencé », Bruno me répond : « *Je pense qu'ils te répondront tous ça, mais c'est Karim Debbache, c'est quand il a sorti ses trucs, la fois où je l'ai découvert, que j'ai passé la soirée*

à (le) *bingewatcher comme un bâtard* »⁵⁶. Qu'il soit le premier vulgarisateur sur YouTube ou non, il a en tout cas une influence prégnante sur les YouTubeurs vulgarisateurs aujourd'hui, et cela marque encore plus l'esprit de « communauté » qui caractérise cette population.

La notion de vulgarisation sur YouTube est désormais acquise, mais il me reste à vérifier si elle est aussi présente sur la plateforme elle-même, si YouTube reconnaît cette communauté en son sein. Comme je l'évoquais un peu plus haut, on peut observer différentes catégories de vidéos sur YouTube, à différents degrés sur la plateforme. Le premier est présent dans le menu de la page d'accueil sous l'onglet « Le meilleur de YouTube » qui classe les vidéos dans huit catégories : « Musique », « Sport », « Jeux vidéo et autres », « Films », « Emissions télévisuelles », « Actualités », « En direct » et « Vidéos à 360° ». Aucune ne correspond à proprement parler à de la vulgarisation, même si cela pourrait rentrer dans certaines catégories comme « Emissions télévisuelles » ou « Actualités ». De la même façon, sur la page d'accueil on peut voir la mosaïque de vidéos triée selon les chaînes « recommandées pour nous » mais aussi certains thèmes populaires, qui pourraient potentiellement plaire à l'utilisateur. Ainsi, si l'utilisateur a déjà regardé des vidéos de vulgarisation, il peut les retrouver sur la page d'accueil, mais aussi d'autres vidéos sur des thèmes très différents comme « Cosmétiques », « Jazz » ou encore « Dessins Animés ». On a donc accès à un large choix de vidéos, classées selon des thèmes tout aussi larges, mais dont aucun ne fait mention de vulgarisation – même si celles-ci (les vidéos de vulgarisation) ne sont pas pour autant absentes de la plateforme.

Au delà de la page d'accueil, il est possible pour les vidéastes de placer leurs vidéos dans une « Catégorie » lors du processus de publication : en effet, lorsqu'une vidéo est publiée, YouTube propose une interface aux créateurs pour éditorialiser leur vidéo, mettre des sous-titres, gérer la section commentaires, ajouter un titre, une éventuelle limite d'âge, et une catégorie. En allant moi-même dans cette section de YouTube⁵⁷ j'ai pu observer les différentes catégories proposées par la plateforme, et celle qui se rapproche le plus de la vulgarisation se nomme « Education », mais il existe aussi des catégories qui peuvent se rapprocher des sujets des vulgarisateurs comme « Science et Technologie », « Actualité et politique » ou « Divertissement ». Cette catégorisation s'affiche dans la barre de description présente sous chaque vidéo : je suis donc allée regarder quelle catégorie avaient choisi les vulgarisateurs que j'avais interrogés, et j'ai pu constater que la plupart d'entre eux ont choisi

⁵⁶ Extrait de l'entretien avec Bruno de la chaîne « Le Mock » le 25 avril

⁵⁷ Voir Annexe 1

de se classer sous le thème « Education », mais pas seulement. Natacha met ses vidéos dans la catégorie « People et blogs », Bruno a choisi successivement les catégories « Divertissement » puis « Education » pour ses vidéos, j'ai pu voir différentes catégories défiler pour les vidéos de Théo dont « Divertissement », « Science et Technologie », « Jeux vidéo et autre » et enfin « Education ». Quentin a d'abord choisi « People et blogs » puis « Divertissement », Angèle alterne entre « Divertissement » et « Voyage et Evènement », Cyrus choisit pour la plupart de ses vidéos la catégorie « Education » mais j'ai pu voir sous certaines vidéos la classification « Actualité et politique » ainsi que « Vie pratique et style ». Et enfin Manon publie exclusivement ses vidéos dans la catégorie « Education ». A travers ce panel non-exhaustif on peut voir que, si la plupart des vulgarisateurs choisissent la dénomination « Education » pour catégoriser leurs vidéos, ils n'hésitent pas à choisir d'autres catégories si leurs vidéos correspondent plus à d'autres classifications proposées par YouTube. Tout dépend du contenu de la vidéo : par exemple, les vidéos de Cyrus North comportant la mention « Actualité et politique » traitent des programmes électorales des candidats à la présidentielle 2017. Bien que ces vidéos soient faites avec un angle de vulgarisation, pour transmettre et décomplexifier des programmes politiques, elles sont en effet plus proches de la catégorie « Actualité et politique » que de « Education ».

Ainsi, on peut constater que la vulgarisation n'est pas prise en compte, ni nommée sur YouTube, elle a été créée sur la plateforme par les créateurs et leurs publics. Il n'existe pas de catégorie « vulgarisation » pourtant cette communauté est belle et bien présente sur la plateforme. Il est intéressant de voir que la catégorisation des contenus à quelque chose d'arbitraire sur YouTube, dépendant entièrement de ce que propose la plateforme (les créateurs ne peuvent pas inventer une catégorisation pour s'y mettre) mais que cela n'empêche pas les YouTubeurs et leurs publics de les nommer sous un terme différent, et de faire fi – en quelque sorte – de la catégorisation Youtube. Des réseaux d'entraide de YouTubeurs se sont créés en dépassant les classements effectués par YouTube, sur Facebook notamment, comme le mentionne Bruno dans un des entretiens⁵⁸, des collaborations sont faites entre vulgarisateurs, et plus globalement entre créateurs, dans des vidéos. La vulgarisation dépasse donc le cadre de YouTube et de ses catégories, et si les vulgarisateurs ont besoin de la plateforme pour exister, leurs créations ne sont pas soumises à celle-ci, du moins du point de vue des thèmes abordés.

⁵⁸ « *Il y a des groupes Facebook de vidéastes de différents palliers* » Extrait de l'entretien avec Bruno réalisé le 25 Avril

b. Qu'est ce qui fait que ces YouTubers sont des vulgarisateurs ?

Une fois le terme de « YouTubers vulgarisateurs » mis au clair, il m'a semblé important de définir en quoi ces YouTubers sont des vulgarisateurs. La vulgarisation existe depuis longtemps et plusieurs travaux de recherche – dont ceux de Baudouin Jurdant – ont été effectués dans ce domaine : plusieurs caractéristiques semblent être attachées au métier de vulgarisateur, et les YouTubers ne font pas exception bien que la plateforme YouTube modifie un peu les règles du jeu de la vulgarisation.

Le dictionnaire Larousse en ligne⁵⁹ définit la vulgarisation en ces mots : « *Action de mettre à la portée du plus grand nombre, des non-spécialistes, des connaissances techniques et scientifiques.* » Le but de la vulgarisation est donc de rendre accessible des données et des savoirs complexes, difficilement abordables ou tout simplement inatteignables (physiquement par exemple) pour la grande majorité des gens. YouTube permet à tous les utilisateurs d'Internet d'avoir accès à ces vidéos et à leur contenu – c'est d'ailleurs une des raisons pour lesquelles la plateforme possède cette aura de plateforme « démocratique » comme nous l'avons vu en première partie. De plus, cette notion de « partage des connaissances » et de pédagogie est présente chez tous les vulgarisateurs que j'ai interrogés : Angèle, de la chaîne « Lapindicite chronique » m'explique que « *ce qui m'a donné envie c'est que, dans mon lycée, il n'y avait pas tant de gens que ça qui lisaient des mangas, et du coup je me suis dit : c'est trop bête d'être tout seul, et de pas pouvoir en parler avec des gens qui aiment bien ça. Donc je me suis dit : pourquoi pas faire une chaîne YouTube* ». Natacha, créatrice de la chaîne « Nart » réalise que « *c'est grâce à YouTube en partie que je me suis rendue compte que ce que j'aimais faire c'était YouTube, et notamment sur ma chaîne c'était la pédagogie* ». Bruno, de la chaîne « Le Mock » a eu l'idée de la chaîne YouTube alors qu'il était en classe préparatoire littéraire et qu'il voulait dédramatiser la littérature classique pour la rendre accessible à tous : « *C'est-à-dire que quand t'es en prépa et que tu discutes avec des gens qui ne sont pas en prépa, ils disent tout de suite "ola, ça doit être difficile" et toi tu dis "non non au contraire, je regarde plein de trucs super chouette, d'ailleurs toi tu regardes Marvel et bah en fait il y a des liens"* ». Ces vulgarisateurs se font donc bien passeurs d'une connaissance spécifique vers un public protéiforme et très nombreux.

⁵⁹ Définition de la vulgarisation sur le dictionnaire Larousse en ligne, consulté le 25 septembre : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/vulgarisation/82649>

Cependant, si ces vulgarisateurs mettent en avant ce partage de connaissance, ce ne sont pas pour autant des enseignants, comme le distingue Baudouin Jurdant : ils mettent en scène une parole, car leurs vidéos sont oralisées, mais contrairement à un cours, les apprenants n'ont pas de réponse possible, ou très peu⁶⁰. Sur YouTube, il est possible de dialoguer – dans une certaine mesure – avec le YouTubeur via la section commentaires présente sur la plateforme, mais celui-ci peut choisir de ne pas répondre aux questions que lui pose sa communauté, ou tout simplement de désactiver la section commentaires. De plus, les commentaires sont plus souvent là pour « prendre position »⁶¹ par rapport à la vidéo du YouTubeur, à soi-même et aux autres utilisateurs, que pour poser des questions vis-à-vis de la vidéo. Le commentaire n'est pas là pour être constructif, comme le constate Célia Schneebeli dans son article, mais « *il s'agit pour un sujet de se dire d'accord ou non avec un autre sujet* », que ce sujet soit la vidéo ou un autre commentateur. De ce fait le commentaire utilise souvent un vocabulaire assez restreint, qu'il soit mélioratif ou péjoratif, et veut avant tout « *se donner une place* » plus que discourir sur le propos du YouTubeur. Ainsi, on peut comparer le vulgarisateur tel que le définit Baudouin Jurdant avec celui qui se trouve sur YouTube : pour les deux, la vulgarisation n'est pas un enseignement, « *c'est un spectacle* ». Manon le dit très clairement lors de l'entretien :

C'est pas des cours, tu retiens pas comme tu apprendrais en cours à la fin d'une vidéo, ça va trop vite, mais bon tu as au moins un truc de curiosité, d'intéressé, tout en te marrant, et pour déridier l'histoire, dépoussiérer tout ça car pour plein de gens c'est un truc chiant, et ça les faisait chier au collège.

La mise en scène faite sur YouTube favorise cet aspect de la vulgarisation : les YouTubeurs vulgarisateurs peuvent mettre en scène leurs propos grâce au montage, à des petits sketches, des animations, en utilisant un langage plus trivial, de la musique, un décor ou des images particulières. Par exemple, pour Manon, l'objectif de ses vidéos est de « *faire passer un truc en s'amusant* ». Pour cela elle travaille sa « *façon de parler, la musique que j'utilise qui est hiphop, les décors, on tourne dehors* ». De son côté Cyrus marque l'importance du marketing dans son travail afin de le rendre « *sexy* ». La mise en scène est primordiale pour

⁶⁰ « Cette littérature, il s'agit de ne pas la confondre avec l'enseignement qui, tout en mettant en place une situation structurellement identique (communication de celui qui sait à celui qui ne sait pas), s'en trouve cependant formellement et fonctionnellement distinct. Dans son mode même de communication, la vulgarisation se donne essentiellement sous la forme d'un texte à alors que l'enseignement est, d'une manière idéale, acte de parole » Baudouin Jurdant, Vulgarisation scientifique et idéologie. In: Communications, 14, 1969. La politique culturelle. pp. 150-161

⁶¹ Célia Schneebeli. *Les modalités linguistiques du commentaire sur internet comme prise de position ("stance-taking") : l'exemple des commentaires sur youtube*. Le commentaire: du manuscrit à la toile. Modes d'interventions et dispositifs techniques, Mar 2015, Bruxelles, Belgique.

les vulgarisateurs afin de captiver le public, car comme l'écrit Cécile Michaut : « *Il ne s'agit pas uniquement de mettre à la portée d'un public des connaissances spécialisées, c'est aussi (surtout !) le captiver. Expliquer la science de manière ennuyeuse est de l'anti-vulgarisation* »⁶². Mais ici, cette nécessité de captiver son public en mettant en récit le discours scientifique n'est pas vue comme une « idéologie » où le langage scientifique et son discours sont réutilisés afin de rendre vraisemblable cette mise en récit⁶³ : c'est plutôt comme un point de vue subjectif où la passion d'un « amateur »⁶⁴ s'exprime. Dans les travaux de Baudouin Jurdant, le vulgarisateur récupère « *tout ce que la science a de profondément subversif, son langage en particulier* » pour le mettre en récit et répondre aux « *interrogations personnelles des profanes* ». Les vulgarisateurs sur YouTube, bien qu'ils aient pour objectif de partager des connaissances, sont d'abord animés par une passion dont ils ont envie de parler, et ont envie de s'épanouir via leurs activités.

On pourrait dire que ce sont des « passionnés » avant d'être des vulgarisateurs, bien qu'ils en aient la plupart des caractéristiques : « *C'est quand même ma passion depuis longtemps* » me dit Natacha lors d'un entretien, « *c'est quelque chose qui me fait vivre* » ajoute Quentin. Cette passion qui les anime leur permet de « se réaliser » à travers leur activité sur YouTube : celle-ci leur permet de servir « *leur ambition personnelle mais aussi de s'adonner à une pratique qu'ils aiment exercer* »⁶⁵. Faire des vidéos sur YouTube, et ici des vidéos de vulgarisation, vient d'abord rencontrer un désir personnel, une passion, pour ensuite se réaliser dans le partage de cette passion avec autrui. Ils correspondent ainsi à la définition que Patrice Flichy fait des « pro-am »⁶⁶ sur Internet, ces professionnels amateurs qui, sans être spécialistes et guidés par l'émotion et la curiosité pour le sujet dont ils parlent, vont faire entendre leurs voix sur l'Internet. Cette voix est d'ailleurs parfois plus puissante que les institutions spécialisées sur le sujet : « *On se porte plutôt bien, mieux que la plupart des institutions, je suis plus « puissant » sur les réseaux sociaux que la cité des sciences* » pointe Théo, fondateur de la chaîne scientifique « Balade Mentale » qui possède plus de 100 000 abonnés. Cependant, cette importance croissante des « YouTubeurs vulgarisateurs » ne prend pas l'ascendant sur les spécialistes et les institutions scientifiques et culturelles, ni sur leurs processus de vulgarisation, au contraire elle l'accompagne. Bon nombre des

⁶² MICHAUT Cécile, *Vulgarisation scientifique, mode d'emploi*, Les Ulis, EDP Sciences, 2015, p.34 □

⁶³ Baudouin Jurdant, *Vulgarisation scientifique et idéologie*. In: *Communications*, 14, 1969. La politique culturelle. pp. 150-161

⁶⁴ *Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires*, Patrice Flichy, 2010, éditions Seuil

⁶⁵ *Des jeunes chercheurs sur YouTube : □ La vulgarisation scientifique au service de ses auteurs*, Mémoire de Master 2 d'Amandine Jouaux soutenu en novembre 2015.

⁶⁶ *Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires*, Patrice Flichy, 2010, éditions Seuil

vulgarisateurs sur YouTube font des partenariats avec ces institutions, que ce soit pour parler d'art avec un musée (comme l'ont fait Natacha et Manon dans plusieurs de leurs vidéos⁶⁷) ou évoquer des expériences scientifiques étonnantes avec l'aide d'une institution scientifique, comme l'a fait Théo, dont plusieurs vidéos⁶⁸ ont été tournées dans le centre Ccsti La Rotonde, à Saint Etienne.

Le vulgarisateur 2.0 est donc un individu passionné, un « amateur » comme l'appellerai Patrice Flichy, qui cherche avant tout à développer une passion en la mettant en forme et en scène à travers le format des vidéos, et en la partageant avec une communauté d'individus guidés par la même passion, ou simplement curieux. YouTube est une plateforme qui a répondu au désir de ces auteurs, en leur apportant une plateforme et des outils dédiés à la vidéo, une audience, et possibilité d'évoluer jusqu'à ce que cette passion puisse devenir un métier. Mais gagner sa vie en tant que « YouTubeurs vulgarisateurs » est loin d'être une tâche aisée, en particulier à cause de la plateforme elle-même. Et même lorsque les vidéos produites sur YouTube ne sont pas le métier principal d'une personne, son activité demande rémunération, qu'elle soit « symbolique ou financière » comme le dirait Patrice Flichy : sur YouTube, cette rémunération symbolique se manifeste par le nombre de vues, d'abonnés, en bref, par une croissance observée dans la visibilité de la chaîne. Et cette rémunération symbolique et/ou financière n'est pas toujours au rendez-vous sur YouTube. Ainsi dans cette deuxième sous-partie, nous allons voir quelles relations entretiennent les vulgarisateurs avec la plateforme, quels sont les avantages et les inconvénients qu'ils rencontrent, notamment par rapport aux autres YouTubeurs.

B. Etre vulgarisateur sur YouTube, ou comment naviguer de Charybde en Scylla

a. Travailler à la sueur de sa souris d'ordinateur

⁶⁷ Vidéos de Manon avec le Musée des Augustins à Toulouse : <https://www.youtube.com/watch?v=xuHcXDh-kqs>

et vidéo de Natacha en partenariat avec le Louvres : <https://www.youtube.com/watch?v=LslI6IcPqJM>

⁶⁸ Episode « Figurer le mouvement » de la chaîne « Balade Mentale » réalisé avec le centre ccsti La Rotonde : <https://www.youtube.com/watch?v=FmTKwHuXkR8>

Il ne suffit plus d'être un ado « dans sa chambre, qui se filme avec sa webcam » pour réussir sur YouTube. L'image de facilité longtemps véhiculée par les médias – et encore par YouTube dans son design et son discours – que l'activité de YouTubeur serait celle d'adolescents un peu attardés, un peu asociaux, qui postent des vidéos sur YouTube par ennui ou par « hobby », est désormais désuète⁶⁹. En effet, comme nous l'avons vu plus haut, YouTubeur est aujourd'hui un métier, qui réunit parfois de véritables boîtes de production derrière les écrans (comme *Golden Moustache* ou les *Studios Bagel*). Les vidéos produites par les créateurs sont de plus en plus léchées, voire « professionnelles » et il n'est plus question de se lancer sur YouTube en se filmant « avec sa webcam » : « *Il suffit de regarder les premières vidéos de Nozman, c'est trop marrant. Il a lancé sa chaîne en tout premier, YouTube existait à peine, c'était en 2012, 2011 un truc comme ça. D'un point de vue technique c'est complètement pourri. C'est mal monté, c'est pas écrit, tout est dégueu, sans vouloir... Le mec faisait ça comme ça* »⁷⁰. Pourquoi cette évolution ? Angèle l'explique par l'arrivée de la concurrence, et le nombre démentiel de vidéos téléchargées chaque jour sur la plateforme (300 heures de vidéos chaque minute) : « *maintenant il y a tellement de trucs qui sont uploadés sur YouTube que c'est un peu idyllique que tout le monde puisse réussir, moi à chaque fois qu'une vidéo est postée c'est du temps de visionnage qui est pris, donc forcément c'est difficile* ». Le nombre de YouTubeurs, et notamment de vulgarisateurs, a fortement augmenté ces dernières années et lorsqu'on leur pose la question « *vous considérez vous sur un marché concurrentiel ?* », la plupart des vulgarisateurs que j'ai pu interroger m'ont répondu oui. Seul Natacha et Bruno m'ont répondu par la négative, suggérant que « *c'est pas parce que des gens me regardent qu'ils vont pas regarder Muséonaute*⁷¹ en même temps, je pense qu'on est pas en compétition les uns avec les autres »⁷², autrement dit que les utilisateurs ne vont pas se restreindre sur le nombre de chaînes qu'ils regardent, du moment qu'ils en aiment le contenu.

L'autre aspect qui pourrait expliquer cette hausse de qualité des contenus sur la plateforme est tout simplement l'utilisation d'un matériel plus performant, et plus professionnel : « *La seule difficulté c'est qu'il y a des coûts d'entrée très important sur YouTube, c'est-à-dire que*

⁶⁹ CHAPON Benjamin « Vincent Manilève : “Mettre des vidéos sur YouTube, ce n'est pas un métier viable, les YouTubeurs professionnels sont très rares » le 25 mai 2018, consulté le 7 septembre 2018, URL : <https://www.20minutes.fr/arts-stars/web/2277575-20180525-video-vincent-manileve-mettre-vidéos-youtube-metier-viable-youtubeurs-professionnels-tres-rares>

⁷⁰ Extrait de l'entretien avec Théo, de la chaîne « Balade Mentale » réalisé le 1^{er} mai 2018

⁷¹ Chaîne YouTube de vulgarisation sur l'art : https://www.youtube.com/channel/UCZ17ceLrs_ZzLwx8IrEFkw

⁷² Extrait de l'entretien avec Natacha, réalisé le 24 avril 2018

t'as à la fois le matériel, mais aussi toutes les compétences : tu dois savoir tout faire, tout gérer ou en tout cas tout apprendre »⁷³. Angèle ne s'est d'ailleurs pas lancée sur YouTube les premières années car elle n'avait « *pas le matos pour faire une jolie vidéo bien montée* ». Pour se lancer sur YouTube, il faut déjà avoir un matériel conséquent, qui coûte cher, ainsi que se former à tous les métiers qui utilisent ce matériel : que ce soit les logiciels de montage et d'animation (si certains sont gratuits, d'autres plus professionnels comme Adobe Premier ou Final Cut Pro coûtent plus de 300 euros), des caméras, des trépieds, de la lumière, ou des micros. Le temps des face-cam est bel et bien révolu, du moins, si l'on veut « réussir » sur YouTube, et obtenir de la visibilité.

Mais au delà de cet impératif qualitatif des vidéos produites, la difficulté de faire des vidéos sur YouTube se traduit aussi dans la difficulté de l'activité elle-même : faire des vidéos. Cela demande de maîtriser beaucoup d'activités, dont le montage, le cadrage, l'étalonnage, la prise de son, la communication, le jeu d'acteurs, les connaissances... Dans un entretien à Amandine Jouaux, Léo Grasset (créateur de la chaîne de vulgarisation *DirtyBiology*) se dit être « une boîte de production à une personne », étant obligé de remplir toutes les fonctions d'une telle entreprise, de la rédaction du script jusqu'à la publication de la vidéo sur YouTube, en passant par l'impératif de communiquer sur ces vidéos, pour leur donner de la visibilité. Beaucoup de vulgarisateurs interrogés insistent sur le temps que leur prend chaque vidéo à produire : « *déjà la tête à peine hors de l'eau on arrive à tenir un épisode toutes les deux semaines* » fait remarquer Théo. Et certains se laissent happer par la tâche, en s'y dévouant « corps et âmes » : « *je passe tout mon temps là dedans (...) je bosse beaucoup la nuit sur les vidéos et je dors peu* » me dit Quentin qui est seul à produire ses vidéos, « *ça me prend un temps fou, ça déborde naturellement* » révèle Bruno, alors qu'ils sont deux à travailler sur la chaîne « Le Mock ». Publier une vidéo est loin d'être un simple « hobby », c'est une activité à plein temps si l'on veut prendre de l'ampleur, et gagner des abonnés, même si l'on travaille à côté : « *Bah oui c'est sûr, faire des vidéos ça prend du temps et ça demande beaucoup d'investissement, surtout si tu veux décoller* » confirme Angèle. S'ajoutent à ces contraintes formelles et obligatoires d'autres désagréments moins prévisibles : des commentaires désagréables, voire haineux ou tendancieux, de la part d'utilisateurs⁷⁴. Être YouTubeur n'est pas une activité de tout repos et demande beaucoup d'énergie, ne serait-ce qu'en répondant simplement à la demande de YouTube « Broadcast

⁷³ Extrait de l'entretien avec Bruno, réalisé le 25 avril 2018

⁷⁴ « *ça me saoule qu'on me dise que mon avis c'est de la merde, et que je suis qu'une grosse conne.* » Extrait de l'entretien avec Angèle, réalisé le 19 juin 2018

Yourself » (« Enregistre toi », « Fais ton émission »), et à celle des YouTubeurs, soit d'avoir une certaine visibilité vis à vis de leur travail. Mais YouTube n'est pas qu'une simple plateforme de partage de vidéo, elle est alimentée par des logiques industrielles qui peuvent se révéler être de véritables contraintes pour les créateurs, et spécifiquement pour les vulgarisateurs.

b. YouTube, meilleur ennemi ?

« *Ce sont des conditions de travail à partir du moment où ça marche, parce que c'est dur d'en vivre au début mais qui sont vraiment trop cools* »⁷⁵. C'est à travers cette phrase de Manon qu'on peut retrouver le principal écueil auquel sont confrontés les YouTubeurs, et ici les vulgarisateurs, sur YouTube : la difficulté de se faire « un nom » sur YouTube, et mieux, de vivre de son activité. Les YouTubeurs qui sont regardés et recommandés sur la plateforme ont déjà – bien souvent – plusieurs centaines de milliers d'abonnés au compteur, donnant l'impression que tous les créateurs peuvent atteindre ce seuil de visibilité. Comme nous l'avons vu dans la première partie, YouTube met en valeur cet aspect de simplicité et de facilité de sa plateforme, où tout le monde peut « avoir une voix », or, à en croire les créateurs interrogés, la réalité est tout autre : « *Tout ceux qui sont vraiment un peu impliqué, s'ils n'ont pas vraiment la passion, au bout de moins d'un an de vidéo ils vont en avoir marre parce que leur chiffre d'abonnés va pas suivre !* » me dit Angèle, qui a mis deux ans à passer la « *barre symbolique des 1000 abonnés* ». Quant à Quentin, il comptait 900 abonnés au bout de deux ans avant que deux vulgarisateurs influents (le *Fossoyeur de films* et *Axolot*) ne partagent ses vidéos. Il décrit ses débuts ainsi : « *j'ai partagé le lien à mes amis au début, c'est ce que tu fais, sur Facebook, donc tu as 12 likes, et un mec qui fait "ouais super"* ». On est donc loin des centaines de milliers d'abonnés, et d'une rémunération viable.

Cette difficulté à percer sur la plateforme relève des contraintes techniques et individuelles, comme nous l'avons vu, mais aussi de la plateforme elle-même et de ses exigences : par exemple, le droit d'auteur est un enjeu de taille pour YouTube. Que ce soit des extraits de films, de musiques, ou de jeux vidéo, beaucoup sont utilisés dans des vidéos sans payer de droit aux auteurs. Il suffit de regarder des vidéos chroniques cinéma par exemple, comme celle de la chaîne « *Le Fossoyeur de Films* », « *Les chroniques de Durendal* » ou encore « *In The Panda* » pour voir que ces chroniqueurs utilisent des extraits de films de cinéma ou de

⁷⁵ Extrait de l'entretien avec Manon, réalisé le 6 juillet 2018

séries pour les analyser ou pour donner leurs avis dessus, sans pour autant payer de droit d'auteur. Dans ce contexte le contenu cinéma est utilisé pour parler du film ou de la série en question, on peut donc utiliser l'argument de la « courte citation » mais il arrive que du contenu vidéo ou sonore soit utilisé sans parler de l'œuvre en question. En conséquence, YouTube a mis en place un algorithme pour scanner chaque vidéo lors de sa publication et vérifier qu'il ne s'y trouve pas des extraits de vidéo ou de son soumis à des droits d'auteur⁷⁶. De plus, les vidéos YouTube elles-mêmes sont soumises à des droits d'auteur appelés « Copyright » pour éviter qu'une vidéo soit « volée » et téléchargée de nouveau sur une autre chaîne⁷⁷. Cela permet de protéger les créations des YouTubeurs. Ce robot qui passe sur toutes les vidéos présentes sur la plateforme oblige les YouTubeurs à utiliser des images ou des sons libres de droit, ou alors à payer les droits d'auteurs en question. La vidéo peut être démonétisée, voire même supprimée, si elle utilise du contenu soumis au droit d'auteur. Cela peut affecter les YouTubeurs, et en particulier les vulgarisateurs qui utilisent du contenu soumis au droit d'auteur d'un point de vue pédagogique, pour parler et analyser une œuvre. Mais cela peut aussi créer un regain de créativité : *« le truc des extraits vidéos qu'on peut pas utiliser, les extraits de films, ce genre de chose, ça de temps en temps ça me bride, mais paradoxalement avec toutes leurs règles, il y a certains trucs que je trouve cool comme le fait de pas utiliser des musiques connues on va dire. Donc t'es obligé de chercher des petits artistes, et même dans les bandes son de YouTube, et ça j'aime bien car ça me force à réfléchir à ma bande sonore, et c'est quelque chose que je faisais pas forcément avant »*⁷⁸. Certains vont même jusqu'à « braconner »⁷⁹ les règles de la plateforme en utilisant des extraits vidéos soumis à des droits d'auteurs, mais en faisant en sorte que le robot ne puisse pas la détecter : *« tu es obligé de les [les extraits vidéos] intégrer d'une façon un peu particulière, pour qu'elles soient pas détectées par le robot, qui lui même est hyper.... »*. Bruno révèle ici une technique assez répandue parmi les YouTubeurs pour passer outre les logiques du robot et utiliser ainsi des extraits d'œuvres, et s'affranchir des contraintes de la plateforme, mais aussi des droits d'auteurs.

Une autre logique de la plateforme vient freiner la réussite des YouTubeurs et notamment des vulgarisateurs : la logique de monétisation. Sur YouTube, un YouTubeur peut monétiser

⁷⁶ Article du Blog du modérateur « Droits d'auteur : YouTube change sa politique d'utilisation de contenu tiers dans les vidéos » : <https://www.blogdumoderateur.com/youtube-politique-contenu-tiers/>

⁷⁷ « Les droits d'auteur sur YouTube » : <https://www.youtube.com/intl/fr/yt/about/copyright/#support-and-troubleshooting>

⁷⁸ Extrait de l'entretien avec Angèle réalisé le 19 juin 2018

⁷⁹ Michel de Certeau, *L'invention du quotidien*, Gallimard, 1990, 349 p

son contenu à partir d'un certain nombre d'abonnés et de vues, et une vidéo lui rapportera plus ou moins 1\$ toutes les 1000 vues – mais cela dépend de la période de l'année, du contenu et de la taille de la vidéo, des publicités qui sont choisies pour être diffusées sur cette vidéo, du nombre de publicités présentes au sein de la vidéo, etc. De multiples facteurs qui rendent désormais presque impossible cette charte du 1\$ toutes les 1000 vues. De plus, cette monétisation ne s'applique pas sur les contenus ne correspondant pas au « Programme Partenaire »⁸⁰ et aux « Règlement de la communauté » : des vidéos à caractère sexuel, violent, choquant, incitant à la haine, etc... C'est l'algorithme qui repère si oui ou non les vidéos de la plateforme sont en accord avec ces règles : si ce n'est pas le cas, l'algorithme peut choisir de démonétiser une vidéo, voire de la supprimer. Depuis plusieurs mois, après les différents scandales qui ont secoué la plateforme (celui de Logan Paul et celui sur les vidéos complotistes évoqués plus haut), YouTube a perdu énormément d'annonceurs, qui ne voulaient plus prendre le risque de poster leurs publicités avant ou pendant des vidéos potentiellement pédopornographiques, complotistes ou violentes. La plateforme a donc durci ce règlement et de plus en plus de créateurs voient leur contenu démonétisé : c'est le cas de la plupart des vulgarisateurs qui évoquent des sujets dit « controversés » comme la guerre, le IIIème Reich, la torture, mais aussi des problématiques sur le corps de la femme, la sexualité (mais tout cela d'un point de vue pédagogique), etc. L'association *Les Internettes*, destinée à soutenir les femmes sur YouTube, a d'ailleurs lancé une campagne « #MonCorpsSurYouTube » pour contrer cette « démonétisation systématique »⁸¹ : en effet, plusieurs créatrices, et notamment des vulgarisatrices, avaient observé une démonétisation sur toutes leurs vidéos pédagogiques concernant le corps et la sexualité des femmes. Par exemple Natacha constate que « *certaines de mes vidéos sont démonétisées car on parle de L'Origine du monde, donc "ô mon dieu, on va pas montrer une vulve"* » : le corps de la femme est ici sujet à « censure ». En cas de démonétisation, ou de suppression de la vidéo, le créateur peut faire appel à un jugement humain pour faire analyser sa vidéo : c'est donc un humain qui jugera si l'algorithme a démonétisé la vidéo pour des raisons pertinentes, ou si la vidéo peut être remonétisée. Cependant, cette vérification humaine prend du temps (quelques jours) et une fois que la vidéo est en ligne, toutes les vues qui auront été comptabilisées lorsque la vidéo était démonétisée ne pourront

⁸⁰ Programme de YouTube permettant aux créateurs de monétiser leurs vidéos : <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=fr>

⁸¹ Expression tirée d'un article du Monde « YouTube accusé de démonétiser les vidéos sur le corps et la sexualité des femmes » : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/05/25/youtube-accuse-de-demonetiser-les-vidéos-sur-le-corps-et-la-sexualité-des-femmes_5304753_4408996.html

pas rapporter de rémunération aux vidéastes, ce qui leur fait perdre parfois une grande part de leur revenu. Lorsqu'une vidéo est démonétisée, et ce malgré une vérification humaine, YouTube envoie un message au créateur pour lui dire que sa vidéo ne correspond pas « à la majorité des annonceurs », elle n'est pas « annonceurs-friendly ». Bien qu'une vidéo démonétisée ne soit pas supprimée de la plateforme, elle ne rapporte plus rien à son créateur, et plusieurs d'entre eux ont comparé ce système à une forme de « censure »⁸² : il est toujours permis de parler de tout sur la plateforme, mais seul une certaine forme de contenu pourrait accéder à la monétisation, et ainsi à l'opportunité de vivre de son activité sur YouTube. La question se pose aussi de savoir si l'algorithme de YouTube « efface » de la page d'accueil et de ses recommandations les vidéos démonétisées, mais n'ayant aucune information fiable sur le sujet (les critères dirigeant l'algorithme étant tenus secrets), je ne peux confirmer ou infirmer cette déclaration. Mais ce que l'on peut affirmer, c'est que malgré son discours humaniste et « démocratique », YouTube effectue bel et bien une différence entre ses contenus, offrant une rémunération à certains plutôt qu'à d'autres selon une logique publicitaire. Le métier de YouTubeur est donc réservé à certains créateurs, qui feraient du contenu en accord avec la « ligne éditoriale » de YouTube et de ses publicitaires. Même si la création reste libre et indépendante sur la plateforme, la création rémunérée est contrôlée et est au service des annonceurs, ce qui a un impact évident sur les créations des YouTubeurs qui tentent de vivre de leur activité.

Si cette démonétisation touche tous les YouTubeurs, elle a particulièrement touché les contenus des vulgarisateurs dans une catégorie : les sujets controversés, contraintes floues s'il en est. Les vulgarisateurs abordent toutes sortes de sujets d'un point de vue qu'ils souhaitent pédagogique et distancié la plupart du temps. Par exemple, dans un article de PureBreak, le vulgarisateur Nota Bene s'insurge contre cette politique de YouTube qui a démonétisé l'une de ses vidéos sur la croix gammée :

J'ai ni plus ni moins la confirmation que ma vidéo sur la croix gammée, qui est une vidéo PEDAGOGIQUE, qui a pour objectif de clarifier un point sombre de l'Histoire et ça sans apologie aucune, ne sera PLUS monétisée car Youtube veut rassurer les annonceurs en évitant ce genre de sujet. La solution ? Accepter que mes vidéos sur des sujets pareils soient démonétisées définitivement ou... revoir ma ligne édito pour

⁸² Article de Numerama « YouTube met en colère des Youtubeurs avec sa politique « annonceurs-friendly » : <https://www.numerama.com/pop-culture/192173-youtube-met-colere-youtubeurs-politique-annonceurs-friendly.html>

"coller" plus à l'esprit de Youtube (des tops sur les plus gros boobs de France ? Sur les accidents de manèges ? Des vidéos prank sur ma grand-mère ?) ⁸³

Ici, Natacha Bene critique les logiques publicitaires de YouTube qui favoriseraient un certain type de contenu, au détriment d'autres, malgré le fait que ceux-ci soient respectueux du *Règlement de la communauté* (mais non du *Programme Partenaire*⁸⁴ de YouTube, qui permet aux créateurs de monétiser leurs vidéos). L'article du Monde sur la campagne « #MonCorpsSurYouTube »⁸⁵ évoque aussi nombre de vulgarisatrices traitant des sujets comme les règles, l'avortement, ou les poils, d'un point de vue se voulant pédagogique, dont la rémunération sera désormais impossible car ne correspondant pas à la majorité des annonceurs.

Vulgarisateur comme métier devient une activité de plus en plus instable car soumise aux logiques publicitaires de la plateforme, qui sont en contradiction avec les volontés et les envies de création des vulgarisateurs :

*Je pense que c'est une connerie à l'heure actuelle de vouloir vivre de YouTube, surtout quand on est vulgarisateur. Quand on fait un autre contenu comme des tutos make up, etc, c'est des contenus qui vont continuer à avoir de l'avenir, il y a pleins de sponsors, c'est des choses dont on peut vivre confortablement pendant plusieurs années. Pour moi les vulgarisateurs qui vivent de YouTube, je sais pas quelle longévité va voir leur carrière là dessus, je trouve ça hyper risqué, je suis juste beaucoup trop trouillard pour me dire, allez je me lance dans cette grande aventure qu'est YouTube et on verra bien. C'est pas des revenus stables, c'est un travail de dingue, bon après qui est gratifiant donc je le fais quand même le travail après tout mais... Non, non moi je veux pas vivre de YouTube, ça c'est clair*⁸⁶.

Natacha différencie ici les contenus des vulgarisateurs et ceux des autres YouTubeurs, dont certains seraient plus adaptés à la ligne publicitaire de YouTube car pouvant convenir à des partenariats publicitaires plus facilement. Outre le secteur du maquillage cité par Natacha, on peut constater en effet que, seulement en France et selon le classement du site *SocialBlade*, spécialisé dans l'analyse des données YouTube, les chaînes françaises qui

⁸³ Extrait de l'article de PureBreak « Natacha Bene : le vidéaste en colère contre les "censures" de YouTube » : <http://www.purebreak.com/news/nota-bene-le-vidaste-en-colere-contre-les-censures-de-youtube/135145>

⁸⁴ Présentation du Programme Partenaire de YouTube, consulté le 28 septembre : <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=fr>

⁸⁵ Article du Monde consulté le 28 septembre : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/05/25/youtube-accuse-de-demonetiser-les-vidéos-sur-le-corps-et-la-sexualité-des-femmes_5304753_4408996.html

⁸⁶ Extrait de l'entretien avec Natacha réalisé le 24 avril 2018

rappellent le plus traitent du jeux vidéo (la chaîne de Squeezie et Cyprien)⁸⁷, un thème qui peut parfaitement convenir aux annonceurs de ce secteur et qui correspond aussi aux *Programme Partenaire* de YouTube. Mais aucun vulgarisateur ne se trouve dans ce classement. Dépendre de YouTube financièrement parlant est donc un choix ardu, voire suicidaire pour les vulgarisateurs : certains, comme Natacha, ont choisi de ne pas faire de YouTube leur activité principale et d'avoir un autre métier à côté, tout en espérant pouvoir gagner la moitié de leur salaire grâce à YouTube « *j'aimerais bien pouvoir en vivre à temps partiel, voilà pouvoir travailler à côté de ça, avoir mon travail à temps partiel, YouTube à temps partiel ce serait, je trouve, un super équilibre* ». D'autres font le choix de ne pas faire dépendre leurs revenus de la plateforme en s'inscrivant sur des plateformes de dons et en demandant à leur communauté de donner s'ils ont envie de les soutenir : *Tipeee*, *Patreon* ou encore *Utip* sont des plateformes de dons en ligne très prisées par les vulgarisateurs car cela leur permet de ne pas dépendre de YouTube pour leur revenu, tout en pouvant continuer à faire des vidéos sur la plateforme. Les « viewers » peuvent faire un don financier, à partir de 1 euro, aux créateurs qu'ils veulent soutenir. Il est aussi possible pour les viewers de regarder des publicités (notamment via *Utip*) ce qui rapportera quelques centimes aux créateurs. Tous les vidéastes interrogés lors de mes entretiens utilisaient une de ses plateformes de dons, et certains dépendaient entièrement d'elles : pour Quentin, le *Tipeee* lui a permis de se consacrer entièrement à son activité sur YouTube « *C'est ouf d'être à plus de 50 000 abonnés, j'en reviens pas. Ça a permis de faire exister le tipeee, qui fait que du coup ça a changé ma vie, et là j'arrête mon taf le 8 juillet et après ne faire plus que ça* ». D'autres encore choisissent de favoriser les potentiels partenariats avec des institutions pour vivre. Théo explique son modèle économique rêvé, qui ne dépendrait pas de YouTube mais bien des institutions de vulgarisation : « *ce que j'aimerais dans l'absolu c'est une institution qui nous mécène, je bosse pour eux, et la chaîne est à eux entre guillemets, on met du contenu dessus, mais qu'ils ne viennent pas dégommer la ligne éditoriale* ».

Cette volonté de s'éloigner de la plateforme, pour ne pas dépendre de son modèle économique et pour rester indépendant, est un choix fortement répandu parmi les vulgarisateurs. L'argent étant le nerf de la guerre, c'est via des choix financiers que s'exprime l'indépendance des vulgarisateurs par rapport à YouTube. Par bien des manières, les vulgarisateurs se retrouvent coincés entre leurs exigences et celles de YouTube, qui ne

⁸⁷ Article de Slate « *Cyprien, Norman, Rémi Gaillard, Squeezie... Les cinq Youtubeurs français (qui pourraient être) les plus riches* » : <https://www.slate.fr/life/84475/qui-sont-youtubeurs-les-plus-riches>

s'expriment pas seulement via la monétisation. Dans cette troisième partie, j'étudierai les discours ambivalents des vulgarisateurs sur YouTube et ce par rapport à leurs créations, mais aussi la position tout aussi ambiguë que campe YouTube vis à vis des vulgarisateurs. Cette hésitation, cette impression « d'avoir le cul entre deux chaises » se fait aussi nettement ressentir dans le produit fini des vulgarisateurs, leurs vidéos ou autrement dit leurs créations, que j'étudierai.

PARTIE 3 : La création sous la logique d'un robot. Un discours ambivalent sur la création, de la part de YouTube autant que des vulgarisateurs.

Si, au commencement de mon travail sur ce mémoire, j'ai choisi d'étudier l'impact de l'algorithme sur les créations des vulgarisateurs, c'est parce qu'il me semblait intéressant de voir comment une machine mystérieuse, un algorithme de deep-learning qui s'auto-construit sur des critères inconnus, pouvait influencer des créations. Puis j'ai commencé mes entretiens et en discutant avec des vulgarisateurs, je me suis peu à peu rendu compte que le mystère entourant cet algorithme rendait son étude difficile, puisque je ne pouvais m'appuyer sur aucune donnée certaine, à part des impressions et des rumeurs. J'ai alors préféré étudier les logiques d'éditorialisation de la plateforme, qui comprenaient en plus des logiques algorithmiques, les logiques industrielles, financières et marketing. Puis, je me suis demandée si cette méconnaissance qui entoure l'algorithme n'était pas symbolique de cette « influence » que pourrait avoir les logiques robotiques sur le travail créatif humain. Elle serait synonyme de l'impossibilité, pour un être humain, de comprendre des logiques robotiques. L'être humain devient le captif de ces logiques, balloté par des logiques qui le dépassent : un peu comme dans un roman de science-fiction où l'être humain aurait été dépassé par la machine, et serait même devenu son esclave. Cependant, on est encore loin de ce scénario catastrophe : bien que les créateurs, et spécifiquement les vulgarisateurs ne savent pas quoi espérer de l'algorithme et sont obligés de soumettre leurs créations à un robot, ils le font en toute conscience et tente de créer leur propre logique de création en oubliant celle de l'algorithme – avec quelques difficultés. Ce phénomène montre surtout une absence de communication entre les deux parties responsables de la création : la plateforme YouTube et les vulgarisateurs. Les vulgarisateurs n'ont pas accès aux rares personnes qui connaissent les logiques algorithmiques de la plateforme, et même s'ils pouvaient leur parler ces personnes ne pourraient leur communiquer en raison du secret de fabrication de l'algorithme. De plus, si le secret de l'algorithme était communiqué à tous, cela pourrait créer de véritables dérives sur la plateforme, tout le monde sachant comment et par quels moyens se faire recommander : ces « failles » dans l'algorithmes sont parfois repérées par les créateurs, qui les utilisent alors à leur avantage pour obtenir une grande visibilité sur YouTube. La plateforme n'a donc aucun intérêt à dévoiler sa mystérieuse recette algorithmique.

Il y a aussi le fait que s'ils disent des trucs qu'ils savent, ça peut être retourné contre eux. Le coup de mettre un pouce bleu avant la vidéo, dès qu'il y en a qui ont remarqué que ça faisait monter leur vidéo, tout le monde l'a fait et ça a fait une dérive, il y a des mecs qui ont été propulsés sur YouTube grâce à ça. Parce que dès le début ils mettaient un pouce bleu, et ça c'était une "faille" de l'algorithme, alors que des trucs comme ça il y en a pleins.⁸⁸

Nous allons donc étudier ici comment les vulgarisateurs tentent de se libérer de l'épée de Damoclès que peut représenter l'algorithme de la plateforme, et comment un double discours s'installe autour de cet élément : les vulgarisateurs à la fois voulant faire une création en oubliant les contraintes de l'algorithme et en même temps en essayant de les prendre en compte malgré tout.

A. Le double discours des vulgarisateurs et de YouTube vis à vis de la création

a. Etre sincères – et visibles – à tout prix :

Nous avons pu voir dans les précédentes parties que YouTube, bien que se racontant comme une plateforme ouverte à tous, à toutes les voix, et à toutes les créations, était conduit par des logiques publicitaires et industrielles qui effectuaient un tri parmi les créations présentes sur la plateforme. Ce double discours peut se retrouver aussi chez les vulgarisateurs, qui naviguent difficilement entre leurs envies et rêves de créations totalement libres, et ce qu'ils font dans la réalité, qui est soumis aux logiques d'éditorialisation de la plateforme, et à ses publics. Lors de mes entretiens, j'ai pu noter plusieurs affirmations faites par ces vulgarisateurs, qui étaient parfois contredites, ou du moins partiellement remises en question, par d'autres de leurs réponses. Et bien que certaines de ses affirmations ne soient pas foncièrement contradictoires, elles me sont apparues comme entrant en concurrence par rapport au processus de créations revendiqué par ces créateurs.

« Venez comme vous êtes » : ce célèbre slogan de la firme McDonald pourrait totalement être repris par YouTube, et devenir l'étendard des vulgarisateurs. Tout au long des entretiens que j'ai pu faire avec des « YouTubeurs vulgarisateurs », j'ai pu constater qu'ils accordaient

⁸⁸ Extrait de l'entretien réalisé avec Cyrus, le 25 juin 2018

une grande importance à la sincérité de leur démarche, ainsi qu'à leur envie d'originalité. Beaucoup d'entre eux ont mis en avant leur implication dans leur démarche, qui serait un facteur de réussite pour leur projet : *« je fais le truc le plus honnêtement de la terre, je fais ce qui me plaît, je le fais pas pour le nombre de vues »*⁸⁹, ou encore *« je me dis qu'il faut être comme ça devant la caméra, faut être soi même »*⁹⁰. Être soi-même et faire ce qu'on aime sont devenus les ingrédients indispensables de la recette pour faire un bon YouTubeur, et notamment un bon vulgarisateur. En tapant sur la barre de recherche de YouTube « se lancer sur YouTube » j'ai pu constater qu'il existait énormément de vidéos donnant des conseils pour devenir YouTubeurs, comme celle d'Antoine Daniel⁹¹ – dont le premier conseil est de faire « ce qui nous plaît » – ou encore celle de Solange Te Parle⁹² qui prône aussi la sincérité, parmi d'autres conseils. Cet impératif d'honnêteté est souvent utilisé pour dire que le créateur n'est pas là « pour faire des vues » ou pour « gagner des abonnés » : être sincère s'est faire quelque chose pour soi, pour le plaisir de parler de quelque chose qu'on aime. Cela rejoint aussi cette idée que le vulgarisateur captive son auditoire par ce qu'il raconte mais aussi par sa propre personnalité : *« sur YouTube, on apprécie avant tout des personnes, au delà des contenus. C'est d'abord le contenu qui t'intéresse, puis c'est vraiment la personne qui te fait revenir »*⁹³. Il suffirait donc d'être soi, d'être là, pour attirer les gens : aucun besoin de marketing, on est soi-même le meilleur argument. Or, si ce conseil peut être pertinent, nous avons vu dans les parties précédentes qu'il en faut bien plus pour attirer un public sur une chaîne, et que le marketing est partie prégnante de la plateforme. Et si les vulgarisateurs mettent en avant cet aspect de leurs chaînes, ils ne sont pourtant pas dupes du système de YouTube et de la limite de cet argument : Cyrus l'affirme *« un bon créateur c'est un bon marketeur »*. Et Bill Wasik appuie cette particularité de YouTube, qui permet à n'importe qui d'utiliser ces techniques marketing :

Après avoir été si longtemps la cible d'un marketing culturel divers et sophistiqué, les consommateurs disposent maintenant d'outils leur permettant de se vendre eux-mêmes et ils le font avec enthousiasme. [...] Vous bloguez, photographiez et enregistrez précisément pour être lus, vus ou écoutés par d'autres. Vous surveillez, intriguez et promouvez, exactement comme la culture d'entreprise aveuglée par l'idée de succès vous l'enseigne depuis des années. [...] Vous devenez conscient de vous-même comme

⁸⁹ Extrait de l'entretien avec Quentin réalisé le 8 mai 2018

⁹⁰ Extrait de l'entretien avec Angèle, réalisé le 19 juin

⁹¹ Vidéo d'Antoine Daniel « 20 conseils pour devenir YouTubeur » : <https://www.youtube.com/watch?v=nFBMiGDwwTg>

⁹² Vidéo de Solange Te Parle « 50 conseils pour YouTubers » : <https://www.youtube.com/watch?v=wktHoYHpKxs>

⁹³ Extrait de l'entretien avec Bruno, réalisé le 25 avril

*un personnage de théâtre, comme une personne publique qui porte un message. Vous acquérez, en fait, la mentalité des médias.*⁹⁴

Ce n'est pas le système de YouTube qui a inventé le marketing et la nécessité de donner de la visibilité aux œuvres si elles veulent trouver leur public, mais elle en a fait un outil de masse. Et comme le dit Théo lors de l'entretien « *je me suis que sur YouTube, tu crées un truc et après il y a personne, aucune interface qui te dit on te publie ou pas. Bon c'est plus trop vrai maintenant, il faut faire de la com, et sans com et sans relais ça devient de plus en plus difficile* ». Etre soi-même est une chose, mais cela est loin de suffire, il faut aussi savoir montrer ce soi, se donner de l'espace et de la visibilité. Bien que ces deux idées ne soient pas antinomiques (être sincère tout en se donnant de la visibilité) elles paraissent quelque peu en mises en contradiction par les vulgarisateurs qui veulent à la fois montrer la simplicité de leur motivation tout en voulant faire des vues, et se conformer aux impératifs de la plateforme (ici faire des vues, faire de la communication, pour exister).

b. « Soyez-vous même, les autres sont déjà pris », ou la nécessité d'être original

Etre sincère va souvent de paire avec « être original » pour les vulgarisateurs : tous disent avoir un style bien à eux, et veulent se démarquer des autres.

*Il y a aussi cette idée d'être original dans tout ce que tu fais, à un toute petite échelle, de dire : tiens ça, ça me ressemble et j'ai pas l'impression de faire comme tout le monde. C'est trop inconfortable de faire comme tout le monde, c'est beaucoup plus pratique de faire ton truc. Les gens vont juste te dire : ok pourquoi pas, ça me parle pas, mais ils vont pas te dire : tu fais comme machin c'est de la merde. Autant faire ton truc et avancer dans l'obscurité, tu auras toujours plus de chance d'être dans ton honnêteté et c'est ça qui touche les gens. Tiens c'est YouTube mais j'ai pas l'impression de regarder un mec qui a compris comment faire pour que ça marche, et qui me sert le soupe.*⁹⁵

L'originalité et la sincérité semblent être liées ici, dans cet extrait de l'entretien réalisé avec Quentin, car c'est de ces deux concepts que dépend l'appréciation du public, et d'une certaine manière de la qualité des productions. Faire comme tout le monde revient à « faire de la merde », faire quelque chose qui a déjà été vue des milliers de fois et qui ne mérite pas l'attention du viewers. Mais « être original » est un concept qui reste assez flou : il se définit

⁹⁴ CARDON Dominique (dir.), *Internet et réseaux sociaux*, Paris, La Documentation française, coll. Problèmes politiques et sociaux, 2011, p.72

⁹⁵ Extrait de l'entretien réalisé avec Quentin le 8 mai 2018

par ce qu'il n'est pas, soit « ce que font les autres ». On est original parce qu'on sort de la norme, parce qu'on est pas comme les autres, et c'est une situation qui est très prisée par les vidéastes, car cela leur permettrait de sortir du lot des milliers de vidéos de la plateforme : « *Et donc oui je me compare avec les autres sur Internet et je me dis que j'ai bien mon style à moi, mais après c'est normal, je pense pas que tu ais envie d'imiter quelqu'un* » me dit Angèle lors de l'entretien. Car il existe un très grand nombre de vidéos similaires sur la plateforme, autant du point de vue de la forme que du fond : dans l'onglet des « Tendances », sur YouTube, on peut voir les vidéos les plus populaires être assez semblables. La plupart des vidéos ont un titre écrit en majuscule, des points d'exclamations ou d'interrogations, parfois des Hashtag. Au niveau des formats, on voit beaucoup de « Top » dans les tendances, mais aussi des « Unboxing » (qui consiste à débiller le contenu d'un carton/boîte devant ses abonnés), des « Vlog » (qui sont des vidéos de la vie quotidienne d'un YouTubeur), etc. Comme le dit Vincent Manilève dans un article d'Usbek & Rica « *pour se démarquer, il faut faire comme la masse* »⁹⁶, et c'est pour cela qu'autant de formats sont repris sur YouTube, c'est parce que ce sont des formats qui fonctionnent, et qui sont souvent présents dans les Tendances. Les vulgarisateurs cherchent à s'éloigner de ces formats pour trouver « leur vérité », tout en étant tentés de les reproduire aussi : « *j'ai fait des Top 10, même si c'est pas vraiment des Top 10, je regrette un peu car c'est un format un peu pauvre, qui a déjà été beaucoup fait, enfin je trouvais pas vraiment mon identité là dedans* ». Quentin reconnaît ici avoir essayé ces formats en vogue tout en rejetant ce procédé qui ne correspond pas à son identité. On a donc ce double discours, ce double comportement, bien présent ici.

Pourtant, tous sont influencés par ce qui se trouve sur la plateforme : « *On a pas d'influences dominantes même s'il y en a forcément puisque ça ressemble à tout ce qu'on voit sur Youtube* » me dit Natacha lors de l'entretien. De la même façon Cyrus North s'inspire des formats qu'il a vu sur d'autres chaînes et qu'il a aimé pour les faire aussi, à sa manière, sur sa chaîne :

Les autres créateurs, parce qu'ils donnent des idées, tu vois des trucs tu te dis "ah c'est cool, j'aime bien, j'ai envie de faire ça aussi, j'ai envie de tester". Genre typiquement, quand je me suis lancée, c'était Norman : quand je l'ai vu je me suis dit que c'était cool. Ce serait marrant qui ferait ça en parlant de philo. Ou quand j'ai vu le premier documentaire de DirtyBiology je me suis dit que c'était cool aussi, j'aimerais bien faire un truc semblable. Ou alors quand j'ai vu la chaîne Vox au Etats-Unis, j'aimais bien

⁹⁶ Article d'Usbek & Rica, consulté le 2 octobre 2018 : <https://usbeketrica.com/article/sur-youtube-pour-se-demarquer-il-faut-faire-comme-la-masse>

*aussi quand ils racontaient les trucs, je trouve ça bien fait, bien construit, c'est propre.
Tu te nourris vachement de ça.*

On peut voir que les vulgarisateurs ont plusieurs références dont ils s'inspirent (que ce soit pour faire comme cette source d'inspiration, ou justement se construire en opposition par rapport à elle), et sont dans une certaine logique de mimétisme, bien que chacun revendique sa différence par rapport à l'objet d'inspiration.

c. Une recherche de soi à tâtons

A travers ces différents comportements et témoignages, mais aussi en observant les vidéos sur YouTube, on peut voir que les vulgarisateurs procèdent plutôt par tâtonnement pour trouver leurs styles, et oscillent entre désir d'originalité et la normalité (c'est-à-dire les normes fortement conseillées, voire imposées, par YouTube), l'une offrant une satisfaction personnelle certaine, l'autre pouvant offrir une gratification de la part des utilisateurs et de la plateforme par les vues, les likes, les abonnements, etc. Ce tâtonnement se voit dans la recherche des vulgarisateurs pour trouver « leur format », ou « leur style » par lequel ils se définissent. Pour sa chaîne « C'est une autre histoire », Manon dit s'être inspirée de certains codes YouTube, tout en laissant tomber d'autres codes :

Oui il y a pleins de codes et tout, que tu choisis de respecter ou non, t'es pas obligé, parce qu'à la fois il y a des codes YouTube c'est clair, et à la fois il y a une variété incroyable : il y a pleins de gens, pleins de formes différentes qui existent quand même. Juste dans le domaine de la vulgarisation, entre mon style qui répond à certains codes YouTube, avec beaucoup de jumpcut, des blagues... je sais pas, un peu « YouTube », et tu prends un autre extrême de forme style Nota Bene ou Axolot, qui sont d'autres styles, un peu plus classiques pour le coup, tu peux vraiment avoir un panel assez large. Oui il y a des codes mais tu peux t'en affranchir quand même.

Ces « codes », qui peuvent apparaître comme une notion très large et floue, englobent tout ce qui peut faire la particularité d'une vidéo, comme son ton, son montage (plus ou moins rapide, avec des « cut » rapides ou non), l'humour plus ou moins présent, l'usage de GIF ou de références à certains films à travers de courtes vidéos, la manière de parler, la musique utilisée, le thème de la vidéo, son titre, le format de sa miniature etc. Ils permettent à chacun d'avoir une identité propre par laquelle on le reconnaît et le démarque des autres. Dans son article « L'écriture nativement numérique, de Twitter à YouTube : pour une approche non-conversionnelle des processus créatifs » Julien Longhi emploie le terme « codes YouTube »

qui participent, selon lui, à la création de vidéos spécifiques, qu'on peut reconnaître en tant que « vidéos YouTube » :

Il ne s'agit pas d'une interface qui héberge des vidéos quelconques, mais d'une plateforme qui définit des codes, des pratiques, des formats, mais aussi un genre (au sens textuel) et un style (...) une vidéo YouTube inclut pour le/la youtubeur/euse comme pour les spectateurs/trices un ensemble de normes et d'attentes que nous avons entrevues (qualité, humour, ton, interactivité, etc.)⁹⁷.

Voir une vidéo sur YouTube, c'est donc s'attendre à un certain format, à un ton, etc. Ces codes sont créés sur la plateforme par des créateurs, qui sont ensuite repris par d'autres créateurs, qui sont plus ou moins aimés par les utilisateurs, et ainsi plus ou moins recommandés par l'algorithme. La plateforme n'a rien créé d'elle-même, elle n'a pas imposé ce style dès sa construction en 2005, ce sont ses utilisateurs et ses créateurs qui ont créé des usages qui se sont peu à peu imposés comme normes.

Les vulgarisateurs reprennent donc certains de ces codes, ou en rejettent d'autres : Manon a voulu s'éloigner du format « émissions France 5 (...) avec la musique médiévale en fond sonore et un décor avec un globe sur le bureau », et pour cela elle utilise une musique hiphop, un parlé courant « comme si je parlais aux potes » et un décor en extérieur. De la même manière, Angèle a voulu parler du manga sur YouTube en se démarquant des plus gros YouTubeurs qui parlaient du manga sur la plateforme :

Je me suis peut être construite en opposition des gens qui présentent les mangas : dans le YouTube manga, mais je dirai qu'il y a un peu deux types de personnes. Il y a soit des gens qui vont juste présenter ce qu'ils aiment, ou faire des tops, et de l'autre côté il y a plus des gens qui analysent les œuvres. Et dans les gens qui analysent, y'a pas de filles, et voilà moi je voulais vraiment creuser certains éléments de la culture manga, ou de la culture japonaise liée au manga parce que comme le manga est très relié à la politique japonaise, il y a pleins de trucs à dire intéressants, de mon point de vue du moins.

Ainsi, un certain nombre de codes YouTube se retrouvent ou non dans les vidéos des vulgarisateurs, qui ont aussi su créer leurs propres codes, en utilisant certains codes présent sur la plateforme, en en délaissant d'autres, et parfois en faisant une utilisation plus ou moins ironique de certains codes. Le « putaclic » est un exemple d'utilisation détournée, et souvent ironique, des codes YouTube par les vulgarisateurs. Le putaclic est une manière de formuler un titre, de créer une miniature, ou d'employer une formulation qui a pour but premier d'attirer le regard de l'utilisateur, quitte à être mensonger. En anglais, le mot se

⁹⁷ Julien Longhi, « L'écriture nativement numérique, de Twitter à YouTube : pour une approche non-conversionnelle des processus créatifs », *Le français aujourd'hui* 2018/1 (N° 200), p. 43-56. □

traduit par « clikbait » qui signifie « pousser au clic » ou « piège à clic » avec une appréciation péjorative du mot⁹⁸. Le putaclic est utilisé par certains YouTubeurs pour faire des vues, pour créer le buzz, et c'est une pratique qui a été plutôt critiquée par les vulgarisateurs lors de mes entretiens : *« j'ai déjà fait des titres débiles, mais c'était plus pour me moquer des titres putaclic, sinon c'est pas trop mon intérêt, je préfère que quelqu'un tombe sur cette vidéo car il cherchait le sujet en question, plutôt que parce qu'il était attiré par un titre stupide qui lui a donné envie de cliquer »*⁹⁹. Outre le fait que la pratique du putaclic est critiquée par la vulgarisatrice, on voit bien que c'est une pratique, un « code », qui fait partie inhérente de YouTube, et qu'elle est utilisée, quel qu'en soit la façon.

Les vulgarisateurs, bien qu'ayant la volonté de se démarquer des autres YouTubeurs, utilisent les mêmes codes qu'eux, et ils sont pris dans les logiques de la plateforme sans pouvoir réellement s'en détacher. En effet, en analysant un peu plus la réponse d'Angèle (ci dessus) et en interrogeant Natacha sur la pratique des putaclic¹⁰⁰, je me suis rendue compte que ces pratiques, bien qu'elles soient critiquées, sont utilisées et ce parfois au premier degré, sans volonté de parodie ou d'ironie derrière. Par exemple, Natacha utilise le putaclic pour tenter d'avoir plus de visibilité, sans vraiment y parvenir, du moins sans en mesurer véritablement les effets. Ainsi, ce « tâtonnement » évoqué un peu plus haut dans la recherche de chaque vulgarisateur pour trouver son style peut aussi s'apparenter à un tâtonnement pour obtenir de la visibilité. Le mot « tâtonnement » me paraît particulièrement approprié pour désigner cette recherche car il met en lumière le fait que les vulgarisateurs avancent à tâtons, dans la pénombre, sans vraiment voir si leurs actions ont un impact et sans vraiment comprendre les mécanismes qui englobent celles-ci. Par « mécanismes » j'entends les critères de la plateforme pour structurer les vidéos, soit les logiques d'éditorialisation que nous mettons en avant depuis le début de ce mémoire, mais aussi et surtout les logiques algorithmiques, dont nous parlerons dans cette dernière sous-partie. Car ces logiques étant en grandes parties inconnues, il est intéressant d'étudier quel est le lien entretenu par les

⁹⁸ Vidéo « Le putaclic » par Absol Vidéos » consulté le 7 octobre 2018 :

https://www.youtube.com/watch?time_continue=177&v=Fr-PoV4rI9U

⁹⁹ Extrait de l'entretien avec Angèle réalisé le 19 juin

¹⁰⁰ Entretien réalisée avec Natacha le 24 avril 2018 : *« je le (le putaclic) fais un petit peu mais honnêtement je suis nulle pour ça, donc euh... voilà de temps en temps je mets des trucs en lettres majuscules, on m'a dit que c'était bien donc je le fais (rire), après j'essaye pas plus que ça et l'algorithme honnêtement j'ai complètement arrêté de me renseigner car... j'ai l'impression que ça change tout le temps, qu'on sait jamais exactement, tu entends des bruits, genre des qui te disent "si tu monétises pas tes vidéos elles sont moins bien répertoriées", d'autres gens qui disent "mais non ça change rien", au bout d'un moment je comprenais tellement plus rien que j'ai un peu décroché de tout ça »*

YouTubeurs, et spécifiquement les vulgarisateurs, avec l'algorithme. Soit de voir comment ces créateurs produisent du contenu sur une plateforme régit par un robot aux pensées mécaniques.

B. Créer sous la logique d'un robot : quelles conséquences ?

a. L'algorithme en question

Lorsque j'ai commencé à réfléchir à mon sujet de mémoire – il y a quelques mois déjà – j'étais persuadée que l'algorithme avait une influence concrète sur les créations des « YouTubeurs vulgarisateurs », qu'à un moment ou un autre, les vulgarisateurs se conformaient à des diktats formulés par la plateforme. Mais c'était sans compter une vérité que j'avais trop peu prise en compte : l'algorithme est et reste quasiment inconnu. C'est un secret industriel bien gardé par Google car c'est de lui dont dépend la réussite de la plateforme YouTube. Et la réussite de la plateforme passe en grande partie par son système de recommandation de vidéo, structuré par ce fameux algorithme. Il est donc difficile de savoir si les logiques algorithmiques de la plateforme influencent réellement les créations des vulgarisateurs, puisque ceux-ci ne savent pas, ou trop peu, à travers quelles règles, quels outils ou quelles obligations s'incarneraient cette influence. Pourtant, à la question « penses-tu que l'algorithme influence ton travail ? » quasiment tous les vulgarisateurs interrogés m'ont répondu que l'algorithme avait bel et bien une influence, mais que celle-ci était souvent partielle, limitée, voire parfois minime, et que les créations n'étaient jamais pensées en premier lieu pour l'algorithme : « *oui, ça m'influence, ça va pas drastiquement changer mon contenu mais je le prends en compte. Forcément* »¹⁰¹. On peut remarquer à nouveau ce double discours des vulgarisateurs sur les règles et conventions de la plateforme, à la fois acceptées et rejetées, en partie respectées et en partie délaissées. Tout d'abord, nous allons étudier comment les vulgarisateurs tentent de comprendre et d'appliquer certaines rumeurs concernant l'algorithme, ou tout simplement en respectant plus ou moins certaines informations données par YouTube sur celui-ci. Par exemple, Natacha a pensé un de ses titres en prenant en compte une rumeur sur l'algorithme sur la présence de chiffre dans le titre d'une vidéo :

¹⁰¹ Extrait de l'entretien réalisé avec Cyrus le 25 juin 2018

Il y a un moment, quand j'avais vraiment envie que ça marche mieux YouTube pour trouver du boulot derrière, où je m'étais renseignée un peu, c'est le moment où j'ai créé les 3 coup de pinceaux, et j'ai voulu que ça commence par un chiffre parce que la légende à cette époque c'était de dire que si le titre de ta vidéo commençait par un chiffre tu étais mieux répertorié. C'est le seul truc franchement qui m'a.... où la j'ai essayé de faire un truc en fonction de l'algorithme

Outre le titre, la vignette peut être influencée par ces logiques, notamment pour Théo qui veut « une punchline » pour attirer les gens à cliquer sans que « ce soit mensonger » (pour ne pas tomber dans le putaclic...) car la vignette « c'est le premier truc que les gens voient » donc il faut « qu'elle donne envie »¹⁰². Il y a donc toute une réflexion derrière un simple titre, ou une vignette, car ils représentent la première vitrine d'une chaîne et ils doivent répondre à cet impératif de visibilité, de faire du clic, d'exister aux yeux des utilisateurs sur la plateforme. Cet impératif a beau répondre à un simple besoin marketing, présent ailleurs que sur YouTube, il est exacerbé par la plateforme qui donne énormément d'importance au nombre et à la quantité, et qui ne met en avant que du contenu déjà vu plusieurs milliers de fois par les utilisateurs. De la même façon, YouTube incite dans plusieurs de ses formations données sur la plateforme YouTube Creator d'être « régulier », que ce soit dans son rapport à sa communauté ou dans la publication de ses vidéos¹⁰³. C'est dans cette optique là que Cyrus, Quentin ou encore Théo ont pensé plusieurs de leurs émissions, consciemment ou non. Par exemple, Cyrus a pensé son format « T' imagine Si » en pensant au taux d'engagement et à la facilité du format, ce qui lui permettrait d'en publier régulièrement :

Il y a un format que j'ai fait un peu dans ce sens là, qui est un format où je me dis : ok, il me faut un truc, qui est facile à faire, comme ça je peux en faire pleins, et qui crée un engagement de ouf, avec pleins de commentaires, comme ça la vidéo est bien référencée. Et ça a donné "T'imagines si" que j'ai grave kiffé

Ici, le format imaginé par Cyrus semble être à la croisée des chemins entre création personnelle et besoin de répondre à des impératifs de référencement. Quentin a aussi cherché à faire un format moins long, pour en avoir un « un peu plus ramassé, et qui me permette de parler de choses plus transversale ». Et enfin Théo qui cherche à faire des « formats plus légers », « pour alimenter l'algorithme », car les formats déjà présents sur la chaîne sont « plus lourds à monter »¹⁰⁴. On peut voir par ces différents exemples que l'influence des logiques algorithmiques se manifeste exclusivement dans la forme de la vidéo, et non sur le

¹⁰² Extraits de l'entretien avec Théo réalisé le 1^{er} mai

¹⁰³ YouTube Creator, recherche « publier régulièrement » dans les formations : <https://creatoracademy.youtube.com/page/search?v4=&hl=fr&q=publier+régulièrement>

¹⁰⁴ Extraits de l'entretien avec Théo réalisé le 1^{er} mai

fond, qui constitue le cœur du travail du vulgarisateur. Les « YouTubeurs vulgarisateurs » essayent, en tâtonnant, de trouver un format, un horaire de publication, un titre ou une vignette qui permettent de faire plus de vues. Certains vont même jusqu'à « *jouer avec l'algorithme* », comme me le dit Angèle lors de l'entretien : cette étrange expression reste aussi floue pour les vulgarisateurs que pour moi-même, mais elle donne l'impression que les YouTubeurs pourraient deviner quels sont les critères pour qu'une vidéo deviennent « tendance » à un moment précis. Mais ils n'ont que peu de moyens de constater si leurs méthodes sont les bonnes, et j'ai pu constater qu'ils abandonnent très vite ces essais, ce qui peut potentiellement jouer en leur défaveur. Cet abandon peut avoir plusieurs causes, tout d'abord car cela ne correspond pas à leurs envies de création, car ils ne voient pas les conséquences de leurs actions, mais aussi par colère, car ils se sentent contraints par la plateforme et par son algorithme, dont ils ne connaissent pas les critères.

Suivre la ligne éditoriale mystérieuse de l'algorithme, c'est se rendre vulnérable à ses changements, ses évolutions et ses contraintes, cela veut dire obéir aux logiques de masse, de nombre, qui régissent YouTube : demander des likes, des partages, de la vue aux utilisateurs qui sont la clé de l'algorithme. Bien que personnes ne sachent sur quels critères se fonde l'algorithme pour recommander des vidéos, YouTube donne certaines informations par rapport à celui-ci sur son site :

Nos systèmes n'ont aucune préférence quant au type de vidéos que vous créez. Aucun format n'est favorisé. En revanche, ils essaient de suivre le comportement des spectateurs au plus près, en tenant compte, entre autres, des éléments suivants : Contenu visionné, Contenu non visionné, Temps passé à regarder des vidéos, Mentions "J'aime" et "Je n'aime pas", Commentaires "Pas intéressé"¹⁰⁵.

Ce qui est le plus regardé sur la plateforme deviendra ce qui sera le plus recommandé par l'algorithme : « *Il y a un moment, si les vlogs marchent sur YouTube c'est que les gens kiffent les vlogs. C'est ça la vérité* »¹⁰⁶. Ainsi, s'il choisit de plaire à l'utilisateur, le créateur – et ici le vulgarisateur – s'assurent une certaine visibilité et une possible recommandation de la part de l'algorithme. On peut voir aussi que le « Like » ou le « Dislike » (autrement appelé « pouce bleu » et « pouce rouge »), ainsi que les commentaires sont importants dans l'évaluation d'une vidéo par l'algorithme. Ces éléments peuvent aussi mettre à mal cette

¹⁰⁵ Extrait de la page YouTube Creators « Formation : Améliorez votre visibilité » :

<https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/discovery?cid=get-discovered&hl=fr#strategies-zippy-link-1>

¹⁰⁶ Extrait de l'entretien avec Cyrus réalisé le 25 juin 2018

« originalité » des vidéastes, et leur envie de se démarquer, notamment dans les formules de fin utilisées par les créateurs, les fameux « lâche un pouce bleu » et « abonne-toi » au début et/ou à la fin de chaque vidéo. Ces formules exaspèrent un certain nombre de vulgarisateurs que j'ai pu interroger, dont Théo : « *il commence par dire "si tu aimes mon travail lâche un pouce bleu, partage la video", c'est quoi cet espèce de truc où t'es constamment obligé de dire "abonne toi" »*, et cela parce qu'il se sent obligé de mettre ses phrases, de faire comme tout le monde, de demander de la visibilité à son auditoire. Lorsque je lui ai demandé si lui aussi disait ces phrases, il m'a répondu de manière assez flou : « *Nous on a fini par le dire des fois, maintenant je le dis plus, j'en reviens, je me dis fuck, mais tous quelque part on le dit "pense à lâcher un pouce, pense à partager" »*. Il y a donc bien ce sentiment d'obligation par rapport à ce qu'impose la plateforme, ainsi que les autres YouTubeurs dans leurs formats, et le public d'une certaine manière, mais que beaucoup de vulgarisateurs ont du mal à accepter, et à se conformer. Certains vulgarisateurs, comme Quentin, ont aussi utilisé ces petites formules dans leurs premières vidéos, mais ont décidé d'arrêter ensuite, parce que cela ne leur correspondait pas, ou parce que cela voulait dire « faire comme tout le monde » : « *Les gens s'ils aiment ils ont envie de te suivre ou de s'abonner ils le feront. Ca j'ai arrêté de le faire donc, et je me soucis pas de l'algo »*¹⁰⁷. Il y a donc un rejet de cet algorithme, qui est vu comme une contrainte et non pas comme participant à la création : durant les entretiens, j'ai réellement ressenti cette colère, ou du moins ce rejet de la part de certains vulgarisateurs. Et cette colère était en grande partie dûe à leur méconnaissance de l'algorithme et de son fonctionnement.

En effet, peut-on se conformer à un écosystème particulier lorsque l'on n'en connaît pas toutes les règles ? La plupart des vulgarisateurs ne savent pas ce qui est pris en compte ou non par l'algorithme, tout d'abord parce que très peu d'information confirmée existe dessus mais aussi car les vulgarisateurs ne se renseignent pas, ou peu, sur celui-ci :

L'algorithme honnêtement j'ai complètement arrêté de me renseigner car... j'ai l'impression que ça change tout le temps, qu'on sait jamais exactement, tu entends des bruits, genre des gens qui te disent "si tu monétises pas tes vidéos elles sont moins bien répertoriées", d'autres gens qui disent "mais non ça change rien", au bout d'un moment je comprenais tellement plus rien que j'ai un peu décroché de tout ça

¹⁰⁷ Extrait de l'entretien avec Quentin réalisé le 8 mai 2018

me dit Natacha lors d'un entretien lorsque je lui demande si l'algorithme l'influence ou non dans son travail. Le même découragement se fait sentir lorsque je pose la question à Quentin :

J'ai regardé des YouTubeurs qui parlaient de YouTube, je me suis un peu renseigné là-dessus mais c'est hyper obscur, ils ne sont pas sûr de ce qu'ils avancent, YouTube entretient justement un flou pour pouvoir faire ce qu'ils veulent, et ça peut se comprendre, et du coup si tu te mets à suivre l'algorithme, ça devient n'importe quoi.

Et j'ai pu constater que ce découragement s'installait très rapidement, « *Je me renseigne plus, j'ai essayé de comprendre pendant un moment, pendant une demi journée, j'ai rien trouvé j'ai arrêté* » me dit Théo lors d'un entretien. Cela peut témoigner de l'extrême opacité de la plateforme sur ces informations, qui désoriente et cherche presque à repousser les créateurs qui s'y intéressent. Même le personnel du YouTube Space (un espace dans les grandes villes du monde, dont Paris, destiné aux créateurs pour les aider dans la construction de leurs vidéos et de leur chaîne) est incapable d'éclairer les vulgarisateurs sur le sujet. Lors de mon entretien avec Théo, celui-ci m'a raconté sa visite au YouTube Space parisien :

Quand tu parles avec les gens du YouTube Space, ils savent pas comment l'analytics marche, ils savent pas ce qui est mis en avant, selon quel critère (...) ils sont là "oui on prône la qualité" mais déjà la tête à peine hors de l'eau on arrive à tenir un épisode toutes les deux semaines, et vous voulez qu'on en fasse deux par semaine. Faites des vlogs, on nous dit, mais des vlogs pour dire quoi ? Moi je déteste ce format perso.

Il existe donc une forte tension au sein du processus de création entre l'envie d'être reconnu sur la plateforme, d'obtenir de la visibilité (tout en ne sachant pas exactement comment l'obtenir), et en même temps de faire ce dont on a envie – quitte à ne pas être dans le même état d'esprit compétitif de la plateforme. Cette tension crée un certain sentiment d'impuissance de la part des vulgarisateurs envers les logiques d'algorithmiques, une impression de ne pas être parfaitement maîtres de leurs créations et de leur environnement : « *c'est ce petit côté impuissance que tu as par rapport à certains paramètres que tu maîtrises pas, encore une fois cette algorithme il est assez chelou, il y a des trucs un peu bizarre* »¹⁰⁸. Etre impuissant face à sa propre création comme le docteur Frankenstein l'a été devant sa terrible invention, c'est se sentir dépossédé de son œuvre, la sentir se détacher de son créateur sans avoir de contrôle dessus. Tout créateur se retrouve confronté à cette situation, mais sur YouTube, cette dépossession est d'autant plus forte qu'elle est la

¹⁰⁸ Extrait de l'entretien réalisé avec Manon le 6 juillet 2018

condition même de la publication sur la plateforme, et qu'elle dépend de critères inconnus. Cette dépossession de l'œuvre n'est pas faite envers un public potentiellement volatile, du moins inconnu, mais envers une machine complètement opaque aux pensées humaines.

b. Une perte de contrôle sur la création :

Le vulgarisateur fait partie d'un écosystème, YouTube, qui fonctionne grâce à un algorithme : il est donc obligé de s'y conformer pour ne pas être expulsé ou invisibilisé par cet écosystème. En tant que dispositif, YouTube, exerce un certain nombre de contraintes sur ses utilisateurs (ici nous ne parlons pas des Viewers mais bien des YouTubeurs) qui apparaissent au premier abord comme minimales, voire insignifiants par rapport aux horizons des possibles proposés. Tout au long de ce mémoire, j'ai pu constater que ces contraintes – qui peuvent ne pas être perçues comme contraignantes mais simplement comme des règles ou des conventions – modèlent en partie les créations des YouTubeurs, et plus spécifiquement des vulgarisateurs. Les créateurs disposent toutefois d'une possibilité d'adaptation et d'autonomie sur la plateforme comme le conceptualise Gilles Deleuze avec ses « lignes de fuite »¹⁰⁹ : ici, cela représente la propre volonté du créateur qui choisit ou pas de respecter ces conventions, ou de faire selon son envie. S'installe donc une dialectique entre la plateforme et les créateurs, pour aboutir à un produit fini : la vidéo.

Cependant, une fois que la vidéo est publiée, celle-ci va être totalement dépendante du fonctionnement de la plateforme, et le créateur ne pourra plus avoir qu'un contrôle minime dessus, du moins sur la plateforme directement. Une fois publiée, la vidéo peut être supprimée et/ou démonétisée pour des raisons de sécurité, de droit d'auteur, ou de non-respect des règles de YouTube sans que le créateur puisse faire quoique ce soit dans l'immédiat. Après coup, le créateur peut faire un recours en cas de plagiat ou de contrefaçons¹¹⁰ et avoir ou non gain de cause, il peut supprimer la vidéo si celle-ci ne lui plaît plus pour une quelconque raison, et il peut faire appel en cas de démonétisation ou de suppression de la vidéo par YouTube, et la plateforme lui répond dans les jours qui suivent. Ensuite, la vidéo est recommandée ou non par la plateforme, selon des critères obscurs, et sans qu'aucune communication ne soit faite de la part de YouTube au créateur. Par exemple,

¹⁰⁹ Gilles Deleuze, "Qu'est-ce qu'un dispositif ?", 1988

¹¹⁰ Revendication de Content ID :

https://support.google.com/youtube/answer/6013276?hl=fr&ref_topic=2778545

Quentin a su totalement par hasard qu'une de ses vidéos se trouvait dans les recommandations, grâce à sa communauté et aux commentaires :

Sur la vidéo de Berserk j'avais 300 commentaires et au bout du 400ème commentaire, c'était "oh putain, pour une fois que les recommandations YouTube sont biens", et ce commentaire est arrivé une centaine de fois, les gens mentionnaient ça (...) Je l'ai juste su par les commentaires en fait. Youtube te dit pas "coucou vous êtes passés dans les recommandations", ils te disent rien du tout, et je te dis ça, ça se trouve je me goure, mais c'est ce qui est apparu dans les commentaires alors que c'était pas le cas avant.

De la même façon, depuis plusieurs mois, les vulgarisateurs interrogés ont constaté qu'ils ne faisaient « plus leurs vues » c'est à dire que le nombre de vues sur chacune des vidéos sorties était inférieur à leur nombre d'abonnés, ce qui signifie que tous les abonnés ne regardent pas ou ne sont pas prévenus de la sortie d'une vidéo.

Bah tu sens que l'algorithme il bouge, et que clairement on est tous sujet à un ralentissement des vues en ce moment, ça c'est clair. En ce moment je trouve que c'est assez fort, on a un peu tous ça, même mes potes qui, quoiqu'ils faisaient, continuaient à faire des vues, là ils sont assez... depuis quelques mois c'est particulièrement ralenti, je sais pas à quoi c'est dû, c'est toujours un peu mystérieux c'est trucs là, donc ouai ça fait pas trop plaisir en soi c'est sur, t'es un peu deg parce que c'est plus comme avant¹¹¹.

En effet il n'existe aucun contrat, à proprement parler entre YouTube et ses créateurs : ces derniers doivent bien cocher la case « accepter » des conditions d'utilisation de la plateforme pour pouvoir accéder à ses services mais n'ont pas de contrat lié à leur création. Seul les annonceurs ont un lien contractuel avec la plateforme, ayant un droit de regard sur les vidéos sous lesquelles sont postées leurs publicités. Les créateurs quant à eux, n'ont pas de droit de regard sur les publicités attachées à leurs vidéos – ce qui a entraîné plusieurs « coup de gueule » de la part de la communauté des vulgarisateurs et notamment de Benjamin Brillaud¹¹² qui reprochait à la plateforme de mettre des vidéos publicitaires contre l'avortement devant ses vidéos. Et ils sont de plus en plus contraints au niveau des règles de monétisation (nombres de vues et d'abonnés exigés, ainsi que des sujets ne traitant pas de domaines particuliers comme le sexe, la guerre, etc). Les créateurs peuvent avoir un certain contact avec YouTube, notamment via les YouTube Space comme place physique, ou sur la page du YouTube Creator comme place numérique mais leurs voix n'ont pas vraiment d'impact sur le géant du web : « *faut prendre conscience aussi de la pieuvre géante que*

¹¹¹ Extrait de l'entretien réalisé avec Manon le 6 juillet

¹¹² Vidéo de Benjamin Brillaud « Coup de gueule – les pubs devant les vidéos » consultée le 9 octobre : <https://www.youtube.com/watch?v=zuTSzjbcXg&t=520s>

c'est. C'est une multinationale, il y a pas de monsieur et madame YouTube. Au sein même de YouTube personne n'est d'accord, donc c'est de longs process, tu as des gens dans la boîte qui sont en phase avec mes idées et d'autres qui sont pas du tout d'accord, et ils sont en discussion depuis des années. Je ne m'attends pas à ce que ça change du jour au lendemain car ce n'est pas quelqu'un qui prend une décision »¹¹³ (réponse de Cyrus à la question : « est ce que ta voix a vraiment un effet au sein de YouTube lorsque tu veux faire remonter quelque chose ? »). Ainsi, une fois que la vidéo est publiée sur la plateforme, qu'elle est lâchée dans la nature comme la créature de Frankenstein, il n'y a plus aucun contrôle sur elle possible, et contrairement à la créature du docteur, qui se crée une conscience propre, celle de la vidéo sera contrôlée par la plateforme et ses directives algorithmiques et commerciales. On est donc loin d'une relation « traditionnelle » entre un éditeur/diffuseur et un créateur – tout d'abord parce que YouTube se définit comme hébergeur et non pas éditeur, mais si les contours de cette notion deviennent de plus en plus flous – car si le créateur a une liberté totale sur le choix du sujet et de la forme, il n'a pas son mot à dire quant à la diffusion de son œuvre sur la plateforme. Certes, le créateur peut diffuser sa vidéo sur les réseaux sociaux, mais sur YouTube même il ne sait pas comment il sera recommandé. Et c'est pour cela que, parmi tous les vulgarisateurs interrogés, beaucoup cherchent à se dégager de l'emprise de la plateforme, et ne plus en être dépendant. Comme nous l'avions vu plus tôt, les vulgarisateurs cherchent à ne plus dépendre financièrement de YouTube et de son système de monétisation qui favorise un certain type de vidéo, en utilisant des plateformes de dons, ou en faisant des partenariats avec des marques ou des institutions. Théo évoque lors de l'entretien un « business model » idéal où YouTube ne serait qu'une plateforme de diffusion et non un hébergeur qui ressemble de plus en plus à un éditeur de contenu : « *Oui, en faite, ce que j'aimerais dans l'absolu c'est une institution qui nous mécène, je bosse pour eux, et la chaîne est à eux entre guillemets, on mets du contenu dessus, mais qu'ils ne viennent pas dégommer la ligne éditoriale, parce qu'ils aiment bien imposer leur style, et leurs styles sont chiants* ». Soit garder la liberté totale de création tout en n'étant pas soumis aux aléas d'une plateforme fourre-tout et fondé sur un modèle économique publicitaire. De la même façon, les vulgarisateurs cherchent à ne plus dépendre de la plateforme et de son algorithme de recommandation en allant sur d'autres sites pour partager leurs vidéos, c'est à dire des réseaux sociaux comme Twitter, Instagram, Facebook ou encore Snapchat. Pour sa chaîne, Cyrus a été particulièrement vigilant à « *ne pas mettre tous ses œufs dans le même*

¹¹³ Extrait de l'entretien réalisé avec Cyrus le 25 juin 2018

panier. C'est pour ça que j'ai un YouTube mais aussi un facebook, qui est un peu à l'abandon j'avoue, mais j'aime pas facebook, je trouve ça naze. J'ai aussi un instagram que j'utilise aussi en mode stories, un twitter, mais aussi une newsletter qui fait que j'ai 6000 adresses mail, des gens qui, si twitter et instagram ferment leur porte, sont toujours dans mes bases de données. Ca je considère que c'est hyper important. En fait cette audience de centaine de milliers de personnes, le but c'est de les convertir en quelque chose. Parce que sur youtube c'est volatile, ça peut s'arrêter demain, et on le voit d'ailleurs, les algorithmes changent, il y a 3 ans, tout le monde faisaient ses vues, aujourd'hui ça n'a plus aucun sens de faire ses vues ». Et outre cette possibilité de se faire soi-même sa base de données de spectateurs, les vulgarisateurs développent de plus en plus une recommandation humaine : c'est-à-dire qu'un vulgarisateur possédant une ample communauté va profiter de sa large visibilité pour recommander d'autres chaînes qu'ils apprécient et qui ont moins de visibilité. Ce système de recommandation plus humain prend le contrepied du système de la plateforme : il permet à des créateurs qui n'auraient jamais été recommandé par YouTube d'obtenir une audience. Quentin en est un bon exemple, car sa chaîne a vu son nombre d'abonnés stagner jusqu'à ce que deux YouTubeurs aux communautés conséquentes partagent ses vidéos sur leurs réseaux sociaux : « Et j'ai eu la chance, grâce au partage d'Axolot notamment, et au Fossoyeur de films, des gens qui ont changé ma vie en fait, avec des partages ça a fait qu'un petit groupe de gens, intéressés, qui est arrivé, qui a ensuite partagé, et ensuite avec le bouche à oreille qui se fait. C'est ouf d'être à plus de 50 000 abonnés, j'en reviens pas. Ca a permis de faire exister le tipeee, qui fait que du coup ça a changé ma vie ». Ces différentes méthodes, ses « lignes de fuite » permettent aux créateurs, et ici plus spécifiquement aux vulgarisateurs, de reprendre un minimum de contrôle sur leurs vidéos et sur leurs publications, et de ne pas dépendre uniquement des volontés mécaniques d'une série de lignes de codes.

En somme, même si les vulgarisateurs ont choisi la plateforme YouTube comme une évidence, car c'est « là que tout le monde est » et parce que c'est sur celle-ci qu'ils avaient le plus de chance de « faire le buzz » comme le dit Manon (et donc de rencontrer un certain succès à travers une audience) ils sont conscients de leur dépendance extrême à cette plateforme qui régit leur succès, ou leur échec. Le fait que cette dépendance puisse être inconfortable, voire parfois dangereuse, c'est qu'elle est régit par un robot, un algorithme de deep-learning qui ne cesse d'évoluer et sur lequel on ne peut s'appuyer. Ce qui finit par se manifester dans le double discours constant de la plateforme et des vulgarisateurs, entre leur

volonté de s'accorder à la « ligne éditoriale » de YouTube, tout en voulant rester authentique et original.

CONCLUSION

Retour sur les principales conclusions et reprise de la problématique

A l'issu de ce travail de recherche, nous allons rappeler brièvement nos principales conclusions.

Dans une première partie nous avons étudié le double discours de la plateforme YouTube sur elle-même, prônant à la fois une liberté de création totale pour les créateurs et une possibilité pour tous d' « avoir une voix » c'est à dire de s'exprimer à travers le médium de la vidéo, tout en étant une plateforme aux enjeux capitalistes, dont le but est d'être rentable – et de faire des bénéfices si cela est possible – et cela s'exprime dans les fonctionnalités de la plateforme (monétisation des vidéos, publicités, formations). Ce double discours de YouTube est repris par les créateurs, qui apprécient cette plateforme prônant gratuité et liberté, et qui acceptent (plus ou moins) l'aspect commercial de la plateforme, qui leur permet de monétiser leurs créations en s'adaptant aux codes et aux formats propres à YouTube. Nous avons pu constater que l'aspect marketing de YouTube est de professionnaliser les créateurs sur sa plateforme, d'en faire des YouTubeurs accomplis, utilisant les formats les plus en vogue sur la plateforme, répondant aux désirs de leur communauté et des publicitaires, tout en gardant un aspect « authentique », et sachant les outils disponibles sur la plateforme (évaluation des analytics qui calculent la performance du YouTubeur). Cette impression de liberté, de simplicité et d'authenticité véhiculée par la plateforme, par son design et son discours marketing, se superpose à ce discours marketing fondé sur des performances et des logiques commerciales.

Suite à ce premier développement, nous nous sommes demandés si ces deux discours développés par la plateforme pouvaient rentrer en contradiction, notamment au sein de l'activité des YouTubeurs, et plus spécifiquement des vulgarisateurs. En se concentrant plus particulièrement sur cette dernière catégorie de YouTubeurs, il était important de montrer en quoi ils se différenciaient des autres YouTubeurs présents sur la plateforme, et en quoi ils pouvaient prétendre à la casquette de « vulgarisateurs » : bien qu'appartenant à la sphère YouTube par leur manière de faire des vidéos, empruntant des codes spécifiques à la

plateforme, les « YouTubeurs vulgarisateurs » s'en distinguent aussi par des formats aux visées principalement didactiques et une envie de partage des connaissances à travers une mise en scène particulière. Et parce qu'ils choisissent des sujets particuliers et utilisent un format moins conventionnels, leur développement sur YouTube peut parfois se révéler plus compliqué : les attentes commerciales de la plateformes ne se lient pas forcément aux attentes créatives des vulgarisateurs. Cela se révèle notamment lorsque les vulgarisateurs veulent faire de leur activité sur YouTube leur métier : les logiques de monétisation sur YouTube sont de plus en plus strictes et ne penchent pas en faveur des logiques créatives des vulgarisateurs. Les revenus monétaires des vulgarisateurs venant de YouTube sont donc mis à mal par les règles de la plateforme, et ces derniers cherchent à moins dépendre de celle-ci, pour pouvoir garder la liberté tant désirée sur YouTube.

Au fur et à mesure de ma recherche, j'ai pu constater que, non seulement YouTube portait un double discours sur lui-même, mais les vulgarisateurs aussi suivaient cette tendance, construisant un double discours sur leur activité de création. Ces deux double discours se rejoignent et marchent de pair : YouTube revendique une liberté de création que viennent chercher les vulgarisateurs sur la plateforme, mais dans le même temps la plateforme possède des logiques commerciales et publicitaires qui favorisent un certain type de vidéo, comportant certains codes, auxquels cherchent à correspondre les vulgarisateurs bien que cela ne correspondent pas du tout – bien souvent – à leurs envies de création. S'ajoute à cela des logiques algorithmiques qui permettent à certaines vidéos d'être recommandées plutôt que d'autres selon des critères inconnus. En essayant de cerner cet algorithme, les vulgarisateurs perdent peu à peu le contrôle sur leurs créations. Pour contrebalancer cette perte de contrôle, les « YouTubeurs vulgarisateurs » se détachent de la plateforme YouTube, financièrement parlant mais aussi en créant d'autres méthodes de recommandations, et en dépendant plus d'institutions reliées à leur activité de vulgarisation.

Nous étions partis sur une problématique de départ en se demandant : dans quelle mesure les créations des YouTubeurs, et plus spécifiquement des YouTubeurs faisant de la vulgarisation, sont-elles soumises aux logiques d'éditorialisation de la plateforme Youtube ? Quel impact ces logiques ont-elles sur leurs créations ? Et nous avons pu constater tout au long de cette recherche que l'influence de la plateforme, est évidente, ainsi que celles d'autres acteurs comme les autres YouTubeurs, mais aussi le public de ces vidéos. Mais comme tout œuvre de création est affaire d'influence, qu'elle se trouve sur YouTube ou

ailleurs, l'objectif de ce mémoire était de voir si l'influence de la plateforme, par son algorithme et ses différentes logiques, se manifestait d'une certaine façon. Si l'influence n'est pas vraiment démontrable, le double discours des créateurs et de la plateforme crée une œuvre quelque peu schizophrénique, aux volontés doubles.

Difficultés et limites de cette recherche

Evoquées plusieurs fois lors de ce mémoire, mes principales difficultés au cours de ce travail de recherche ont tourné autour de la définition de ma problématique et du sujet étudié. D'abord partie pour étudier l'influence de l'algorithme sur les « YouTubeurs vulgarisateurs », je me suis rendue compte au fur et à mesure de mes recherches qu'il me fallait redéfinir ces termes, ainsi que le territoire de ma recherche : d'algorithme, je suis passée aux logiques algorithmiques pour enfin aboutir aux logiques d'éditorialisation de la plateforme. Il m'a fallu aussi définir ce que j'entendais par « YouTubeurs vulgarisateurs », terme non utilisé dans les ouvrages scientifiques, dans la presse et même par la plateforme YouTube. Et enfin, justifier mon choix d'étudier les vulgarisateurs plutôt qu'une autre communauté de YouTubeurs, ou des YouTubeurs dans leur globalité et leur diversité. Un des plus gros travail de ce mémoire a été de repensé, et retravaillé ce que je considérais comme des acquis de connaissance, des termes ou des concepts, qui n'étaient en fin de compte que des préjugés, ou plutôt des impensés, me venant directement de ma pratique personnelle de la plateforme YouTube.

Cette difficulté à définir les termes de mon sujet, et notamment autour du terme « YouTubeur vulgarisateur » ont participé à un certain flou entourant la communauté que je voulais étudier : en parlant des vulgarisateurs sur YouTube, j'étais obligée de les comparer aux autres YouTubeurs. Cependant, le terme « YouTubeur », non content d'être un terme remis en question par bon nombre de créateurs sur la plateforme, regroupe en son sein des créateurs très différents et est donc assez flou. Ainsi, mon utilisation de ce terme n'était pas précise, et peut-être remis en question selon comment on définit ce que sont les « YouTubeurs ».

De la même façon, le terme de « création » s'est imposé de lui-même au début de ce travail, mais il a été vite remis en question par un autre terme, « production », que j'utilise de temps en temps au cours de ce compte rendu. J'ai longuement hésité entre l'utilisation d'un de ces

deux termes, car ils correspondent tous les deux à une vérité du travail accompli par les YouTubeurs. Souhaitant mettre en avant l'aspect créatif du travail des YouTubeurs, j'ai finalement préféré le terme de « création » à « production » mais cela omet dans le même temps le côté « machine » de certaines productions des YouTubeurs vulgarisateurs, qui créent un format d'émission sur leur chaîne YouTube et qui le développent ensuite sous la forme d'une production. Par exemple, les différents formats de la chaîne de Quentin, les « mythologics », les « stendhal syndrom » et les « maelstrom » peuvent être considérés comme des productions car elles utilisent un format identique pour développer un contenu, un fond, différent à chaque fois.

Enfin, bien que mon sujet de mémoire porte sur l'impact de l'éditorialisation de la plateforme sur les créations des YouTubeurs vulgarisateurs, je n'ai pas vraiment pu détacher de cette problématique la question de l'algorithme, qui plane sur ce travail. C'est le comportement des vulgarisateurs face à cet algorithme qui m'a intéressé ensuite, ainsi que le comportement trouble de YouTube face à celui-ci, mais le fait est que la question de l'algorithme se pose toujours comme une énigme et une tension que je n'ai pas vraiment su résoudre tout au long de ce mémoire.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages et Articles :

- ◆ BEUSCART Jean-Samuel, Ashveen Peerbaye « Histoires de dispositifs. (introduction) », *Terrains & travaux* 2006/2 (n° 11), p. 3-15.
- ◆ BRUNEAU Chloé, *La vulgarisation culturelle sur YouTube*, mémoire d'étude en anthropologie, sous la direction de CALOGIROU Claire, Ecole du Louvre, 2018
- ◆ BURGESS Jean et GREEN Joshua, *YouTube: online video and participatory culture*, Cambridge, Polity, collection « Digital media and society series », 2009. □
- ◆ CARDON Dominique (dir.), *Internet et réseaux sociaux*, Paris, La Documentation française, coll. Problèmes politiques et sociaux, 2011, p.72
- ◆ CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation Culturelle (2e édition)*, Paris, Armand Colin, Collection « U », 2017. □
- ◆ DE CERTEAU Michel, *L'Invention du quotidien I, Arts de faire*, collection Folio Essais n°146), Gallimard 1990.
- ◆ DELEUZE, G., 1989. « Qu'est-ce qu'un dispositif ? », in *Michel Foucault philosophe. Rencontre internationale. Paris, 9, 10, 11 janvier 1988*, Paris, Seuil, pp. 185-195. □
- ◆ ERTZSCHEID Olivier. "Méthodes, techniques et outils. Qu'y aura-t-il demain sous nos moteurs?". *Documentaliste - Sciences de l'Information*, ADBS, 2011, 48 (3), pp.10-11
- ◆ FLICHY (Patrice). - *Le sacre de l'amateur : Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. - Paris : Éditions du Seuil, coll. « La république des idées », 2010. - 96p
- ◆ GRIGNON Thomas, « Quand Google fait école. Une prétention pédagogique en question », *Communication & langages* 2016/2 (N° 188), p. 123-139. □
- ◆ JOUAUX Amandine, *Des jeunes chercheurs sur YouTube : La vulgarisation scientifique au service de ses auteurs*, mémoire d'information et communication, tapuscrit, sous la direction de LE MAREC Joëlle, CELSA Paris-Sorbonne, 2016. □
- ◆ GOMEZ-MEJIA Gustavo *et al*, « Questionner les pouvoirs éditoriaux de Google », *Communication & langages* 2016/2 (N° 188), p. 23-43. □
- ◆ GAYRAUD Agnès, HEUGUET Guillaume. *De l'industrie musicale à la rhétorique du "service". : YouTube : une description critique*. *Communication & langages*, Nec Plus, 2015

- ◆ JURDANT Baudouin. *Vulgarisation scientifique et idéologie*. In: Communications, 14, 1969. La politique culturelle. pp. 150-161
- ◆ KOGAN Anne-France, ANDONOVA Yanita. *De l'injonction à la créativité à sa mise en œuvre : quel parallèle entre monde de l'art et monde productif?* Avril 2015, Nantes, France. 2016
- ◆ LE MERRER Erwan, TRÉDAN Gilles. *L'aspect topologique des recommandations*. ALGOTEL 2017 - 19èmes Rencontres Francophones sur les Aspects Algorithmiques des Télécommunications, May 2017, Quiberon, France. 4p, 2017
- ◆ LEVOIN Xavier, LOUESSARD Bastien. *Régimes de coopération entre YouTubeurs : une communauté de pratique ?* Seconde journée d'étude du Réseau des jeunes chercheur-e-s du LabEx ICCA " Participation, coopération et collaboration dans les secteurs culturels ", Avril 2018, Paris, France
- ◆ LONGHI Julien, « L'écriture nativement numérique, de Twitter à YouTube : pour une approche non-conversionnelle des processus créatifs », *Le français aujourd'hui* 2018/1 (N° 200), p. 43-56. □
- ◆ MICHAUT Cécile, *Vulgarisation scientifique, mode d'emploi*, Les Ulis, EDP Sciences, 2015. □
- ◆ MONOYER-SMITH Laurence, *Manuel d'analyse du Web*, 2013
- ◆ PARENT Romain, CHANAL Valérie. *Quels business models pour les plateformes Web 2.0. : les apports de la théorie des marchés bi-faces*. Conférence de l'AIMS, Jun 2009, Grenoble, France. pp.1-27, 2009
- ◆ SCHNEEBELI Célia. *Les modalités linguistiques du commentaire sur internet comme prise de position (" stance-taking ") : l'exemple des commentaires sur YouTube*. Le commentaire: du manuscrit à la toile. Modes d'interventions et dispositifs techniques, Mar 2015, Bruxelles, Belgique.
- ◆ SOUCHIER Emmanuël. *L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique*. In: Communication et langages, n°107, 1er trimestre 1996. pp. 105-119.
Entretien entre Alain Grosrichard et Michel Foucault dans *Ornicar ? 10 juillet 1977*
- ◆ UMBERTO Eco, *Lector in fabula ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*, Paris, Grasset & Fasquelle, 1985.
- ◆ VAN DIJCK José, *The culture of connectivity : a critical history of social media*, Oxford, Oxford University Press, 2013. □

Articles web :

- ♦ BARDOLLE Frédéric & co, « YouTube peut-il être responsable de son algorithme de recommandation ? », le 2 septembre 2017, consulté le 7 septembre 2018, URL <https://www.ouest-france.fr/reflexion/point-de-vue/youtube-peut-il-etre-responsable-de-son-algorithme-de-recommandation-5210061>
- ♦ BOQUEN Manon « Les nouveau Fred et Jamy » le 10 mai 2018, consulté le 15 septembre 2018, URL : <http://www.slate.fr/story/161449/youtubeurs-chaines-vulgarisation>
- ♦ CASSELY Jean-Laurent « Cyprien, Norman, Rémi Gaillard, Squeezie... Les cinq Youtubeurs français (qui pourraient être) les plus riches » le 12 mars 2014, consulté le 25 septembre 2018, URL : <https://www.slate.fr/life/84475/qui-sont-youtubeurs-les-plus-riches>
- ♦ CHAMPEAU Guillaume « YouTube met en colère des YouTubeurs avec sa politique annonceurs-friendly » le 2 septembre 2016, consulté le 26 septembre 2018, URL : <https://www.numerama.com/pop-culture/192173-youtube-met-colere-youtubeurs-politique-annonceurs-friendly.html>
- ♦ CHAPON Benjamin « Vincent Manilève : “Mettre des vidéos sur YouTube, ce n’est pas un métier viable, les YouTubeurs professionnels sont très rares » le 25 mai 2018, consulté le 7 septembre 2018, URL : <https://www.20minutes.fr/arts-stars/web/2277575-20180525-video-vincent-manileve-mettre-vidéos-youtube-metier-viable-youtubeurs-professionnels-tres-rares>
- ♦ CHAYETTE Sylvie « L’humour en chambre » le 22 novembre 2013, consulté le 5 septembre 2018, URL : https://www.lemonde.fr/m-actu/article/2013/11/22/l-humour-en-chambre_3517918_4497186.html
- ♦ CROQUET Pauline « Le scandale Logan Paul met en lumière les gros défauts de modération sur YouTube » le 5 janvier 2018, consulté le 6 mars 2018, URL : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/01/05/le-scandale-logan-paul-met-en-lumiere-les-gros-defauts-de-moderation-sur-youtube_5237956_4408996.html
- ♦ DEMOULIN Anne « YouTube, pour les jeunes, un “réseau social“ ou une “plateforme vidéo“ ? », le 23 février 2018, consulté le 7 septembre 201, URL <https://www.20minutes.fr/web/2226795-20180223-youtube-jeunes-reseau-social-plateforme-video>
- ♦ DIVE Laetitia, « Derrière la professionnalisation des YouTubeurs et Youtubeuses, les agences de talent » le 12 juillet 2018, consulté le 7 septembre 2018, URL :

<http://www.slate.fr/story/164522/internet-youtube-agences-talent-managers-youtubers-youtubees-accompagnement-creation-annonceurs-publicite-placements-produits>

- ◆ DUBERNET Manon « La publicité utilisée par les YouTubeurs : le nouveau business 2.0 » le 8 octobre 2017 consulté le 19 septembre 2018, URL : <https://marketingdigitalsdp8.wordpress.com/2017/10/08/publicite-youtubers-nouveau-business-2-0/>
- ◆ E-PENSER, « Y a-t-il un “problème YouTube“ » le 12 décembre 2016, consulté le 4 septembre 2018, URL : <http://e-penser.com/index.php/2016/12/12/y-a-t-il-un-probleme-youtube/>
- ◆ ISARD Alexandre « Nattoo, Cyprien, Squeezie, Norman... Génération YouTube » le 22 juin 2018, consulté le 17 septembre 2018, URL : <https://www.parismatch.com/People/Nattoo-Cyprien-Squeezie-Norman-Generation-Youtube-1543772>
- ◆ LA REVUE DIGITALE « Modération de Facebook et YouTube : l’humain indispensable, l’IA étant loin du compte » le 28 décembre 2017, consulté le 7 septembre 2018, URL : <http://www.larevuedudigital.com/nettoyage-de-facebook-et-youtube-une-tache-humaine-li-a-etant-loin-du-compte/>
- ◆ LAROUSSE dictionnaire « vulgarisation définition » consulté le 15 septembre 2018 : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/vulgarisation/82649>
- ◆ LAURENT Annabelle « Un chercheur révèle l’ampleur du conspirationnisme sur YouTube » le 1^{er} mars 2018, consulté le 1^{er} mars 2018, URL : <https://usbeketrica.com/article/jonathan-albright-enquete-conspirationnisme-youtube>
- ◆ LEDIT Guillaume, « A l’ère post-Snowden, on ne peut plus se voiler la face » le 11 septembre 2018, consulté le 14 septembre : <https://usbeketrica.com/article/a-l-ere-post-snowden-on-ne-peut-plus-se-voiler-la-face>
- ◆ LEDIT Guillaume « YouTube, il y a quelque chose de pourri au royaume des enfants » le 11 novembre 2017, consulté le 12 novembre 2017, URL : <https://usbeketrica.com/article/youtube-videos-enfants-traumatisantes>
- ◆ MAURICE Cyrielle « Droit d’auteur : YouTube change sa politique d’utilisation de contenu tiers dans les vidéos » le 1^{er} juin 2018, consulté le 15 septembre 2018, URL : <https://www.blogdumoderateur.com/youtube-politique-contenu-tiers/>
- ◆ MONTET Phane « sur YouTube, pour se démarquer, il faut faire comme la masse » le 24 février 2018, consulté le 15 septembre 2018, URL : <https://usbeketrica.com/article/sur-youtube-pour-se-demarquer-il-faut-faire-comme-la-masse>

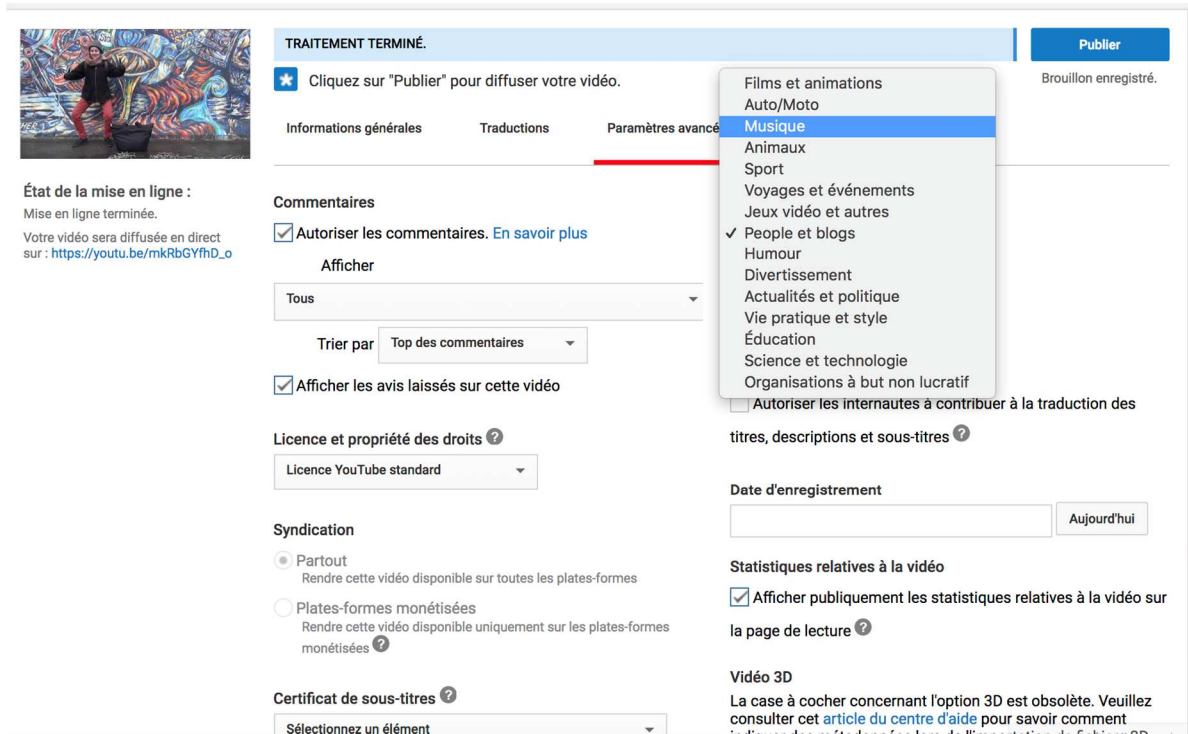
- ♦ MORRIS Brian, « YouTube : douze ans d'évolution en quatre vidéos » le 22 mai 2017, consulté le 15 septembre, URL : <https://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/67010/youtube---douze-ans-d-evolution-en-quatre-videos.shtml>
- ♦ PIGNOL Juliette « Chiffres YouTube – 2017 » le 10 octobre 2017, consulté le 15 septembre 2018, URL : <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-youtube/>
- ♦ PITON Quentin « Nota Bene : le vidéaste en colère contre les « censures » de YouTube », le 3 septembre 2017, consulté le 15 septembre 2018, URL : <http://www.purebreak.com/news/nota-bene-le-vidaste-en-colere-contre-les-censures-de-youtube/135145>
- ♦ POIREAULT Kevin « Pourquoi le métier de YouTubeur ne devrait plus faire rêver » le 11 novembre 2015, consulté le 26 septembre 2018, URL : <https://www.lesinrocks.com/2015/11/11/actualite/pourquoi-le-metier-de-youtubeur-ne-devrait-plus-faire-rever-11786740/>
- ♦ SCHMELCK Clara-Doïna, « YouTube, réseau de la reproduction sociale » le 22 juin 2016, consulté le 4 septembre 2018, URL : <http://atelier.rfi.fr/profiles/blogs/youtube-reseau-de-la-reproduction-sociale>
- ♦ SIGNORET Perrine « YouTube accusé de démonétiser les vidéos sur le corps et la sexualité des femmes » le 25 mai 2018, consulté le 25 septembre 2018, URL : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/05/25/youtube-accuse-de-demonetiser-les-vidéos-sur-le-corps-et-la-sexualite-des-femmes_5304753_4408996.html
- ♦ SIMON Mathilde « Pourquoi Facebook et YouTube se lance dans le payant » le 1^{er} juillet 2018, consulté le 25 septembre 2018, URL : <https://usbeketrica.com/article/facebook-et-youtube-payant>
- ♦ SZIRNIKS Taimaz « Fausses nouvelles : les algorithmes au banc des accusés » le 14 juillet 2018, consulté le 7 septembre 2018, URL : <http://www.lunion.fr/102226/article/2018-07-14/fausses-nouvelles-les-algorithmes-au-banc-des-accuses>
- ♦ VITALI-ROSATI Marcello « Qu'est ce que l'éditorialisation ? » le 10 juin 2014, consulté le 4 septembre, URL : <http://blog.sens-public.org/marcelloitalirosati/quest-ce-que-leditorialisation/>

Vidéos :

- ♦ ABSOL VIDEOS « Le putaclic » le 5 avril 2016, consulté le 25 septembre 2018, URL : https://www.youtube.com/watch?time_continue=177&v=Fr-PoV4rI9U
- ♦ BALADE MENTALE « Figer le mouvement » le 6 octobre 2016, consulté le 28 septembre 2018, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=FmTKwHuXkR8>
- ♦ BRIL Manon « Têtes coupées – tu vois le tableau #9 » le 27 juin 2016, consulté le 28 septembre 2018, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=xuHcXDh-kqs>
- ♦ BRILLAUD Benjamin « Coup de gueule – les pubs devant les vidéos » le 7 mars 2018, consultée le 9 octobre, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=zuTSszjbcXg&t=520s>
- ♦ CALVEZ Alexandre « Combien j’ai gagné avec 100M vues sur YouTube » le 2 septembre 2018, consulté le 25 septembre 2018, URL : https://www.youtube.com/watch?time_continue=238&v=BX1s4OokDCQ
- ♦ DANIEL Antoine « 20 conseils pour devenir YouTubeur » le 9 juillet 2015, consulté le 25 septembre 2018, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=nFBMiGDwwTg>
- ♦ JAWED « Me at the zoo » le 23 avril 2005, consulté le 23 septembre : <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>
- ♦ NART « Le pouvoir... Au féminin ! (Nart l’art en 3 coups de pinceaux » le 8 mars 2018, consulté le 28 septembre 2018, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Lsl16IcPqJM>
- ♦ SOLANGE TE PARLE « 50 conseils pour YouTubeur » le 23 octobre 2014, consulté le 25 septembre 2018, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=wktHoYHpKxs>

ANNEXES

Annexe 1 : Catégories sur YouTube



The screenshot displays the YouTube video upload interface. At the top, a blue bar indicates "TRAITEMENT TERMINÉ." and a "Publier" button is visible. Below this, a message states "Cliquez sur 'Publier' pour diffuser votre vidéo." and "Brouillon enregistré." is shown on the right. The main content area is divided into several sections:

- Informations générales**: Includes a video thumbnail, the title "État de la mise en ligne :", and a URL: https://youtu.be/mkRbGYfhD_o.
- Commentaires**: Features a checkbox for "Autoriser les commentaires. En savoir plus", a dropdown for "Afficher" (set to "Tous"), and a "Trier par" dropdown (set to "Top des commentaires").
- Licence et propriété des droits**: Includes a dropdown menu for "Licence YouTube standard".
- Syndication**: Offers radio button options for "Partout" (selected) and "Plates-formes monétisées".
- Certificat de sous-titres**: Includes a dropdown menu for "Sélectionnez un élément".
- Paramètres avancés**: A dropdown menu is open, listing various categories such as "Films et animations", "Auto/Moto", "Musique" (highlighted), "Animaux", "Sport", "Voyages et événements", "Jeux vidéo et autres", "People et blogs", "Humour", "Divertissement", "Actualités et politique", "Vie pratique et style", "Éducation", "Science et technologie", and "Organisations à but non lucratif".
- Statistiques relatives à la vidéo**: Includes a checkbox for "Afficher publiquement les statistiques relatives à la vidéo sur la page de lecture".
- Vidéo 3D**: A note stating "La case à cocher concernant l'option 3D est obsolète. Veuillez consulter cet article du centre d'aide pour savoir comment..."

Annexe 2 : Entretiens

Entretien avec Natacha, fondatrice de la chaîne « Nart, l'art en trois coups de pinceaux » effectué le 24 avril 2018.

Moi : Peux tu me parler de ton parcours, de comment et pourquoi tu as commencé ta chaîne, et si les deux se sont influencés ?

Natacha Nart :

Pour expliquer mon parcours je suis obligée de remonter assez loin : j'ai eu des dernières années de lycée très difficiles car j'ai fait une anorexie mentale très sévère,

Galère au début des études - parcours chaotique - un mois de prépa droit puis fac de droit - commerce car veut faire commissaire priseur - master en international business en anglais - étude à Boston (cours d'éthique) - deuxième master à Londres institut of art, master en art contemporain hyper poussé - éclate sur le plan intellectuel, a besoin de faire marcher ses méninges.

Puis a essayé de trouver un travail dans le milieu de l'art, car c'est un milieu ultra sclérosé, à chaque fois que je passais un entretien on me demandait pourquoi j'avais pas fait l'école du Louvres, alors que j'avais deux master, stage de fin d'étude au centre pompidou, bilingue, et stages dans d'autres galeries.

Je n'arrivais pas à trouver, et à ce moment là avec une de mes meilleures potes on s'est dit qu'on allait se lancer sur Youtube car on adorait décortiquer des scénarios, de films, de séries, de jeux vidéos, et on s'est dit avec Alice. On consommait beaucoup de Youtube, mais il n'y avait que des mecs alors on s'est dit après tout qu'on pourrait faire un truc, ça nous éclatait vraiment de décortiquer des scénarios, et on s'est dit que ce serait cool de partager ça avec des gens. On s'est lancé complètement à l'arrache par contre.

Il n'y a pas vraiment de chaînes qui nous a donné envie de nous lancer, on avait envie de faire nos trucs à nous, on avait envie de mettre une marque féminine sur ces sujets là, qu'on ne trouvait pas sur Youtube et qu'on avait envie d'apporter. On avait vraiment du mal à trouver des chaînes de femmes. Mais ce lancement n'était pas lié à mon chômage, mais vu que j'étais au chômage j'avais en effet plein de temps pour m'en occuper, et je n'avais jamais fait de montage, d'audiovisuel, c'était le degré zéro. Donc j'ai dû me former sur le son, la prise d'image, le montage, etc. J'ai tout fait par tuto, tout ce que je trouvais sur internet mais au début ça prend des plombes car je savais pas faire. Au début c'était gratifiant et en même temps on a fait notre première vidéo sur un jeu vidéo que tout le monde aimait et qu'on a défoncé donc bon... Mais comme on était entre nous on rigolait bien,

Pour ma chaîne, je me sentais tellement rejetée par le milieu de l'art, je ne sais pas du tout faire du réseau, je sais pas faire semblant et lier des contacts de manière intéressée, surtout dans le milieu professionnel. Et en plus je manquais de confiance en moi, donc bon. Et en conséquence je faisais un gros rejet sur l'art, je ne lisais ni ne voyais plus rien concernant l'art. Et puis je me suis dit que c'était bête, c'est quand même ma passion depuis tellement longtemps, alors je me suis dit qu'il fallait que je fasse quelque chose donc là je me suis dit pourquoi pas faire un truc sur Youtube, et en plus je voyais très peu de chaînes qui parlait d'art, à part Samai Cedlart. Et donc je me suis lancée, c'était une manière pour moi de raccrocher avec l'art et de faire un travail en rapport avec l'art. C'était pour me faire plaisir en premier, après dans un coin de ma tête il y avait quand même "et dans l'absolu ça peut toujours servir dans un CV on sait jamais". Mais c'était quand même secondaire, ma chaîne c'était d'abord pour moi un moyen de reconnecter avec l'art, de me remettre dans les bouquins d'art, de faire de la recherche pour l'écriture, c'est hyper agréable. Mais vu que je me disais que ça pouvait me servir, au début j'avais un ton très sérieux, mais ça a vite changé.

Un peu moins d'un an après j'ai trouvé du travail dans une librairie de livres anciens et rares, ils me voulaient pour une place d'assistante webmarketing, et il s'est passé un truc courant dans le milieu de l'art et la culture : ce fut l'exploitation totale, je me retrouvais à récuser les chiottes, à faire le ménage, très violent. Ca c'est hyper mal passé, et je suis allée voir la médecine du travail qui m'ont arrêté.

Et là, quand j'ai été arrêté je me suis fait une grosse remise en question et je me suis dit : qu'est ce que je fais ? Car ce milieu me rendait trop chèvre. Et c'est grâce à Youtube en partie que je me suis

rendue compte que ce que j'aimais faire c'était youtube, et notamment sur ma chaine c'était la pédagogie, et je me suis dit que c'était vraiment mon kiff. Et puisque j'adore les enfants, j'ai un super contact avec eux, donc pourquoi pas faire professeur des écoles. C'est pas le monde de l'entreprise, tout ce qui me gêne il y a pas quoi, il y a des côtés négatifs bien sur mais ça me correspond vachement mieux que de bosser dans le milieu de l'art. Donc je me suis pris une année où j'ai bossé en tant qu'hôtesse d'accueil, pour réfléchir et ensuite j'ai passé le concours et là j'en suis là, et ma chaine youtube est un travail pour lequel je suis pas rémunéré ou très peu donc il me faut forcément quelque chose à côté. Donc je considère que je travaille dans l'art, pour moi je fais un travail dans l'art mais ce n'est pas mon activité principale, du moins je suis obligée d'avoir une autre activité à côté.

Moi : est-ce que tu considères que tu as une manière de travailler particulière, un style ? Et est ce que tu t'es déjà comparé avec d'autres vidéastes sur le sujet ? Et entre ta chaine et celle que tu fais avec Alice ?

Natacha :

Dans la méthode de travail, quand je travaille à deux avec Alice, vu qu'elle est très exigeante et pointilleuse, moi je m'autorise beaucoup plus à lâcher prise, je sais que j'ai des capacités limitées dans certaines choses, la technique c'est pas mon délire, ce sera pas parfait, je vise pas la perfection, je veux faire un truc qui me rapporte un maximum de satisfaction, et je cherche un équilibre entre la satisfaction et l'effort. Cette activité, je la fait exclusivement pour moi, quand je suis rémunérée tant mieux. Par exemple, quand j'ai bossé pour le Louvre cela a pris des proportions beaucoup plus importantes, c'était pour le Louvre, il y avait un contrat à respecter et là je veux bien être pointilleuse sur ma vidéo. Mais quand c'est pour moi, pour ma chaine, je m'autorise beaucoup plus à me dire, je suis pas payée pour ça, c'est pas mon métier à la base, je fais cool, je me détends par rapport à ça. J'ai baissé mon niveau d'exigences car ça ne sert à rien de se rendre malade, sinon c'est plus du plaisir, c'est plus la peine.

Au début j'étais très carré sur ce que je voulais faire, il fallait que ce soit intellectuellement ceci machin, fallait que les vidéos aient un lien logique entre elles, que ça se suive, il fallait que je dise pas de gros mots, pas d'humour, parce que cela pouvait être vu par des professionnels.

Sur ma chaine avec Alice, on était à deux, donc il y avait des exigences différentes : moi je voulais de l'humour, Alice voulait pas, ni de mise en scène, donc j'ai beaucoup poussé sur ça. Moi j'avais plus de réserve sur la longueur des formats, mais finalement on s'est rendu compte que ça marchait bien finalement quand on alliait les deux, la longueur des analyses était en fait hyper intéressante et enrichissante, c'était pas trop long finalement, et pareil Alice s'est rendue compte que caler des petits moments d'humour et de sketch ca marchait bien aussi car ça allégeait dans l'analyse. On s'est rendu compte que nos deux réserves étaient compatibles et s'annulaient très bien.

Moi : Pour toi tu réfléchis d'abord au contenu ou à la forme ?

Natacha :

Plutôt au contenu d'abord, tout commence par le texte pour moi. Pour les vidéos de Nat & Alice c'est d'abord l'analyse et les sketches vont venir après, à quelques vidéos près.

Moi sur ma chaine, c'est d'abord le contenu. Il y a quelques exceptions, ma vidéo sur Francis Bacon et Silent Hill, ça vient d'abord de mon envie de faire une vidéo d'horreur avec une certaine mise en scène, et le contenu est venu après. Là il y avait un désir de forme mais normalement c'est toujours le fond d'abord. 13:20

Moi : est-ce que, dans tes différents formats, tu t'es sentie inspirée par d'autres formats ?

Natacha :

C'est difficile à dire, on a pas pris de modèles, mais c'est évident qu'on ne fait rien d'original ou de révolutionnaire, sur mes deux chaines. Ca ressemble à ce qui se fait, parce qu'on en consomme beaucoup, parce qu'on a l'habitude d'en voir, mais on s'est pas dit "faut qu'on fasse comme ci ou comme ça", c'était des influences inconscientes, on n'avait pas de modèles. Pour Nat&Alice on avait

tendance à faire des contre modèle genre "on peut pas faire cette blague car Nostalgia critique ou Karim Debbache l'a déjà fait" etc. On avait plus tendance à s'éloigner de choses qui avaient déjà été dites, après en terme de formats, je sais que je suis pas assez talentueuse en terme audiovisuelle pour révolutionner quoique ce soit sur Youtube, et je me dis pas que j'en ai envie, c'est pas mon but, j'ai juste pas les capacités pour moi, dans la technique, je suis limitée par ce que je sais faire. On a pas d'influences dominantes même s'il y en a forcément puisque ça ressemble à tout ce qu'on voit sur Youtube.

Moi : Et pourquoi avoir choisi Youtube ?

Natacha :

Car ce qu'on regardait était sur Youtube. De toute façon aucune plateforme ne **marche** aussi bien que nos marche youtube. Par contre pour la vidéo, on aurait pu se dire avec Alice qu'on ferait un blog, on a choisi la vidéo car on regardait nous mêmes des vidéos et on voyait que des hommes, donc on s'est dit "faut y aller là".

Moi : Est ce que tu as déjà envisagé de publier sur d'autres plateformes ?

Natacha :

Non pas spécialement car, je sais qu'il y a des gens qui essaient de créer des alternatives et je trouve ça très bien, et moi je suis totalement pour ce genre d'initiative. En soi, moi c'est pas du tout que je suis contre, Youtube c'est une saleté à pleins de niveaux, moi quand je vois que certaines de mes vidéos sont démonétisées car on parle de L'Origine du monde, donc "ô mon dieu, on va pas montrer une vulve", quand je vois les histoires de Nota Bene qui dit qu'il y avait des pubs, des trucs hyper chauds devant ses vidéos, il y a pleins de problèmes avec YouTube et c'est nous les créateurs de contenu qui faisons vivre YouTube et ça marche dans les deux sens, ils nous font vivre et on les fait vivre aussi. Mais le problème c'est que les plateformes alternatives - je parle pas de dailymotion mais des trucs plus collaboratifs et tout qui sont en train de se mettre en place - ça nécessite de s'investir vachement et j'ai pas le temps en fait, parce que c'est pas mon activité principale, j'ai une autre activité à côté, et j'ai juste pas le temps de dire que je vais m'investir dans un nouveau projet même si je les trouve très bien. Et s'il y en a un qui marche je ferai ma grosse profiteuse et je débarquerai une fois qu'il y a des gens qui l'auront porté. Mais il y a un moment je peux pas, je peux plus, je vois pas où je pourrai caser ça, c'est juste une question de pas le temps, mais c'est dommage. Après moi je suis totalement pour les gens qui tentent de développer des plateformes alternatives, je trouve ça très bien.

Moi :et qu'est ce que tu critiquerais de YouTube ? Tu parlais de la monétisation, des pubs, mais ce serait quoi tes gros reproches sur YouTube ?

Natacha : bah, ils sont capitalistes quoi ! YouTube leur but c'est de générer un max de revenu, donc ils vont mettre le contenu qui marche le plus, généralement on sait très bien ce que c'est, c'est du contenu complètement débile, c'est des trucs qui sont... je sais pas mais ça les dérange pas que le Raptor Dissident prolifère, alors il y a des vidéos qui sautent car elles sont caractérisées comme étant du harcèlement, mais en entendant il y a certaines de ses vidéos, c'est quasiment de l'appel à la haine, contre des communautés etc, et ils s'en foutent eux, parce que ça génère du revenu. Youtube ils en ont rien à battre, tout ce qui compte c'est le fric, donc il y a un certain nombre de choses qui sont mises en place qui sont dégueulasses, ils coupent l'herbe sous le pieds des petits créateurs, et ils mettent pas en avant... enfin ils mettent en avant uniquement les trucs qui rapportent, voilà ! Qui est quelque part pas toujours le meilleur contenu du monde...

Moi : Tu fais référence aussi au niveau changement où il changeait leurs réformes de monétisation pour les petits créateurs (1000 abonnés, 40 000 vues) : est ce qu'il y a d'autres choses qui t'ont marqué, sur tes deux chaines, où ça t'a fait changé la vidéo ou alors le contenu, la manière de créer ?

Natacha : de la part de YouTube ? non. Moi je me suis jamais... Sur Nat&Alice on a toujours eu de la chance, on a jamais eu de strike, rien, alors qu'on utilise que du contenu qui nous appartient pas. Sur ma chaîne j'ai fait un peu plus gaffe, j'ai pris que des musiques libre de droit. Par exemple ma vidéo au Louvre, le Louvre me demandait de pas la monétiser parce qu'il y a des questions de droit à l'image où ils sont pas sûrs à 100%, mais ça me dérange pas, je m'en fous de pas monétiser mes vidéos, ça me rapporte rien donc... C'est pas très grave. Par exemple j'avais fait une vidéo où je voulais absolument telle musique, je savais que j'avais des chances que ma vidéo soit démonétisée, soit monétisée à la faveur de la société de production de cette musique... je l'ai mise quand même car ça allait trop bien. Mais non sinon on a jamais adapté... Par exemple mes vidéos où je parle de l'origine du monde et la vidéo où je parle de sexe, où je parle très ouvertement de la sexualité, où je montre des images qui peuvent être un petit peu... problématiques pour les plus jeunes publics, moi je fais toujours deux versions : une version pour les + de 18 ans, et une version pour les - de 18 ans qui est du coup avec une censure que je fais moi même, parce que en même temps j'explique des choses mais je fais de l'art, je ne suis pas prof d'éducation sexuelle, et je me dis tant qu'à faire voilà, au moins je... On sait jamais qui regarde quoi, donc je préfère, même si je pense que c'est important de parler de sexualité aux plus jeunes, il faut en parler d'une certaine manière, ce n'est pas ce que je fais.

Moi : donc c'est plus ton public qui va, non te censurer, mais formater peut être un peu tes vidéos ?

Natacha : Ouai, exactement, c'est plus faire attention à moi, ce que je dis, comment je le dis, comment je le présente... Encore une fois, YouTube, moi j'en vis pas, donc... l'impact est assez minime, même si ça me rend triste pour les petits créateurs ce qu'ils font, et ceux qui en vivent je vois bien à quel point c'est flippant, j'aimerais pas vivre en ce moment intégralement de YouTube. A l'heure actuelle, en étant vulgarisatrice, j'aurai vraiment la trouille, c'est pas un choix de carrière qu'il faut faire en ce moment pour moi... Avec toutes les histoires, de toutes les vidéos démonétisées...

Moi : j'ai vu qu'il y en avait pas mal mais je me rends pas compte à quel point ça s'équilibre ?

Natacha : pour un gros vidéaste, une vidéo démonétisée... en fait ce qu'ils font c'est que les premiers jours ils la démonétisent et ensuite ils font, ah non en fait ça va, et puis ils la remettent, sauf qu'en fait le maximum des vues et des revenus c'est les premiers jours, donc quand c'est ton salaire qui est en jeu, c'est une catastrophe, c'est comme si ton patron te disait : alors ce mois-ci on te paye mais on te paye que les 15 derniers jours où tu as travaillé pas les 15 premiers. Voilà c'est... Il y a pleins de trucs comme ça qui se faisait pas au début, et qui font beaucoup râler les gros vidéastes qui vivent de ça, ce que je comprends.

Moi : toi comment tu vois le futur de ta chaîne ?

Natacha : excellente question ! euh... Moi la chance que j'ai c'est de ne pas en vivre, honnêtement je pense que c'est une connerie à l'heure actuelle de vouloir vivre de YouTube, surtout quand on est vulgarisateur. Quand on fait un autre contenu comme des tutos make up, etc, c'est des contenus qui vont continuer à avoir de l'avenir, il y a pleins de sponsors, c'est des choses dont on peut vivre confortablement pendant plusieurs années. Pour moi les vulgarisateurs qui vivent de YouTube, je sais pas quelle longévité va voir leur carrière là dessus, je trouve ça hyper risqué, je suis juste beaucoup trop trouillard pour me dire, allez je me lance dans cette grande aventure qu'est YouTube et on verra bien. C'est pas des revenus stables, c'est un travail de dingue, bon après qui est gratifiant donc je le fais quand même le travail après tout mais... Non, non moi je veux pas vivre de YouTube, ça c'est clair, moi j'aimerais bien pouvoir en vivre à temps partiel, voilà pouvoir travailler à côté de ça, avoir mon travail à temps partiel, YouTube à temps partiel ce serait je trouve un super équilibre, et puis même je trouve... YouTube c'est comme tout, si tu veux en vivre il faut savoir faire du réseau, faut aller faire copain copain avec les gros youtubeurs, faut faire des partenariats, faut faire des collabs, et moi ça me gave, j'aime pas faire du réseau, j'ai jamais aimé faire ça, j'en ai pas fait pour le milieu de l'art je vais pas en faire pour YouTube. Moi en toute honnêteté à une époque je m'étais fait quelques copains YouTube, certains d'assez gros youtubeurs, j'ai été hyper déçue par toute cette

bande là qui est très... nombrilistes, en dessous d'un certain nombre d'abonnés bon, on est là mais pas vraiment et d'un coup on dépasse un certain nombre pallier et tout à coup on est des vrais amis. Il y a vraiment un truc malsain que j'aime pas trop...

Moi : tu penses que c'est impliqué par YouTube ou...

Natacha : en fait je pense que beaucoup de gens qui se lancent sur YouTube, ce sont des gens qui, et moi la première, ne sont pas toujours parfaitement intégrés dans le reste de leur vie à différents niveaux : il y en a qui ont des difficultés au niveau affectif, sentimental, professionnel, c'était mon cas par exemple, et du coup ils se tournent vers ça car c'est hyper épanouissant, c'est hyper bien mais comment dire... ce sont tous des bras cassés en fait, moi la première, je vais être honnête, ce sont tous des bras cassés. C'est spécial, j'ai jamais vu une telle concentration de dépressifs dans ma vie quoi, vraiment, et je dis pas ça méchamment envers les dépressifs, j'ai été dépressive moi même, je sais très bien ce que c'est. Mais ils s'entretiennent tous un peu là dedans, entre eux, donc il y a un côté comme ça... et puis même moi je vais pas courir après les gens et leur faire de la lèche pour faire une collab avec eux, je suis pas comme ça, c'est pas la peine. Moi s'ils aiment pas ce que je fais, s'ils m'aiment pas... c'est même pas comme ça que ça marche, c'est plus "est ce que t'es cool, ou est ce que t'es pas cool". Moi je suis pas très cool, donc j'ai jamais été vraiment intégré, j'étais là mais j'avais l'impression d'être un espèce de boulet et j'aime pas du tout comment ils m'ont fait me sentir... Parce que voilà c'est un peu les cool kids maintenant, ce sont des gens qui ont lutté à d'autres niveaux et qui maintenant tout d'un coup deviennent les cool kids, et du coup moi j'ai vraiment un peu du mal. Donc voilà c'est un peu le problème et moi j'ai pas envie de faire ça, donc je sais que j'arriverai jamais à exploser sur YouTube car j'arriverai jamais à faire les collabs qui feraient que... C'est pas grave, ça n'a pas d'importance...

Moi : parce que tu gagnes des abonnés et tu gagnes de la visibilité quand tu es recommandé, c'est ça, à partir d'un certain seuil ?

Natacha : Ouai, moi je vais pas mentir, j'en suis là où j'en suis parce qu'à un moment j'ai fait une collab avec histoire brève, avec Dave d'histoire Brève, j'en serai pas du tout là où j'en suis si j'avais pas fait cette collab, je serai encore toute petite, dans mon coin et tout ça. Voilà, c'est comme ça que ça marche, c'est encore une fois qu'une histoire de réseaux, c'est pour ça que je préfère faire mes trucs dans mon coin, les faire à ma sauce, les faire comme j'aime, et puis pas avoir même à se plier au mode, aux tendances, parce que si on veut que ça marche il y a de ça aussi, faut faire du contenu qui plait. Donc moi je veux faire du contenu qui m'intéresse et qui vont peut être pas intéresser, je sais que je fais des vidéos qui vont intéresser peut être un dixième de mon public. Je m'en fous moi j'ai envie de parler de ça, je le fais, et la vidéo fera un flop, tant pis, c'est pas grave, je me serai amusée à la faire. J'ai fait une longue vidéo qui était sous forme d'interview de Berthe Weil, qui était la première femme galeriste en France, l'année dernière pour la journée de la femme : elle a super mal marché mais je m'en fous, c'est une des vidéos qui me plait le plus, qui m'a le plus apporté, qui m'a grave tenu à coeur, je suis trop contente de l'avoir fait, c'était un format où j'ai bien rigolé à le faire, donc non c'était important pour moi et pour moi c'est un succès peu importe le nombre de vues. Et ça, quand on en vit, ça marche pas comme ça, si le nombre de vues est peu élevées ça veut dire qu'on a moins à manger dans son assiette le soir, et moi j'ai pas envie de ça. Donc l'avenir c'est continuer comme ça dans l'absolu, puisque maintenant je commence, avec les partenariats, à avoir un petit revenu.

Moi : Est ce que je peux te demander aussi, je sais que c'est très personnel donc tu me dis si ça te dérange, mais à peu près à combien ça revient ces collabs ?

Natacha : j'ai fait des collabs avec une petite galerie où c'était 300 euros la vidéo, la plus grosse collab que j'ai faite jusqu'à présent c'était le Louvre et c'était 2300 euros. Donc c'est hyper variable. Là c'est en cours je sais pas si ça va se faire, il y a la caisse d'épargne qui fait son bi-centenaire et qui a contacté un certain nombre de vidéastes vulgarisateurs, et là ça pourrait peut-être être un truc qui pourrait se chiffrer autour de 6000 euros. Moi j'ai jamais fait un truc pareil. Mais généralement moi

les musées, je demande 500 euros, voilà, et j'ai une galerie où j'ai travaillé, je leur ai fait 500 euros et quand je leur ai rendu la vidéo finale ils m'ont dit, ils ont été super sympas ils m'ont dit que c'était tellement bien qu'ils m'ont donné 300 euros en plus. Donc ça fait plaisir.

Moi : Est ce que toi des entreprises comme Youdéo ça t'intéresserait ?

Natacha : Euh... moi je bosse toujours dans mon coin, pour l'instant, encore une fois j'ai vraiment envie de faire mes trucs dans mon coin. On verra... ce que je fais plus tard, pour l'instant voilà... en fait j'ai une chance, entre guillemets, c'est que pour l'instant sur les chaînes francophones j'ai une, si ce n'est la plus grosse chaîne d'art. Donc malheureusement, je n'ai pas fait l'école du Louvre - je déconne pas, parce que Muséonaute sont souvent mis en avant car ils ont fait l'école du Louvre, tant mieux pour eux, moi je les adore, mais parfois je lis des articles je suis là mais... au secours. Sauf que moi j'ai fait une grande école mais elle est pas connue en France, donc ils s'en foutent, et moi je suis là "vous êtes graves les gars". Mais bon l'avantage que j'ai c'est que quand les gens cherchent à faire une vidéo sur un truc artistique, je suis une assez grosse chaîne spécialisée art. Mais pour l'instant je cherche à faire mes trucs dans mon coin, les partenariats, j'en fais ou j'en fais pas c'est pas grave, j'ai un boulot à côté. Le but c'est que ce soit pas envahissant, que ça ne me prenne pas la tête trop non plus.

Moi : Tu as une charte graphique assez particulière, comment tu l'as choisi, pensé ?

Natacha : C'est pas moi qui l'ai faite. Moi je trouvais ma chaîne dégueulasse, je suis une graphiste lamentable, j'ai absolument aucun talent pour ça, et je me suis dit faut vraiment que je fasse quelque chose. Et j'ai une connaissance qui est graphiste, que je connais de YouTube donc c'est une pote assez récente, mais j'adore son style, je trouve que ce qu'elle fait c'est hyper sympa donc je lui ai demandé un devis pour refaire la charte graphique de ma chaîne. Et après on en a discuté, moi je lui ai dit des couleurs un peu vives, et après j'aime ton style donc propose moi des choses. Et après elle m'a tout de suite dit oui, j'ai trouvé ça hyper cool ce qu'elle avait fait, je trouve que ça rend hyper bien, c'est hyper sympa, et voilà. C'est elle qui m'a fait la bannière, l'avatar, tout. Et après elle m'a donné le template pour les miniatures et c'est moi qui refais les miniatures à chaque fois. Mais je ne sais pas sinon, il faudrait l'interroger elle, sur ce qu'elle avait en tête, mais moi j'ai juste trouvé ça beau en fait, c'est mes couleurs, j'aime bien, ça me ressemble bien. J'ai pas réfléchi beaucoup plus que ça, encore une fois j'ai pas trop un esprit d'entrepreneur, d'entrepreneuriat.

Moi : ma prochaine question est un peu pareil mais, est ce que tu réfléchis à une manière de communiquer tes vidéos de manière particulière ?

Natacha : Euh... En fait c'est venu assez spontanément au fur et à mesure c'est à dire que j'ai... conscience que j'ai un visage hyper expressif, et donc c'est vrai que très rapidement j'ai bugé sur des têtes que je faisais donc je tease en mettant mes sales têtes en ligne, sur Twitter, et maintenant Instagram, machin et je me suis mis à Instagram aussi du coup. C'est à cause de YouTube que je me suis mise sur Insta, il m'a fallu déjà plus d'un an et demi pour aller sur Twitter, puis après Instagram. C'est vraiment pour YouTube. Mais après moi j'aime bien, ça m'amuse pas mal. Et à partir de ça je me suis dit à un moment, ce serait trop drôle de faire un Gif en faisant un truc débile pour chaque vidéo, et voilà c'est devenu ma manière de communiquer, juste parce que ça faisait partie du constat, voilà j'ai une tronche hyper expressive, je fais de la vidéo et pas de l'audio, pas du blog, justement parce que j'ai ça.

Moi : Est ce que tu as eu envie de te montrer ? Dans le sens où c'était un des désirs qui venaient de toi, tu avais envie de te montrer, de te voir en vidéo, ou juste de parler face caméra ?

Natacha : pas plus que ça, moi j'aime pas trop me voir à l'image, bon maintenant je m'en fous parce qu'à force de faire du montage on oublie que c'est soi. Mais en même temps, au bout d'un certain temps, de regarder des vidéos, à force d'entendre des gens me faire des retours, je connais tous mes défauts, je sais très bien quels sont mes problèmes, par exemple je sais que ma voix est pas génial,

passer pas très bien, et tout, je sais très bien que c'est vraiment pas ma force, que parfois mes textes il y a des formulations qui sont toujours pas très claires, un peu alambiquées et tout, mais par contre un truc qui est clair c'est que j'ai un enthousiasme communicatif, et que j'ai une gueule très expressive. Et quand j'ai créé un de mes formats qui est "3 coups de pinceaux" qui est mon format très court, j'ai mis ma tronche, il y a toujours ma tronche quelque part dans la vidéo, et elle cache un petit peu l'oeuvre, et j'ai eu des remarques genre "pourquoi tu mets pas juste les oeuvres ?" et c'est une vraie question qui s'est posée quand j'ai créé le format, c'est : est ce que je laisse vraiment ma tronche ? Et je me suis dit bah oui, parce que je pense que ma voix porte pas du tout l'enthousiasme, je pense que j'ai pas du tout une voix intéressante et je sais pas du tout travailler ma voix, je suis nulle pour ça, j'ai jamais fait de théâtre, c'est un truc je maîtrise pas du tout. Par contre, je sais que quoique je fasse j'aurai du mal à être inexpressive, donc autant laisser ma tête ça apporte quelque chose, ça ponctue, ça apporte même de l'illustration je trouve. Donc à partir de là, la communication faite aussi dessus, sur les Gifs, etc. Et puis je pense pareil, au bout d'un moment, je me rends compte que les gens suivent ce que je fais parce que mon contenu, et il y a aussi un peu... on suit les youtubeurs pour leur personnalité aussi, donc maintenant j'exprime beaucoup plus mes opinions personnelles, je fais des vidéos hors sujet où je parle de trucs liés à l'art mais aussi à mon vécu de l'art, des choses que j'aurai pas du tout faites au début.

Moi : et où est ce que tu situes, c'est ça qui est compliqué quand on est youtubeur, il y a cette frontière floue entre privé et public et tu ne sais pas quoi mettre en avant et c'est toujours un peu ce qu'on reproche et ce qu'on aime chez les youtubeurs ?

Natacha : Ouai, bah c'est une question qui se pose tout le temps, et ce à quoi je réfléchis c'est : est ce que ça me met dans une situation de vulnérabilité, est ce que c'est quelque chose que je dois cacher car je dois en avoir honte, est ce que c'est quelque chose dont je suis censée avoir honte, est ce que ça apporte quelque chose d'en parler où est ce que c'est juste se révéler par pur exhibitionnisme, et du coup pour répondre au voyeurisme de l'autre, et... j'ai fait une vidéo avec Margaux de la chaîne "vivre avec" et c'était un témoignage de ce que j'ai vécu comme anorexie mentale, et c'est vrai qu'il y a des gens qui comprennent pas le besoin de faire ça, et moi je pense que déjà c'est thérapeutique pour moi et ça avait vraiment un but, je voyais à quoi ça allait servir. Sur YouTube, pareil, j'ai fait un truc sur l'art et l'image du corps, donc comment l'art m'a aidé à mieux accepter le fait que j'avais pas un physique dans les normes, les canons de la beauté, etc. Et du coup, pareil, je pense que c'est pas me révéler plus que ça parce que je suis un peu en paix maintenant avec ça, ça va pas me faire mal même si on m'attaque là dessus, je m'en fous maintenant. 35:46 Et ça peut servir, le propos est là pour dire quelque chose, c'est pas juste de l'exhibitionnisme un peu malsain. Je me pose la question à chaque fois bien sûr et c'est toujours un peu le problème... mais c'est plus délicat quand je suis en live, sur twitch, etc, et parfois j'ai un problème de no filter, je suis très très honnête comme personne, et... parfois je fais pas gaffe et mon copain me dit "mais tu es en train de parler de tes problèmes avec ta directrice sur twitch, tu te rends pas compte", et je m'en suis rendue compte à un moment. Mais je suis tellement blabla et je raconte ma vie, et je suis une grosse pipelette, et... je suis un livre ouvert, je raconte tout, j'ai pas honte de qui je suis, et moi j'aime bien être dans l'échange, et je trouve que si tu veux connaître l'autre faut forcément se révéler un petit peu, et quand on est sur twitch on a l'impression d'être dans l'échange avec les gens, donc c'est le moment pour moi où ça devient compliqué à gérer, faut vraiment que je me cadre quand j'ai pas écrit un texte à l'avance et que j'ai pas pu réfléchir.

Moi : Moi je travaille beaucoup sur l'algorithme de youtube, et je voulais savoir comment toi tu es attentive à cet algorithme, est ce que tu te renseignes dessus, comment ça t'influences, qu'est ce que tu en penses, comment tu voudrais le changer ?

Natacha : Alors honnêtement je me renseigne quasiment pas. Il y a un moment, quand j'avais vraiment envie que ça marche mieux youtube pour trouver du boulot derrière, où je m'étais renseignée un peu, c'est le moment où j'ai créé les 3 coups de pinceaux, et j'ai voulu que ça commence par un chiffre parce que la légende à cette époque c'était de dire que si le titre de ta vidéo commençait par un chiffre tu étais mieux répertorié. C'est le seul truc franchement qui m'a.... où la

j'ai essayé de faire un truc en fonction de l'algorithme. Par exemple quand j'ai fait une vidéo avec "j'ai bien ruiné votre enfance" sur la belle au bois dormant : on avait quasiment le même nombre d'abonnés et sur sa chaîne il y avait beaucoup plus de vues sur sa vidéo que sur la mienne. J'ai essayé de comprendre pourquoi, j'ai discuté avec d'autres vidéastes, et je comprends pas pourquoi car le fond est quasiment le même car on a travaillé les textes ensemble, la forme c'est la même car c'était moi qui était à la réal, donc je sais que... et qu'est ce qui fait qu'il y a plus de vues chez elle que chez moi, et c'est vrai qu'ils m'ont dit "c'est vrai que la seule chose qu'on a pu constater c'est le titre" : donc c'est faire du titre un peu pute à clique, un peu vendeur et tout. Euh... donc je le fais un petit peu mais honnêtement je suis nulle pour ça, donc euh... voilà de temps en temps je mets des trucs en lettres majuscules, on m'a dit que c'était bien donc je le fais (rire), après j'essaye pas plus que ça et l'algorithme honnêtement j'ai complètement arrêté de me renseigner car... j'ai l'impression que ça change tout le temps, qu'on sait jamais exactement, tu entends des bruits, genre des qui te disent "si tu monétises pas tes vidéos elles sont moins bien répertoriées", d'autres gens qui disent "mais non ça change rien", au bout d'un moment je comprenais tellement plus rien que j'ai un peu décroché de tout ça, donc désolé je pourrai pas trop t'éclairer là dessus.

Moi : Tu fais pas partie de channels, ou de Google Preferred ?

Natacha : non non, je fais tout toute seule, c'est mon côté tout dans mon coin, c'est chiant mais c'est confortable car j'aime bien l'indépendance, mais en même temps ça veut dire que parfois tu vas tourner dans un musée et il y a personne pour t'aider, tu vas tout faire tout seul. Mes amis ne savent pas filmer et les youtubeurs parfois sont pas dispo, ce que je comprends, donc voilà, j'ai mon copain en cas vraiment d'urgence, et puis maintenant j'ai accepté que j'arrive dans les musées toute seule et je leur dit "ne vous inquiétez pas je vais faire, mais je ressors de là c'est comme si j'avais couru trois marathons, et puis tout seul dans un musée c'est pas marrant mais moi j'aime bien l'indépendance, j'apprécie beaucoup.

Moi : et est ce que tu suis les analytics de tes vidéos ?

Natacha : Non franchement je regarde occasionnellement, quand je vois passer un truc sur twitter, sur "machin a tant d'abonnés et tant sont des femmes" donc je me demande "et moi alors tiens" mais sinon... je suivais au début en fait, et il y a un moment où mon rapport à ce que je fais sur youtube à complètement changé, je pense que c'est le moment où j'ai décidé de devenir institutrice, et je sais où je vais professionnellement, maintenant YouTube c'est un travail, mais que je peux faire beaucoup plus à la cool, et je me suis complètement détendue par rapport à ça, et c'est vraiment le moment où ça a décollé à pleins de niveaux, c'est le moment où j'ai commencé à avoir des propositions de projets rénumérés, etc, c'est vraiment le moment où il y a pleins de choses qui se sont débloquent parce que moi même je pense que je me suis détendue par rapport à tout ça. Ca fait un an que j'ai pas sorti de 3 coups de pinceaux c'est pas grave, je m'en fous quoi. c'est pas grave, je fais ça comme je veux, à mon rythme, j'ai envie de faire un nouveau format que je ferai sans doute que cet été parce que c'est pas un truc qui va avoir de l'intérêt de faire hyper longtemps donc je ferai peut être un truc sur l'été et puis voilà. 41:28 L'année dernière j'ai eu envie de parler de maquillage et je me suis dit "allez j'y vais" et je me sentais pas bloquée. Et là c'est vraiment une grande liberté de faire ce qu'on veut, et comme je suis quelqu'un d'assez spontané moi j'ai tout le temps des trucs qui popent et je me dis "oh oui !" et j'ai tendance à foncer un peu bêtement mais au moins maintenant je regrette pas, et puis parfois ça marche parfois ça marche pas, mais encore une fois je m'en fous. Non c'est hyper agréable de le faire comme je le fais maintenant, je suis hyper contente.

Moi : Et est ce que tu te considères sur un marché concurrentiel ? De l'extérieur tu le vois comme ça ?

Natacha : Peut-être que je devrais, j'en sais rien... Enfin moi non... Non parce que c'est pas parce que des gens me regardent qu'ils vont pas regarder Muséonaute en même temps, je pense qu'on est pas en compétition les uns avec les autres. Moi par exemple j'ai fait de la promo pour des chaînes d'art que j'aimais bien, et je me dis pas "olala, ils vont me doubler", s'ils ont plus d'abonnés que moi ils ont

plus d'abonnés que moi, tant mieux pour eux. Et puis ils font quelque chose que je ne fais pas, mais tant pis parce que moi j'aime bien les choses telles que je les fait.

Je pense qu'il y a des gens qui le voient comme ça de l'extérieur car on sait bien qu'on a une audience limitée l'air de rien, car des gens qui s'intéressent à la vulgarisation il n'y en a pas tant que ça, et ils vont pas pouvoir consommer tout ce qui existe, c'est une question de temps. Mais... moi je préfère éviter de voir ça comme ça, c'est mieux d'imaginer qu'on est tous des petits potes... bah là on se fait souvent des apéros entre gens qui font de l'art sur YouTube, voilà on est plutôt dans une atmosphère de camaraderie, très sympa, et puis comme on est tous des petites chaînes pour le coup, on a pas le côté que j'aimais pas quand j'étais copine avec des plus gros youtubeurs, c'est plus bon enfant entre nous.

Dès que ça grossit, dès que ça devient l'activité principale des gens, il y a quelque chose qui change, et c'est normal hein, c'est normal. Mais c'est vrai que les gens qui vivent de YouTube, c'est compliqué d'être pote avec eux, quand t'es toi même petit vidéaste. YouTube est tellement un sujet présent, dont ils parlent, parce que c'est leur boulot quoi. Et du coup tout leurs potes c'est YouTube, et donc au bout d'un moment tu es enfermé dans un truc où c'est YouTube tout le temps, et moi je pense pas à YouTube tout le temps, c'est... c'est un truc que je fais pour me faire plaisir et puis voilà.

Moi : Si tu devais changer l'algorithme de YouTube, que ferais tu ?

Natacha : euh... et bah je ferai un algorithme qui repère des critères qui font que certains vidéastes qui sont pas mis en avant, qui sont pas visibles parce que sont des femmes, des personnes racisées, des gens qui font des contenus de vulgarisation, dans l'humoristique, etc.... et aléatoirement de temps en temps je prendrai quelqu'un de ce contenu et hop je le mettrai en numéro 1 des tendances, pour donner de la visibilité aux gens qui n'en n'ont pas. Un peu de la discrimination positive, mettre en avant ceux qui, certaines raisons, ne sont pas regardés. Et c'est vrai que les premiers concernés ce serait les femmes, les racisés, les gens qui font de la vulgarisation tu en as de temps en temps dans les tendances mais faut pas se leurrer, c'est toujours les mêmes, c'est Nota Bene, c'est Dirtybiologie, etc. Tous les autres, on est là dans notre marasme, donc voilà je ferai un truc comme ça, et comme ça, ça brasserait, et je trouve que ce serait bien de faire un peu de brassage. Moi je défends beaucoup la discrimination positive, moi je ferai un algorithme qui ferait de la discrimination positive.

Moi : et tu ferais quoi comme Business Model ?

Natacha : Comme Business Model ? olala, ça c'est beaucoup plus compliqué, car vu l'échelle de YouTube, vu la quantité de contenu, c'est hyper difficile de faire des trucs un peu ciblé, c'est à dire de sélectionner les publicités, de sélectionner les annonceurs, les contenus. En fait ils sont obligés à un moment d'avoir un truc de robot, avec tous les défauts que ça a notamment un certain nombre de pubs dégueulasses, un certain nombre d'annonceurs qu'on a pas envie de les avoir devant nos vidéos. Mais je pense qu'il faudrait fractionner, réduire à des plus petites échelles pour qu'il ait vraiment un contrôle qualité, mais des deux côtés, un contrôle qualité à la fois du côté des annonceurs et à la fois du côté des créateurs, parce que des deux côtés parfois il y a des trucs c'est chaud quoi ! ET même si on voit que ça finit par leur retomber sur le coin de la figure, avec PewDiPie, Logan Paul... Bon les trucs qu'ils ont fait ça a finit par avoir des conséquences mais eux ils sont énormes, il y a des gens beaucoup plus petits qui font des trucs tout aussi chauds et ça reste là. Et moi je suis instit, je suis avec des gamins toute la journée, et les gamins ils sont tous sur YouTube, et ils tous accès à ce genre de contenu, et je me dis que... je sais pas, peut-être fractionner, revenir à de plus petites échelles, et avoir une version humaine pour avoir un vrai contrôle de ce qui se passe. Parce que là pour l'instant le truc... ok c'est bien la liberté d'expression, mais il y a un moment où...

Moi je pense que dans ma prochaine école je proposerai de faire un cours de sensibilisation numérique pour les petits. Moi là j'ai des CP, CM1-CM2 pour l'anglais, et aussi des 6emes. Donc ça va de 6 à 11 ans, et ils sont déjà tous sur YouTube, même les CP Netflix et YouTube ils y sont déjà. Je leur en parle pas trop pour l'instant car je pense qu'il faudrait vraiment faire, les prendre 1h et faire un truc spécialement là dessus. Notamment les CM1-CM2 ils rêvent tous de se lancer sur YouTube, et il y a un truc qui s'appelle la pédo-pornographie, et je sais pas si... Et quand on est un enfant et

qu'on s'expose sur internet on s'expose aussi à ce genre de truc, et un enfant fait pas toujours attention à ce qu'il dit, dont il va donner le nom de son école, il va donner même son quartier, son adresse, son nom de famille, ils font pas gaffe à ce genre de chose les enfants. Donc je pense que c'est hyper important de leur faire des cours de sensibilisation à ça, et pour faire aussi attention au type de contenu qu'ils consomment, peut-être il faut le faire valider par un adulte, parce que moi mes 6èmes ils regardent quand même narcos et The Walking Dead, à 11 ans. Narcos dans le premier épisode il y a un viol collectif, c'est bien les parents qui laissent Netflix en accès libre, mais faut surveiller ce qu'ils regardent ! A 11 ans si personne ne leur explique ce qu'il se passe, c'est un petit peu traumatisant, et ils comprennent pas ce qu'ils consomment, ce qu'ils absorbent, et c'est chaud, c'est quelque chose qu'ils devraient regarder avec des adultes, et peut-être pas du tout vu leur âge. C'est un vrai problème ! Moi j'adore le numérique, je supporte pas le discours de mon CPE qui me dit "vous savez mais c'est internet et les téléphones, ils sont responsables de tous les maux du monde", et je suis là "mais vieux con". Et ça me saoule car c'est aussi génial, c'est aussi tellement de choses formidables. Mais effectivement il y a des trucs moins cools. Je pense que c'est aussi parce que les parents ne savent pas trop le gérer non plus. Je pense que notre génération aura été habituée au numérique et on saura beaucoup plus comment expliquer à des enfants comment faire et ce qu'il ne faut pas faire. C'est comme la télé, il y a eu un comité de supervision d'abord, un dessin animé ou une série ne va pas diffuser à telle heure de la journée avec tel type de contenu car ils savent qu'il y a potentiellement des enfants, c'est aussi bête que ça, et Netflix et YouTube ne se rendent pas compte de ça.

Entretien avec Bruno, co-fondateur de la chaîne « Le Mock », effectué le 25 avril 2018 :

Moi : Quelle est votre parcours à tous les deux, et pourquoi avez vous commencé la chaîne ?

Bruno : On va utiliser nos vrais noms car ce sera plus facile et ça me viendra plus facilement, moi je m'appelle Bruno et je fais ça avec Nicolas. On s'est rencontré en prépa littéraire, en 2010-2011, ça ne nous rajeunit pas. C'était à Lyon, à Sainte Marie de Lyon. Moi même je venais d'Orléans et j'avais quitté cette ville pour aller dans une grande ville. Et donc on s'est rapproché par affinité de caractère et aussi parce qu'en prépa littéraire il n'y a pas beaucoup de garçons, donc forcément, ça rapproche. Et l'idée n'est pas venue immédiatement, c'est à dire qu'en 2011 YouTube ça démarrait tellement à peine que personne ne regardait vraiment. A la limite on se disait "est ce que tu as vu la vidéo de Norman sur les bilingues ?" mais franchement ça n'avait vraiment pas le poids que ça a maintenant. Et moi je suis pas passé en Khâgne, je suis partie à Science Po à Lyon, et j'ai fait mes années là bas, et pendant la 3ème année tu dois partir à l'étranger et moi je suis parti à Taiwan. Et donc pendant toute cette année là avec Nicolas on se voyait pas trop mais on n'avait quand même l'envie de faire un truc ensemble, et entre temps les vulgarisateurs ont débarqué sur YouTube en 2014 grosso modo, et on s'est vraiment dit, c'est hyper intéressant mais personne le fait en littérature, c'est à dire que tu avais ça en science, en cinéma, en tout ce que tu veux, mais en littérature il n'y avait personne ou quasi personne. Et donc on s'est dit pourquoi pas nous.

Moi : Vous vous êtes lancé parce que c'était vraiment votre envie de parler de ça ou parce que vous ne voyiez personne sur le créneaux ?

Bruno : non je pense qu'en fait c'était vachement un prolongement de comment on se comportait à l'origine. C'est à dire que quand t'es en prépa et que tu discutes avec des gens qui sont pas en prépa, ils disent tout de suite "ola, ça doit être difficile" et toi tu dis "non non au contraire, je regarde pleins de trucs super chouette, d'ailleurs toi tu regardes Marvel et bah en fait il y a des liens", enfin bref, donc on faisait déjà vachement ça à l'origine et du coup ça s'est fait assez naturellement, on s'est dit qu'on allait mettre en scène la façon qu'on a déjà de s'exprimer et de chercher à faire des liens pour le rendre intéressant, dans une optique un peu défensive, justificatrice. Et c'est comme ça qu'on a commencé, la seule difficulté c'est qu'il y a des coûts d'entrée très importants sur YouTube, c'est à dire que t'as à la fois le matériel, mais aussi toutes les compétences : tu dois savoir tout faire, tout gérer ou en tout cas tout apprendre. Et donc ça a été un peu difficile au début, on s'est cherché un peu, on a fait quelques vidéos qu'on a jamais sorti car elles étaient pas folles, mais malgré tout on a commencé à sortir la première vidéo sur Dom Juan en janvier 2015. Et ce qui est frappant c'est qu'à l'époque, les vulgarisateurs étaient vraiment dans le sillage des podcasteurs quoi, comme on dit, et avait vraiment l'habitude de l'humour, de dire "on est là, on fait des blagues", et du coup tu dis un truc puis tu le mets en sketch, etc.

Moi : c'était quoi vos influences les plus prégnantes ?

Bruno : Je pense qu'ils te répondront tous ça, mais c'est Karim Debbache. C'est que quand il a sorti ces trucs, la fois où je l'ai découvert, et j'ai passé la soirée à bingewatcher comme un bâtard parce qu'en fait j'ai l'impression qu'à partir de lui, tout les autres gens - enfin avant lui tous les autres gens faisaient de la merde, et quand il est arrivé tout le monde s'est dit qu'il relevait un peu le game, donc il va falloir se donner du mal, donc voilà peut-être notre plus grande influence.

Moi : Est-ce que pour toi il a mis un format en place ? Comment il a rehaussé le niveau ?

Bruno : Il a rehaussé le niveau en faisant quelque chose qui n'était pas du tout repentant, pas du tout craintif d'expliquer des trucs, de passer un peu pour l'intello de service, de chercher à trouver la raison de choses banales. Et il y avait non seulement ça, que le gars cherchait pas du tout à s'excuser de faire des vidéos qui étaient longues et qui étaient fouillées sur des trucs on aurait pu dire que c'était de la merde, genre des films tirés de jeux vidéos. Et c'est les reproches qui lui ont été fait régulièrement, en lui disant qu'il parlait que de trucs qui sont nuls à chier, pourquoi tu ne parles pas

de bon film. Et lui répondait "je m'en fous en fait je prends ça et j'en tire quelque chose", et en terme de leçon sur le cinéma t'en tirait un max de choses ! Et dans le livre qu'on a écrit récemment, il y a plusieurs chapitres où il y a des moments de démonstration qui nous ont été inspirés de ces vidéos là, alors que pourtant c'était uniquement sur le cinéma, mais il y avait des trucs vachement plus globaux, c'était hyper ambitieux en fait. Le ton aussi était vraiment très bien trouvé, c'était blagueur mais en même temps ça va vite, c'était efficace, il n'y avait vraiment pas le truc du genre "ah tu fais un blague, c'est un peu long, tu coupes la musique, et tu fais du genre coin coin et puis ça reprend", pas du tout il fait des blagues et puis il trace, il s'arrête jamais. Il y avait la forme aussi qui était assez léchée, c'était nickel, c'était pas devant une petite bibli à deux balles, c'était travaillé, il y avait des inserts, et puis tu apprenais à connaître les personnages aussi, ils se mettaient en scène aussi avec son autre Kamel Debbiche, mais aussi avec les deux gars qui sont juste des techniciens à l'origine et qui sont vachement mis en scène dedans. C'est vraiment quelqu'un qui a montré qu'on pouvait avoir de l'ambition sur YouTube. Et faire des choses qui étaient pas de la blague, de la qualité. Et surtout que c'était faisable à 3/4 personnes. Donc je dirai que c'est ça notre influence principale, mais elle s'est pas vraiment fait ressentir immédiatement parce que même si on savait qu'on aimait ça, il fallait qu'on trouve le public, qu'on le convainc facilement que la littérature classique c'est pas que pour les gros relous. Et donc il fallait faire des blagues, etc. Et c'est pour ça que dans toutes nos premières vidéos on fait une mise en scène, un résumé un peu drôle, avec des trucs qui sont plus ou moins bien trouvés. Et c'est à partir de la vidéo sur l'Etranger que les choses ont changé.

Moi : Oui on remarque que vous avez un vrai basculement dans votre chaîne, parce qu'avant vous étiez vraiment très littéraire, et après vous êtes passés du côté d la pop culture, problèmes sociétaux, vous vous êtes un peu éloignés de la littérature.

Bruno : oui c'est vrai, mais d'une certaine manière à chaque fois c'est informé par la littérature. Enfin il y a toujours un livre implicitement, ou alors même celle sur les journalistes, où il n'y a pas de livre explicitement, c'est malgré tout ce truc de l'amour des histoires, c'est presque de la narratologie, donc ça trouve toujours un lien. Et là samedi on en sort un sur la lecture, sur l'évolution de la lecture, donc il n'y a pas non plus un livre explicite. Je dirai pas que ce qui a changé c'est que les oeuvres classiques prennent moins de place, c'est plus le fait d'essayer de leur donner une autre place. Et notamment dans la mise en scène des textes : c'est à dire que quand tu fais le résumé de madame Bovary ça envoie le mauvais signal car tu as l'impression que c'est presque que le résumé qui compte, que c'est l'histoire qui compte soit "emma rouaud qui veut un mari élégant, ou je sais pas quoi". Mais en fait c'est pas du tout ça, il peut y avoir des romans excellents où il n'y a pas grand chose qui se passe, c'est parce que ça va vachement au delà et ça tu peux le faire sentir uniquement si tu fais entendre les textes, plutôt que si jamais tu commentes, c'est ça qui est hyper bizarre. Et ça on s'en est rendu compte au moment de l'Etranger, donc c'était juin 2015, et comme on avait prit l'habitude de faire les résumés, là on s'est dit "on sait pas comment résumer l'étrange, mais putain de merde, c'est compliqué". Donc la façon dont on a procédé, c'est quand on a demandé à nos amis qui avaient une voix très appropriée, et un autre de faire la musique, et ensuite on a tourné de trucs, etc, et du coup on a vraiment segmenté les moments où on faisait le résumé et le moment où c'était le texte qui était lu. Et ça a extrêmement bien marché, on s'est rendu compte que ce qui plaisait, c'était pas la blague, c'était pas les trucs un peu sur le mode de la défense "mais si c'est quand même bien, c'est pas relou je vous jure"... En fait tu t'en fous, tu fais juste le truc, de la façon qui te paraît la plus solide, la plus réussie possible et c'est ça qui a vraiment plu. Et nous même on s'est dit "ah bah voilà on a trouvé un truc" qui nous même nous faisait nous dire qu'on était à un endroit intéressant. Du coup d'une certaine manière dans les 3 formats qu'on développe depuis septembre, le pas originel de la chaîne on l'a conservé, c'est le truc qu'on a fait sur Romain Gary, Anna Karénine, etc, ensuite il y a le format des poèmes de Charles Baudelaire mis en musique, c'est à dire là vraiment dire "je m'en fous de tout, c'est juste un poème, de la musique, et c'est tout", et le dernier c'est la pop culture parce qu'il y a l'idée de dire qu'on vit dans un monde où ce sont les idées qui font changer, d'une certaine manière les livres que les gens ont lu mettent en forme leurs pensées, et du coup dans tous les événements du quotidien on peut toujours trouver des traces dans la littérature classique, c'est à dire dans les choses qui baignent un peu l'esprit commun.

Du coup, pour retracer l'histoire de la chaîne, je dirais surtout ça : c'est que au début on était un peu incertain, on essayait de faire des blagues, et maintenant on est parti dans la direction de dire "peut importe le quand dira-t-on". On essaye vraiment de montrer le poids que la littérature classique peut avoir dans la vie de tout le monde, mais aussi avant tout dans la nôtre, et on a l'impression que c'est ça qui fonctionne.

Moi : quand vous avez fait la vidéo sur l'Etranger, vous vous êtes rendus compte après ou avant que c'était ça en fait le truc que vous vouliez ?

Bruno : En le faisant, on se disait - comme à chaque fois on faisait un résumé qui était assez propice au texte, pour Andromaque c'était en mode Feux de l'Amour, pour madame Bovary c'était un narrateur très naïf par rapport à la vie - là on se disait là ça fonctionne car c'est un peu lié à la façon dont le texte est fait. L'Etranger c'est un texte qui est hyper sensoriel, il est en permanence soumis à ses sensations, et ça tourne pas rond pour lui, et donc il fallait faire un truc qui soit à la fois visuel et audio purement. Et donc en le faisant on se disait qu'on le jugeait propice. Et c'est à posteriori qu'on s'est rendu compte que ça marchait 1000 fois mieux de dire "tout ce qu'on pourrait dire du texte il sera in fine beaucoup moins bien trouvé que le livre lui même". Donc soit tu racontes l'histoire avec tes mots à toi qui sont moins bien, soit il n'y en a pas.

Moi : quelle idée vous aviez quand vous vous êtes lancés au départ, qu'est ce que vous vouliez au départ quand vous vous êtes lancés sur YouTube ? C'était quoi l'ambition de départ ?

Bruno : Euh... il y a plusieurs choses : il y a quand même avant tout un truc de l'ordre de la mission, on se disait qu'un monde dans lequel les gens lisent de la littérature classique, c'est un monde qui est à priori plus sain. C'est justement dans les livres, surtout des livres aussi exotiques, parce que c'est le principal intérêt de la littérature classique : ça arrive encore très bien à te parler et pourtant ça a été écrit par un type qui vivait pas dans le même monde que toi, avec des idées complètement différentes, et qui mets en scène des personnages qui sont pas toi et qui sont pas pareils. Donc ceux qui arrivent à se plonger dans des romans aussi différents apprennent à se mettre à la place d'autrui, il apprennent à avoir non seulement de l'empathie mais surtout à se rendre compte de l'immense vanité à se considérer en permanence comme personnage principal, ça remet en perspective en permanence, le fait de dire que tu es quelqu'un d'important et que tout devrait être soumis à tes desideratas. Et si on considère que c'est ça le principal problème, le truc un peu d'orgueil, je trouve que la littérature classique en permanence nous rappelle ça, rien que le fait que tu vois un texte qui est dix fois plus vieux que toi et qui lui a traversé les siècles alors que tout ses contemporains pas du tout. Donc je dirai que l'idée principale c'était un peu un truc de mission, on se disait que ce serait quand même bien que les gens lisent de ça. On est pas totalement revenu dessus mais disons qu'on se rend bien compte de la relative inutilité de le prendre sous le prisme de la culture : on est pas là pour faire la culture des gens, c'est à dire que si tu n'as pas lu Andromaque, en fait franchement on s'en bat les couilles, c'est pas un problème moral, ou en tout cas une distinction hiérarchique entre sachant et non sachant. L'idée est dire que s'il n'y a qu'un seul texte qui doit compter pour toi alors so be it, aucun problème. Mais celui-ci il faut que tu prennes le temps de le mâcher, de le ruminer, qu'il habite un peu en toi, qu'il te nourrisse vraiment. Du coup tu y prêtes attention, et d'une certaine manière c'est plus inviter à une lecture qui est vraiment attentive, pas uniquement du décorticage qui est avant tout scolaire, c'est avant tout personnel, on l'a vachement pris en compte récemment parce qu'on nous a demandé de faire une conférence sur John Greene, c'est celui qui a fait "Nos étoiles contraires", voilà un auteur qui se vend très bien mais qui passe pas pour de la littérature classique. Et il est lui-même catégorisé Young Adult, c'est à dire 15-20 ans. Donc on a lu ses principaux livres, et on a trouvé que c'était somme toute assez riche, en fait il y avait vraiment pleins de choses, ça en faisait des livres qui étaient très intéressants, très fertiles, très fructueux, et on avait envie de se dire que c'était une chance que les gens commencent par lire en lisant ça. Et ensuite on a regardé des vidéos de booktubers et booktubuses sur ces livres là, et on se rendait compte qu'à chaque fois ils passaient à côté, ils se focalisaient sur l'histoire, sur le résumé, sur le sens littéral, sur le fait de dire : il y a ça qui se passe, ce personnage là il est sympa, l'autre je l'ai pas aimé parce qu'il est relou..

Moi : Après leur but ce n'est peut-être pas de décortiquer un texte, ils ont peut-être plus juste envie de donner envie de lire le livre, ou juste de raconter leurs impressions ?

Bruno : C'est très probable et c'est pour ça que je cherche pas à dire qu'ils font un mauvais travail, je cherchais simplement à dire, et j'ai trouvé assez révélateur le fait qu'en se réduisant au sens littéral de ces romans là ils n'en tiraient pas toute la moelle. Si tu dis "lisez mes étoiles contraires, c'est mon livre préféré" alors il y a tout lieu de dire qu'il est important d'avoir noté ceci ou cela. Pas des choses d'explications de texte. Par exemple dans nos étoiles contraires, en gros c'est l'histoire d'une jeune fille qui a le cancer et qui tombe amoureuse d'un garçon qui lui, n'a pas le cancer, en tout cas au début. Et justement ils ont leurs étoiles contraires, et à la fin du film c'est lui qui a fait une rechute et il meurt, et elle est dans un état stable et qui du coup pourra continuer sa vie comme telle. Et ce qui est frappant est que elle même déteste la façon dont les gens qui ont le cancer sont représentés dans la littérature, dans les choses comme ça, car elle trouve que en permanence, on dit "ah les gens qui ont le cancer, les enfants cancéreux, c'est hyper noble, ils se battent, ils sont hyper courageux" et du coup on leur fait tout passer, on leur dit ok, bref. Elle, elle trouve ça insupportable, elle a juste envie de dire "comme d'hab, je suis quelqu'un de normal, et je cherche à ce qu'on comprenne qu'en moi il y a beaucoup de colère, d'agacement, et que c'est pas du tout digne, et qu'en fait je me pisse dessus, et je sais que je serai toujours un paria et je voudrais qu'on cherche pas à le renforcer par de bons sentiments. Et donc la seule personne qui a l'air de comprendre ça c'est un auteur qu'elle rêve de rencontrer et qui a écrit un livre qui traite de cette histoire, c'est-à-dire d'une jeune fille qui a le cancer, et qui va pas bien. Et elle obtient par la "make wish foundation" qui permet aux enfants cancéreux d'avoir leur plus grand rêve réalisé, peu importe le montant, et elle obtient de partir en Hollande là où il habite, et de le rencontrer. Evidemment en fait c'est un sale type, un gros connard qui dit "vous êtes des grosses merdes, je m'en bats les couilles de vous, crevez quand vous voulez", et donc ils sont un peu deg, et ils rentrent chez eux. Et ensuite la suite de l'histoire.

Si tu te tiens au sens littéral de l'histoire, tu dis "ah c'est l'histoire d'une enfant qui a le cancer". Mais il ne suffit pas d'aller chercher très loin de plusieurs choses : d'abord, le livre dont elle est fan par cet auteur qui vit très loin, c'est explicitement le livre que tu es en train de lire toi même, c'est-à-dire nos étoiles contraires. En plus, si tu crois que le roman c'est la réalité, tu peux te dire "ah je rêve de rencontrer cet auteur car il a l'air génial" et qu'en fait c'est pas du tout la même chose, et que c'est un sale type. Parce que son enquête à elle, c'est de dire "il s'est terminé trop brutalement votre livre, et je voudrais savoir ce qu'il se passe après". Ce qui est un positionnement de lecteur hyper naïf, c'est comme de croire qu'il a saisi des personnages qui existent et qu'il en fait le récit, en historien. Mais lui dit "je peux pas, l'histoire se termine" : et c'est un peu une pique de l'auteur car son précédent livre se termine assez brutalement et ça lui a été beaucoup reproché, et il dit "je peux pas inventer la suite, c'est du pur papier, je peux pas inventer des gens qui n'existent pas". Et si tu ne fais pas la différence, t'es foutu. Et c'est en permanence des choses qu'il manifeste au lecteur et à côté desquelles tu peux complètement passer.

Ce qu'on a envie de dire, en conclusion c'est : la culture en soi peu importe, elle a l'immense intérêt que c'est des trucs que tu partages un peu avec tout le monde, c'est essentiel. Mais si tu veux n'avoir lu que Nos Etoiles Contraires, aucun problème. Mais si c'est vraiment ce livre là que tu as lu, lis le vraiment, et essaie d'en tirer toute la moelle, tout le fond du fond. Donc voilà, je dirai que c'est ça notre ambition pour l'instant.

Moi : Comment vous voyez le futur de la chaîne ?

Bruno : Euh... On sait pas trop. Je pense qu'on est à la fois inquiets et pas inquiets, parce que... Ca nous demande énormément de temps, et ça ne rapporte pas d'argent.

Nicolas est prof de français, et moi même je suis dans le journalisme, j'ai participé à un truc qui s'est monté mais qui n'a pas marché, en février. Donc, en attendant je suis censé chercher autre chose, mais vu que c'est moi qui fait les montages, ça me prend un temps fou, ça déborde naturellement, dès que tu as du temps, c'est beaucoup plus agréable de faire du montage qu'autre chose. Du coup on se rend compte qu'on est trop bien parti, si je puis dire, pour arrêter. Et en même temps on est pas encore assez reconnu dans les milieux qui ont de l'argent pour qu'on puisse recevoir des commandes. Pour l'instant on a quelques trucs, je sais pas si t'a vu, ce sont les "booktubes du patrimoine", des

trucs qu'on fait avec des médiathèques de Rhône Alpes, c'est un peu payé mais c'est pas ouf, et donc on essaye de développer des trucs comme des conférences ici ou là, c'est plein de projets mais bon...

Moi : Est ce que votre but c'est de décliner ce que vous faites sur YouTube ailleurs, sur d'autres plateformes, médias, conférences ?

Bruno : On y serait pas opposés. Parce que c'est un peu le contenu de ce qu'on dit qui nous paraît important, plus que la façon dont on l'amène. Et en même temps on se rend bien compte qu'une vidéo a un potentiel beaucoup plus enthousiasmant et pouvant beaucoup mieux emporter l'adhésion, qu'une conférence, où tu parles pendant 45 minutes et les gens te disent ensuite "ah d'accord, j'ai beaucoup aimé, c'était très intéressant". Mais une vidéo c'est un objet que tu fabriques tellement, et qui reste vraiment pour toujours, c'est ça qui est ouf. Il nous faudrait apprendre d'autres compétences si on voulait le faire autrement. Par exemple là on a lancé des lives pour un truc qui est purement de la littérature classique : chaque semaine c'est sur un livre différent. Mais on se rend compte que c'est quelque chose de complètement différent de gérer un live, tu es pas là pour parler en continu, il faut quand même relancer l'intérêt du truc par différentes façons et ça c'est une compétence qu'on a pas. Donc on est pas opposé au fait de décliner notre format mais pour l'instant c'est pas exactement au programme car ça nous demanderait de réapprendre des trucs qu'on a pas encore fini d'apprendre.

Moi : Est ce que vous aimeriez vivre de votre activité ?

Bruno : oui je pense qu'à terme. Si en ce moment je vivais de ça, je ne chercherais pas à par tous les moyens à envoyer des CV à droite et à gauche. Je souhaiterais quand même le faire car c'est important de travailler avec d'autres gens pour continuer à apprendre des trucs car avec Nicolas on fait ça mais c'est hyper horizontal, on est au même niveau l'un que l'autre donc on progresse à deux mais il n'y a personne qui te relit, qui te donne des conseils, qui te corrige. Ça c'est quelque chose qui reste important et que je chercherais pas à mettre complètement de côté en me disant "ça y est, maintenant c'est youtube, et juste j'écris". Ce qui serait un peu dommage. Mais l'ambition malgré tout c'est que ça rapporte suffisamment d'argent pour qu'on puisse en vivre, à Paris a fortiori.

Moi : vous êtes tous les deux sur Paris ?

Bruno : Nicolas est à Compiègne mais seulement la première partie de la semaine, ensuite on se retrouve à Paris et on travaille. Mais on a malgré tout des pistes : il y a le CNC ils ont mis des trucs en place, on a envoyé un dossier et on attend la réponse, car il y a une attente d'un mois et demi, c'est assez long. Si ça se met en place ce serait déjà un premier échelon. Et on sait bien que, comme ce qu'on fait est quand même correcte, il n'y pas de raison que ça n'intéresse pas des gens à terme qui peuvent nous financer. Mais qui vivra verra comme on dit.

Moi : Vous monétiser vos vidéos ? Vous avez un Tipeee ?

Bruno : on ne monétise pas nos vidéos parce qu'on a vraiment une détestation très forte de la publicité. Et la pub fait vraiment le boulot inverse de ce qu'on essaye de faire. Mettre des publicités devant nos vidéos on trouverait ça trop difficile, et il y a même des gens qui nous ont contacté avec un service où si les gens regardaient une pub de 30 secondes ça t'envoie 10 centimes. J'imagine très bien des gens qui sont chez eux et qui bouffent de la pub de merde juste pour nous envoyer 50 centimes, franchement non merci.

En revanche on a effectivement un Tipeee et ça marche pas trop mal, c'est plutôt chouette. Je pense qu'il y a beaucoup de gens pour laquelle c'est la meilleure façon de se financer. Parce que c'est relativement stable étant donné que c'est pleins de gens, et qu'en plus ce sont des gens qui apprécient vraiment ce que tu fais au point de...

Moi : Là vous avez vos revenus de Tipeee, ceux du livre que vous venez de publier, est ce que vous avez d'autres revenus ?

Bruno : 30:34 non on a uniquement les vidéos qu'on fait avec Rhône Alpe, et on a aussi les interventions qu'on fait aux fêtes du livre, au salon du livre, etc. Qui sont rémunérés mais pas énorme. Mais même pour la monétisation, si on le mettait en place, ce serait grotesque, ça nous rapporterait rien.

Moi : **Comment vous avez pensé et décidé votre chartes graphiques, votre manière de communiquer, vos façons de présenter vos vidéos, le cadre formel de vos vidéos (tons, générique, avatar) ?**

Bruno : Il y a pas mal de choses qui se sont fait en tâtonnant. C'est au moment du montage où tu testes un peu des trucs, et tu jauges si ça fonctionne ou pas. Pour le générique, c'est une vidéo qu'on avait vu passer à l'époque, qu'on trouvait à la fois un peu rigolote et en même temps bien flippante. Il pose une question, et on peut se demander ce que se type essaye de dire, quels sont ces reproches. Je pense que, hormis ça où on s'est dit qu'il fallait le mettre, qu'on lui trouve une place, il y a pas mal de choses qui ont été fait en tâtonnant, en observant ce que font les autres, en volant, dans le sens où tu commences en copiant autrui, en le remettant un peu à ta sauce. Je dirai que ça n'a pas été un choix conscient, on essaye simplement que ce soit fidèle à notre ton : on veut pas passer pour des types prétentieux, et en même temps on ne cherche pas à se défendre de ce qu'on essaye de dire, et on essaye aussi d'éviter la mise en scène de soi. C'est le principal souci de la notoriété : ce qui est assez frappant quand les gens multiplient les réseaux sociaux, quand leur chaine c'est leur propre nom, quand ils manifestent clairement que la notoriété a été quelque chose d'important pour eux, c'était essentiel. Et c'est dramatique car tu ne manques jamais d'exemple quand celui qui a atteint son rêve d'être reconnu, ça lui a pourrit sa vie, il ne rêvait que d'être normal, et comme Avicii qui meurt à 28 ans.

C'est la même chose avec Stromae, le mec avait atteint le haut du haut et tout le monde disait dans ses concerts que c'était un ouf, pleins d'énergie, bref, et il a dû tout abandonner et il dit qu'il est sous antidépresseur... Donc il y a un moment où tu te dis que si tu n'as pas chercher à mettre des barrières entre toi et ta personne publique, tu vas te tirer une balle.

Moi : **C'est pour ça que vous avez choisi des noms différents ? Vous avez fait d'autres choix dans cette veine ?**

Bruno : oui tout à fait, et le fait de dire que c'est "Le Mock" et pas la chaine de Pierrot et Redeck. Le Mock c'est l'émission sur la littérature classique. Le Mock c'est à cause des mooc.

Moi : **vous aviez pensé faire des mooc ?**

Bruno : oui parce que c'est un peu le truc qui a émergé à l'époque, et on se disait qu'il fallait un nom clair, court et facile. En fait c'est de la merde car les gens savent pas comment l'écrire, et du coup la fois suivante ils te disent "ah j'ai voulu regarder mais j'ai pas trouvé". Quand tu t'appelles "science étonnante" tu as fait le meilleur choix.

C'est avec ces gardes fous là, qui font qu'on reste qui on est, et qu'on cherche pas trop à se mettre en scène, tout le reste c'est vraiment à tâtons, en permanence. Tu essayes un truc, tu vois si ça marche, ça marche pas.

Moi : **Comment vous voyez que ça marche, ou que ça marche pas ?**

Bruno : par un truc très imprécis qui sont les commentaires. Et aussi ce que nous disent nos amis. Mais quand tu vois dans les commentaires que ceci ou cela est beaucoup mis en avant, tu te dis qu'il doit y avoir quelque chose. Par exemple la dernière qu'on a fait sur Astier, il y avait un commentaire sur 3 qui disait qu'on faisait trop de geste pour s'exprimer. C'est vrai que c'était un truc très inconscient de notre part, parce que tu parles pas avec les bras le long du corps. Et en même temps on a vu dans quelle mesure ces gestes pouvaient être parasites, et qu'il faut absolument les canaliser et même si tu les canalises, tu peux t'en servir pour la transmission des idées, l'expression c'est pas

juste de la parole c'est aussi tout le reste. Tout ça pour dire que cette avalanche qu'on a reçu nous a permis de nous dire "dans la suivante on va rectifier ça".

Moi : A quel point vous donnez de l'importance aux commentaires ? Par rapport à votre propre opinion ?

Bruno : Pour les commentaires c'est vrai qu'on les prend avec des pincettes car on sait bien que c'est un profil particulier de commenter. On répond pas à tous, même si on répond à beaucoup, mais on les lit tous. Ceux qui commentent, c'est un profil identifiable, c'est un gars, en général, qui est relativement jeune et qui donne son opinion en 30 mots sur un truc qui t'a pris beaucoup de temps. Quand ils disent juste "Merci beaucoup", c'est chouette mais tu as envie de dire "n'hésite pas à expliquer pourquoi ça t'a plu, ça nous fait toujours plaisir et ça nous permet de mieux comprendre". Mais il y a aussi beaucoup de gens qui disent "ah moi j'aurai pas fait ça comme ça" et nous on a un peu envie de dire "nique ta mère". Moi c'est des choses qui m'agacent beaucoup mais Nicolas a toujours insisté pour leur répondre en disant "ah bon, pourquoi tu dis ça ?", dès que le truc est un peu agressif, il faut répondre de la manière la plus posée possible. Et à chaque fois la personne répond "ah oui d'accord, bon merci de m'avoir répondu, je voulais pas être aussi sévère que ça, j'aime beaucoup ce que vous faites...". Ca donne l'impression que les gens se disent que dans l'océan des commentaires, il faut être hardoss pour ça donne envie aux autres de te répondre, et qu'ils prennent conscience de ce que tu dis.

Moi : C'est pas juste de la méchanceté gratuite ou du troll ?

Bruno : Peut-être mais je dirai qu'il y a quand même un truc particulier avec les vulgarisateurs, c'est qu'il n'y a jamais un milliards de commentaires. Et il y a un rapport différent qui s'est tissé. Sous les vidéos de Squeezie, les commentaires je suis pas sur qu'il les lisent car il y en a vraiment beaucoup, et que globalement ils ont pas tous un contenu informatif. Je cherche pas du tout à critiquer Squeezie, je suis fan de lui et je regarde toutes ces vidéos. Mais je pense qu'il y a un truc particulier qui se tisse avec les vulgarisateurs, et qui fait que tout le monde est pseudo constructif, ou en tout cas, souhaitant l'être dans l'intention. Donc il est rare que les gens soient spécifiquement injurieux pour aucune raison. Il y a seulement la vidéo sur Usule où là c'est quelqu'un qui est très apprécié donc c'est normal...

Moi : Qu'est ce qui s'est passé sur la vidéo sur Usule ?

Bruno : Comme on essaye de pointer une fois où, dans le clivage gauche droite, il se trompe. Et il y a eu énormément de commentaires qui disaient : "vous êtes des gros macronistes". Ce qui était quand même assez frappant étant donné que moi même je me considère comme anti libérale, mais pas du tout uniquement économiquement. Mais même sur les autres sujets, donc je voulais justement faire ça pour dire "il y a les libéraux, et il y a leurs adversaires et ils sont beaucoup plus nombreux que juste Usule dans son coin". Et le fait de passer pour Macroniste, je me suis dit "bah comme quoi le texte était pas assez suffisamment travailler". Mais c'était aussi un moment où on faisait nos vidéos en 72h, ça carburait, on avait pas vraiment le temps de se relire.

Moi : Et pourquoi vous étiez dans cette course effrénée à la vidéo ?

Bruno : Parce qu'on se disait que c'était l'actu brûlante qui faisait cliquer. Mais en fait c'est pas le cas. Toutes les vidéos qu'on a faites vraiment, n'étant pas en lien général sur un truc actuel mais sur le truc qui s'est passé dans la semaine, ce sont des vidéos qui ont été vues, qui sont intéressantes, mais qui ont perdu un peu de leur pertinence, qui sont retombées. Par exemple Notre Dame des Landes, même un peu Black Mirror : si tu fais un truc qui est trop circonstancié, ça néglige le fait que même si aujourd'hui il se passe un truc important, deux jours après on parle d'autres choses.

Moi : Ca, vous l'avez vu dans vos vues, vos commentaires, que la vidéo marchait moins bien car trop circonstanciée ?

Bruno : c'est à la fois dans les vues, mais aussi dans le fait qu'on les recommande moins. On se dit que ça parle moins, c'est trop précis. Et quand tu dis à un tel "tiens celle-là pourrait t'intéresser" (comme vidéo), tu lui parles pas d'une qui était liée à l'actualité d'il y a 3 mois. Tu lui parles d'une qui peut être liée à un truc auquel il réfléchit. Notamment celle sur la vulgarisation : comme elle cherche vraiment à faire un état des lieux, elle reste beaucoup plus pertinente beaucoup plus longtemps. Et c'est quand même le principe d'une vidéo, c'est qu'on te donne la possibilité de faire un truc qui va rester toujours sur internet, saisis le en faisant quelque chose qui va dans ce sens là. Donc c'est pas seulement dans les vues, on se rend compte aussi que nous même on les regarderaient pas forcément à nouveau.

Moi : Est-ce que vous vous êtes déjà sentis freinés ou limités par YouTube, la plateforme en elle-même ? Et pourquoi vous avez choisi cette plateforme ?

Bruno : On a choisi YouTube car tout le monde est dessus, c'est ça qui est fou, on est un peu dans des groupes de vidéastes et les gens disent en permanence "rah la casquette de YouTube, c'est vraiment trop compliqué, donc on va créer un nouveau site". C'est ouf car les gens investissent une telle énergie et un tel temps pour un truc qui ne peut pas marcher, c'est tellement par effet de réseau... Même Dailymotion, non seulement c'est mal fait, je ne sais pas si tu as déjà essayé mais tu regardes une vidéo et dès la fin de ta vidéo il y a la suivante qui commence, mais un truc qui n'a aucun rapport, mais c'est en mode lecture automatique mais qui te laisse même pas le temps de respirer, qui t'agresse... Donc franchement c'est nul à chier !

(...)

Youtube la plateforme c'est hyper opaque, ce qui est frappant c'est que ce n'est que récemment qu'on a pris conscience que ce n'est pas uniquement de leur fait. Leur principal problème ce n'est pas que les vulgarisateurs fassent des vues, c'est qu'il n'y ait pas des vidéos pédophiles en tendance. Que ce soit ça ou des trucs racistes, ou autre. C'est tellement compliqué pour eux de... Car avant ils faisaient ça uniquement par robots, "Content Idea" là, et qui a laissé passer pleins de trucs parce que ça marche bien pour les trucs de Copyright car tu as juste à scanner les contenus, alors que c'est différent quand un humain doit regarder... Là ils ont dit qu'ils avaient embauché 10 000 personnes, parce qu'ils se sont rendus compte que si les annonceurs fuient la plateforme, eux ils sont foutus. Et le fait est que YouTube est déficitaire, depuis très longtemps, et que probablement ça le sera pendant un bout de temps. Comme c'est une multinationale on a pas envie de les plaindre, on se dit qu'ils s'en sortent bien quand même, mais on prend la mesure que parfois, on a l'impression qu'ils nous tirent un peu dans les pattes. Un truc dont ils se sont vantés récemment c'est qu'ils avaient viré je sais pas combien de milliers de milliers de vidéos inregardables, parce que racistes, antisémites, etc... Et il y avait 3/4 des vidéos qui avaient été vues par des gens, par plus d'une centaine de personnes, et au premier trimestre 2018, ils disent qu'il n'y avait plus que 1/4 des vidéos qui avaient été vues par des gens, et du coup que 3/4 des vidéos n'avaient jamais été vues. Du coup, ils disaient que par leur algorithme ils avaient réussi à faire en sorte que ces vidéos illégales ne soient vues par personne. Peut-être qu'ils les avaient supprimés avant, mais malgré tout ils ont un truc où ils mettent en avant ce qui font un max de vues et ils décroissent ceux qui en font très peu et qui ont l'air de susciter peu de retours. YouTube n'explique pas, comme tu as vu dans le truc de l'algorithme de Youtalks, il n'y a pas de document où ils explicitent leur algorithme donc c'est vrai que on ne sait pas du tout comment faire, et on constate qu'on fait des trucs et il y a des abonnés qui les voit pas, des notifications qui sont pas reçues...

Moi : comment vous vous en êtes rendus compte ?

Bruno : parce que les gens nous le disent. En allant sur un truc ils disent "ah mais la vidéo précédente je l'ai pas vu alors que j'ai pourtant activé la notification", donc on se rend compte qu'il y a cette difficulté là, et ils sont hyper pénibles, et pourtant pour celle d'Astier elle a été mise dans les suggestions assez généreusement, et c'est vrai qu'elle a très bien marché. Donc on se rend vraiment compte qu'on est pas hyper aidé, mais on essaye de faire notre vie sans. Il n'empêche qu'on est pas les plus mal lotie puisqu'on voit des gens faire des très bonnes vidéos et qui ont moins de 10 000

abonnés et qui se rendent vraiment compte que eux, depuis quelques mois, ça marche plus du tout bien, leurs vues décroissent et ils se donnent encore plus de mal et en fait ça donne rien.

C'est exactement la même chose qu'on avait avec Facebook, le nouveau fil d'actualité, pour tout ce qui est des pages, tu es foutu si jamais c'est pas un truc qui fait cliquer. Donc ça pose la question de la plateforme, c'est vrai, mais il y a aussi le fait que son rôle premier n'est pas de me mettre en avant, elle pourrait en bénéficier mais un truc où le monde entier peut mettre des vidéos, faut admettre que c'est un sacré challenge.

Moi : Comment vous vous renseignez sur l'algorithme en général, et sur ce qu'il se passe sur YouTube ?

Bruno : il y a des groupes Facebook de vidéastes de différents palliers, et du coup c'est des endroits où pas mal de gens ont compilé des infos et qui sont attentifs aux évolutions. Mais en fait on a très peu de façon de le faire et c'est pour ça que quand on est tombé sur la vidéo de Youtalks, j'ai découvert les trucs que si les gens débarquent sur YouTube par ta vidéo où qu'ils quittent YouTube par ta vidéo, c'est des choses qui impactent et je l'ignorai complètement.

Moi : vous analysez vos analytics ou pas ?

Bruno : oui mais en fait ça t'enseigne des choses que tu sais un peu déjà. A moins de savoir vraiment lire les statistiques, tu n'y lis que ce que tu es capable d'en lire.

Moi : et vous, vous êtes capable de lire quoi ?

Bruno : je sais pas... pas tant de choses que ça. On est capable de lire qui sont les gens qui la regardent, quel public regarde quel type de vidéos... et pas beaucoup plus.

Moi : est ce que vous avez l'envie d'en apprendre plus, d'avoir plus accès à ces analytics ou vous vous en foutez ?

Bruno : Ouai.. mais en même temps, on ne sait pas vraiment ce que ça pourrait nous apprendre, on sait qu'on est regardé par des gens qui sont jeunes, qu'ils restent majoritairement jusqu'à la fin de la vidéo, que certaines vidéos marchent mieux que d'autres, mais après.... C'est l'interprétation qui joue tout le rôle. Si jamais il y avait un data scientist qui se penchait vraiment sur le truc, il pourrait nous dire des choses, mais pas tant, ou alors ce serait vachement de l'interprétation mais ce serait pas forcément de la capacité de prédiction.

Moi : et donc vos résultats vidéos vous les prenez surtout par les commentaires et par les vues des abonnés ?

Bruno : oui, même si du coup parfois on se dit que c'est l'algorithme qui nous a fait une fleur.

Moi : vous n'avez pas de tips qui vous pensez qui vous feraient remonter dans l'algo ?

Bruno : on pensait que si tu cherchais des trucs d'actu politique brûlantes, tu pourrais tomber sur les vidéos qu'on faisaient et ça pourrait marcher mais en fait, c'était pas la bonne idée étant donné que les gens vont pas sur YouTube pour chercher des infos sur l'actu. Ils y vont pour voir les gens qu'ils aiment et pour en apprendre plus sur les gens et chaînes qu'ils aiment bien. Ou alors sur les thèmes très importants qui leur paraît pouvant être approfondi. Mais ça c'est des choses qu'on tirent en observant comment nous on utilise YouTube aussi. Et ce serait pas forcément les analytics qui pourraient nous en dire beaucoup plus. Je dirai même que c'est terrible car ça te fait perdre du temps, si tu regardes en permanence et que tu te dis " ah je pourrai faire ça"... bref.

Moi : Est-ce que vous faites partis de Google Preferred ou de Channels ?

Bruno : j'ai l'impression qu'il y a peu de choses qui sont aussi admises que le fait que ça te sert uniquement quand tu fais pleins de vues, parce qu'ils s'occupent de tout. Mais quand tu en fais peu, ils te volent, c'est pas une blague. C'était aujourd'hui le jour des impôts et je peux te dire que s'il fallait donner encore 30% à je sais pas qui....

Moi : **Qu'est ce que tu penses de l'algorithme de YouTube ?**

Bruno : je pense qu'eux-même ils tâtonnent, ils savent pas trop comment faire. On a moins l'impression qu'ils sont soumis au desiderata d'une seule personne comme sur Facebook, mais oui ils tâtonnent. Et je comprends vraiment qu'ils cherchent à faire en sorte de pas mettre en avant des vidéos qui sont odieuses, et qu'il vaudrait mieux ne pas voir. Mais après il y a quand même des trucs qui sont bizarres : par exemple les tendances, personne n'arrive vraiment à comprendre qu'est ce qui arrive en tendance, pourquoi ça y reste. On a l'impression d'un côté que c'est volontaire, parce que tu vois des types qui ont 20 000 vues et qui sont dedans, c'est sûr c'est payer sinon je sais pas comment ils se sont débrouillés. Et en même temps tu as l'impression qu'il y a 1000 trucs qui sont bizarres : par exemple il n'y a pas longtemps, il y a eu la vidéo d'un coureur cycliste qui est mort sur la route et qui est resté deux jours numéro 1 des tendances, tu te dis, les gens (de YouTube ?), même s'ils ne regardent pas toutes les vidéos ils regardent au moins les tendances, ils ont bien cherché à la retirer de là, si ça n'a pas été fait ça donne l'impression qu'ils n'ont pas réussi à le faire. Il y a aussi le fait que les vidéos de Squeezie ne sont jamais en tendance, alors que pourtant il sort une vidéo il fait 2 millions de vues en 1 jour, je comprends pas pourquoi. On a l'impression qu'il y a un tas de trucs qui sont encore un peu bizarres, et qui ne rentrent pas dans la logique qu'on veut bien leur reconnaître, qui est d'éviter les contenus injurieux mis en avant.

Moi : **tu penses que c'est conscient ?**

Bruno : en vrai je sais pas du tout.

Moi : **ils ont quand même été accusé de renforcer des vidéos complotistes, YouTube Kids a été très critiqué car des vidéos très chelous se trouvaient dessus, et tu te dis "pourquoi ?"**

Bruno : ah c'est vrai j'avais zappé ce truc là, effectivement avec l'article du new yorker qui montrait que plus tu regardes des contenus politiques plus tu vas dans les contenus extrêmes de politique. Je pense que... Non j'ai pas trop réfléchi au truc, je suis sûr qu'ils jouent un rôle, je suis sûr que c'est pas les seuls à jouer un rôle parce que... de toute façon dès que tu parles de politique tu sais bien que tu vas te mettre à raconter des âneries au bout de deux secondes, donc... Je sais pas trop. Ouai d'une certaine manière ils veulent que tu restes, c'est pour ça qu'ils te mettent en avant si t'arrives sur leur site grâce à ta vidéo où qu'ils te l'enlèvent si tu la quittes par celle-ci. C'est parce qu'ils veulent que tu sois en permanence dessus, donc c'est vrai qu'ils cherchent à le maximiser, et que les trucs un peu extrémistes c'est ça qui fait réagir, et qui te fait dire "putain cette vidéo, j'en reviens pas, regarde je te la montre", etc.

Mais vraiment je ne saurai pas quoi faire à leur place.

Moi : **Et est-ce que tu t'es déjà senti, avec Nicolas, formaté par la plateforme YouTube dans tes vidéos, en tout cas de passer par certaines étapes pour publier et faire ta vidéo ?**

Bruno : Non, hormis la question des copyrights. Aux USA, ils ont le truc du Fair Use, la citation, que nous on utilise pour les extraits vidéos aussi. Mais du coup tu es obligé de les intégrer d'un façon un peu particulière, pour qu'elles soient pas détectées par le robot, qui lui même est hyper....

Moi : **et comment vous les intégrez alors ?**

Bruno : du coup tu zoomes un peu, et tu mets l'autre, tu la grossis, et tu la mets... Enfin c'est difficile à expliquer.

Moi : mais comment ça se passe au montage ?

Bruno : en gros tu mets deux couches de la même vidéo, parce que ça ne peut pas être n'importe quel arrière plan sinon c'est moche, et en même temps il faut qu'il y ait un arrière plan, si il y a du noir autour c'est pas beau. Si tu fais une vidéo c'est pas pour ne pas maximiser l'effet de la vidéo ! Comme quand tu mets des images : si tu mets une photo mais qui est juste en petit, ah moins que ce soit pour un effet, sinon c'est quand même dommage.

Tu zoomes un peu donc dans la première, tu la mets en plus petit, et l'autre tu la mets en plus grand derrière mais floutée et du coup ça sert d'arrière plan, qui du coup agit exactement de la même manière et se déplace de la même manière, et a la même colorimétrie, que celle qui est en train de passer. Donc ça c'est un truc de montage qu'on est obligé de faire à cause du robot de YouTube, mais en même temps il respecte la loi française, quoiqu'elle soit floue sur le truc, m'enfin bon...

Moi : Mais comment vous avez eu cette idée là ? Par tips qu'on vous a passé ?

Bruno : non c'est en voyant ce que faisaient d'autres gens, mais après tu tâtonnes, tu te rends compte qu'il vaut mieux qu'il y ait une espèce de relief derrière, pour qu'elle ressorte mieux, donc tu fais un peu tes petits trucs, mais **en général c'est pas la plateforme qui te formate mais c'est ce que tu vois.**

Au début on faisait des blagues car tout le monde faisait des blagues, maintenant on essaye de faire des trucs qui sont pas hyper longs car les gens ont pris l'habitude de regarder des trucs qui sont pas hyper longs...

C'est normal que ces autres vidéos te formatent car c'est ce qui te nourrit aussi, et du coup tu te dis "ça c'est bien je pourrais faire la même chose". Ou alors tu regardes Poisson Fécond et tu te dis "ça c'est de la merde je veux pas faire la même chose".

Moi : Quelles sont les vidéos que tu regardes le plus à part Karim Debbache ?

Bruno : Squeezie.

Moi : et tu es influencé par Squeezie dans tes vidéos ?

Bruno : ouai, parce que la raison pour laquelle il s'en sort aussi bien et que clairement c'est lui qui remporte son débat ridicule contre Ardisson, c'est qu'il est vraiment comme il est, c'est à dire hyper digne, hyper simple, et dans le débat d'Ardisson on sent qu'il est un peu saoulé mais il est au dessus de ça, et qu'en fait ce sont vraiment les autres qui sont grotesques en face de lui, et je trouve que c'est son principal intérêt. Il en est arrivé à un point où tu le regardes pas pour ce qu'il va faire, mais tu le regardes pour être avec lui, c'est ça qui est assez particulier, c'est qu'il a vraiment développé un truc où il donne l'impression d'être un ami, et je pense que pour lui même c'est aussi très important parce que comme il est très connu il peut pas sortir dans les bars, tranquille rencontrer des gens. Il peut uniquement fréquenter des gens qui sont aussi connus parce que sinon, il y aurait un truc hyper inégal qui se mettrait en place et ça marcherait pas. Donc lui même il est ravi de pouvoir faire ses vidéos parce que du coup c'est un peu un exutoire : je m'adresse à toute la communauté des gens et je me comporte comme je suis. Et donc il a vraiment réussi à trouver un truc un peu spécial et moi ça fait deux ans et demi que je regarde, et je me suis vraiment dit, "le mec a changé" parce qu'il a grandit, dans la simplicité qu'il a à être là, être content de ce qu'il fait et ne pas essayer d'enjoliver les trucs. Sa principale vertue c'est être là, et bah je trouve qu'il en dit long sur le fait de dire que, sur YouTube, on apprécie avant tout des personnes, au delà des contenus. **C'est d'abord le contenu qui t'intéresse, puis c'est vraiment la personne qui te fait revenir.** Et je trouve que la personne qu'il met en avant c'est une personne que je trouve chouette et que je trouve très rarement présente.

Par exemple, MCFly et Carlito, c'est difficile de pas regarder leurs vidéos car elles sont assez divertissantes, mais ils ont un côté un peu glaçants, ils sont bizarres, ils sont trop immatures : à 32 ans, il y a quand même un truc bizarre à ce qu'ils soient comme ça en permanence. Et donc ils créent un peu un sentiment de malaise je trouve, dans le fait aussi qu'ils sont près à tout. Squeezie a

vraiment fait attention à la personne qu'il met en scène, parce que ce sera avant tout ça qui te donnera ton identité public.

Moi : et vous, vous y faites attention ?

Bruno : relativement, on essaye de faire gaffe à pas faire tourner les trucs autour de nous, mais il y a une dimension dans lequel c'est irréductible parce que c'est quand même toi qui parle. Mais donc dans ce personnage là qui est en train de parler, il faut qu'on essaye de pas oublier de ne pas avoir les dents longues (d'être trop ambitieux). Le personnage que tu mets en vidéo est nécessairement une prolongation de toi même, donc comme c'est visible quand la personne qui est mise en scène a les dents longues, ou est relou, est bête, ou est très auto centré, ou ceci cela, ce sont des choses qui se voit. Donc la meilleure façon de ne pas le manifester, c'est de chercher à ne pas l'être à l'échelon personnel.

Moi : vous c'est vraiment quelque chose qui vous travaille dans Le Mock ?

Bruno : oui parce qu'en fait, internet peut être vachement hostile comme lieu, a fortiori pour les femmes, mais c'est lié aussi aux pseudonymes qu'on utilise : c'est qu'il y a l'idée de dire "c'est pas la même chose". Et donc si tu fais gaffe à ce que tu montres, et aussi à ce que tu es : YouTube n'est pas une place dans laquelle tu peux donner de l'espace à tout ce qui te traverse la tête, et c'est ça qui te conduira à avoir des commentaires qui te donnent pas envie de te tirer une balle. C'est naturellement quelque chose auquel on pense car l'objectif c'est que ce que tu fais soit plus vu, par plus de gens, et en même temps tu sais très bien qu'à partir de ce moment là, ça niquera un peu ta vie privée. Ca sera plus compliqué d'exister tranquillement. Les deux sont tellement liés que...

Moi : et comment tu le vis toi personnellement ? Cette contradiction entre vouloir être vu et avoir peur de l'être ?

Bruno : Un peu bizarrement, pour l'instant c'est pas grand chose, c'est très rare quand on se fait arrêter dans la rue, et c'est toujours des moments qui sont chouettes car tu discutes et c'est agréable de voir des gens qui aiment ce que tu fais, mais c'est aussi des moments où tu te rends compte où en fait peu de gens savent ce qu'ils veulent dire, et surtout savent dire au revoir. C'est des moments où tu sais très bien que tu veux pas paraître relous, mais en fait tu n'as pas 15 minutes à consacrer nécessairement, et en même temps c'est hyper bizarre car c'est pas si long que ça, et si la personne a passé plus de 15 minutes à regarder ce que tu fais, donc, c'est quand même normal que tu fasses la même chose, mais en fait ça peut pas être dans ce rapport là étant donné que c'est pas un rapport d'égal à égal. C'est pas comme si tu discutais avec un ami, et au bout d'un moment tu dis "bon écoute j'y vais parce que je suis attendu". Et ce sont des moments où tu te dis : je suis content que ça m'arrive pas en permanence, parce que je constate qu'il y a une corde assez raide qui sépare le fait d'être complètement insupportable et relou avec tous les gens qui te saluent et hyper méprisant, et en même temps te faire dévorer par des gens, qui sont pas forcément biens. J'ai un peu d'appréhension sur ce truc là, mais bon, on verra bien.

Moi : Est ce que vous vous considérez sur un marché concurrentiel sur YouTube ?

Bruno : non pas du tout, tout montre que c'est pas du tout le cas. Plus les gens regardent des choses chouettes plus ils regardent des choses chouettes. Les gens, quand ils sont sur YouTube, ils ont pas juste 10 minutes d'attention, donc s'il t'aime bien toi et un autre dans le même bassin, il va regarder les deux vidéos, ou alors il trouvera un autre moment. Les gens qui sont sur YouTube passe quand même pas mal de temps dessus.

Ca nous a inquiété un peu au début en disant, "ah putain quelqu'un va nous voler un peu le créneau" mais en fait c'est l'inverse. Mais c'est normal, même mettons en cinéma, mais quand je regarde un film, ça m'intéresse de savoir ce que Durendal, In The Panda et le fossoyeur en a dit, etc. Tu te dis pas "j'aurai déjà tout appris", tu le regardes plus trop pour son contenu mais sur ce que LUI en particulier va dire à propos de ce truc là. Donc non pas du tout.

Moi : et pour revenir sur cette idée de personnalité, parce que je sais pas si j'ai bien compris ta réponse, mais quelle personnalité vous voulez mettre en avant avec Le Mock ?

Bruno : une personnalité de gens qui sont pas prétentieux mais jamais cherchant à se légitimer, à se justifier d'exister. Et surtout des gens que rien ne t'apprend à idolâtrer, comme ça peut être le cas partout, mais simplement des gens qui discutent.

Entretien avec Théo, co-fondateur de la chaîne « Balade Mentale » effectué le 1^{er} mai 2018

Moi : Pourquoi tu as lancé ta chaîne youtube et quel est ton parcours ?

Théo : Pourquoi ? Parce que je regardais beaucoup de trucs et il y avait des trucs que je trouvais très bien et des trucs que je trouvais pourris. Il y a beaucoup de trucs pourris sur YouTube, du genre Poisson Fécond, DocSeven... C'est gentil, c'est du top facile, mais tu dis rien de profond qui transmet aucune émotion, c'est du fact quoi. On vit dans une société de fact, c'est bien que ça existe, et **comme point d'entrée dans la culture**, mais je trouve que d'un point de vue, en terme de travail, je trouve ça assez pathétique.

Moi : et donc tu regardais beaucoup de choses ?

Théo : Je bossais à l'époque... je gérais les expos pour la Rotonde, c'est un centre de science à Saint Etienne. Et ça fait très longtemps que je bouquine des livres sur l'univers, l'histoire du monde, tout ça.

Moi : tu as fait quel parcours universitaire ?

Théo : j'ai fait une licence de géologie, et après j'ai arrêté mes études pendant un moment et ensuite j'ai repris un master de médiation des sciences, à Grenoble.

Moi : Et après tu es rentré à la Rotonde ?

Théo : et après j'ai bossé un peu pour l'université, fait des petits boulots, et un an après j'ai commencé à la Rotonde. J'ai bossé 6 ans là bas.

Moi : ton envie de te lancer sur YouTube est venue de ce que tu regardais sur la plateforme ?

Théo : ouai, et surtout je consommais beaucoup de trucs du genre d'Axolot, que j'aime beaucoup, et en fait je connaissais même son blog avant sa chaîne youtube, mais je me suis dit il y a un manque en fait, il manque des trucs, c'est super ce qu'il fait mais il y a pleins d'autres trucs à dire que lui même si je me considère pas vraiment – enfin si quand même un peu – un peu proche de ce qu'il fait. Mais du coup ça m'a donné envie, j'écrivais pas mal de trucs, j'ai essayé de me faire publier, en écrivant un recueil d'histoires, des trucs comme ça, sauf que les maisons d'éditions, si tu es pas pistonné ou si tu sais pas comment ça fonctionne, bah... Et mon père fait des dessins donc j'avais fait une espèce de BD humoristique absurde, j'avais passé des journées à contacter des journaux, donc ça m'avait frustré, et puis je me suis que sur YouTube, tu crées un truc et après il y a personne, aucune interface qui te dit on te publie ou pas. Bon c'est plus trop vrai maintenant, il **faut faire de la com, et sans com et sans relais ça devient de plus en plus difficile**. Mais j'avais un peu l'illusion que tu n'avais pas besoin de producteurs, du coup tu t'édites quelque part, et après le public il est là ou pas là. En faite je ne suis pas d'accord avec ce que je dis là mais c'est comme ça que je le considérai à l'époque.

Moi : c'est à dire ?

Théo : Maintenant, même moi j'ai pris le train un peu en retard. Je pense qu'il aurait fallu commence deux ans avant, quand tu vois le dimensionnement de quelques chaînes scientifiques, c'est le premier arrivé premier servi.

Moi : tu penses que tu es sur un marché concurrentiel ?

Théo : oui, je pense que oui, en grande partie, mais je pense pas que ce soit saturé. On l'est forcément, et on l'est beaucoup plus maintenant même si tu arrives et tu produis un truc

monstrueux : sans relais, sans sites qui peut te servir de vitrines, et sans parler de copinage, quelqu'un qui va parler de toi dans un épisode, et bah tu passeras pas.

Moi : Même pour un site tu as besoin de copinage, d'être relayé, donc pour toi ceux qui ont démarré en 2013-14, ils allaient avoir de la visibilité parce qu'il n'y avait personne ou parce que ?

Théo : oui mais après il le savait pas. Il suffit de regarder les premières vidéos de Nozman, c'est trop marrant. Il a lancé sa chaîne en tout premier, YouTube existait à peine, c'était en 2012, 2011 un truc comme ça. D'un point de vue technique c'est complètement pourri. C'est mal monté, c'est pas écrit, tout est dégueu, sans vouloir... Le mec faisait ça comme ça, et ses vidéos ont 2 millions de vues, parce qu'en fait c'était les premières. Du coup tu cherchais un truc dessus tu tombes dessus en fait, parce qu'il est tellement référencé, et en plus il est parti tellement avant tout le monde qu'aujourd'hui...

Moi : Et toi tu es un des premiers à avoir chercher un peu des vidéos comme ça ?

Théo : Même pas, non, parce que Youtube ça faisait deux trois ans que ça existait quand j'ai commencé à vraiment regarder des trucs. Par exemple E-penser devait déjà avoir 200 000 abonnés donc c'était pas non plus le tout début.

Moi : tu as commencé à regarder quand donc ?

Théo : je dirais vraiment un an et demi, deux ans avant que je lance la chaîne donc il y a 4 ans – 5 ans, j'ai vraiment commencé à regarder des trucs.

Moi : Est-ce que tu t'es lancé tout seul où il y avait déjà Kevin avec toi ?

Théo : A la base on était tous les deux mais l'idée vient de moi et du coup moi je savais pas faire du tout la technique, et on bossait ensemble à la Rotonde. Et moi j'avais trop peur des logiciels de montage, donc je lui ai proposé de prendre une bière et je lui ai dit « viens on fait ça ensemble », j'écris et puis on tourne tous les deux.

Moi : et tu considères que vous avez un style particulier, une manière de travailler particulière ?

Théo : Un style ouai, une manière je sais pas parce que je sais pas s'il y a une bonne manière de faire.

Moi : comment est-ce que vous travaillez ?

Théo : en fait au début moi j'ai jamais pensé – enfin maintenant j'essaye de le penser – la ligne éditoriale. C'est à dire que je faisais des trucs, je faisais ce qui me plaisait, je l'ai fait il y a encore un an – il y a des trucs qu'on trouve sur la chaîne, c'est n'importe quoi, il y a au moins 7/8 playlist différentes, des trucs où on expose des sites internet bizarres. Alors je suis très content du rendu final mais les gens... Si tu poursuis pas une playlist, il y a des gens qui pensent que c'est devenu une entité, donc ils comprennent pas pourquoi c'est plus là, et d'autres ne comprennent pas parce que c'est pas l'identité générale. Et donc en fait il faut avoir deux ou trois formats, et ça c'est un truc auquel j'ai du mal à me restreindre. **Parce qu'il faut, de fait, je peux pas proposer tout et n'importe quoi.**

Moi : il faut que vous ayez une identité de chaîne donc ?

Théo : oui, il faut la penser, ça fait très peu de temps qu'on la pense.

Moi : Et vous la pensez comment en ce moment ?

Théo : Je... Je dis je parce que j'y passe 80% du temps aujourd'hui, Kevin boss, ça fait un an, mais il y consacre très peu de temps. De temps en temps on tourne ensemble, mais comme le gros du taf c'est l'écriture, et aussi la gestion administrative.

Moi : toi tu travailles sur la chaine à temps plein ?

Théo : en fait j'en vis pas, mais j'essaye d'en vivre. Ca fait un an et quelque que je suis au chômage, donc je cherchais du taf un peu, ça marchait peu, et je me suis dit vazy la chaine ça va le faire. Donc j'essaye.

Moi : Vous avez combien d'abonnés ?

Théo : 100 000 abonnés. On se porte plutôt bien, mieux que la plupart des institutions, je suis plus « puissant » sur les réseaux sociaux que la cité des sciences. C'est une blague, il y a 1000 personnes qui bossent là bas, ils ont 5 chargés de com, et le problème c'est qu'ils nous donnent pas ou peu d'argent ces gens là. Enfin pas la cité en particulier, mais on manque tous de soutien. On a des commandes ponctuels mais c'est pas ça qui permet de vivre, pas pour les montants qu'ils donnent donc faut trouver un modèle économique car la pub c'est pas ça qui rapporte.

Moi : vous monétisez vos vidéos ?

Théo : oui,

Et vous avez un Tipeee ?

On a un tipeee, et les deux cumulés ça doit faire 800 euros par mois.

Comment tu fais pour en vivre ?

Là pour l'instant j'en survis, après l'idée c'est de faire avec les aides du CNC, les résidences, résidence de création.

C'est à dire ?

Bah l'épisode "infiniment grand" il nous a été en partie financé par la rotonde, là où je bossais, qui nous donne des sous pour le faire.

Tu travailles plus chez eux depuis un an, mais tu travailles quand même encore un peu avec eux pour des trucs comme ça ?

oui exactement.

Et pourquoi tu as arrêté de travailler avec eux ?

Parce que 6 CDD, après tu peux plus, ils ont des quotas de CDI, et ils ne voulaient pas me prendre en CDI. Je pense qu'ils s'en mordent les doigts un peu aujourd'hui, pour une institution, une chaine comme ça c'est de l'or en barre. Eux se battent pour toucher 20 bonhommes, en faisant une intervention. Bon, nous c'est du numérique mais ce sont des vrais personnes qui regardent ! En tout cas je me fais pas trop de soucis pour retrouver du taf, mais j'aimerais bien vivre de ça, et ça c'est plus compliqué.

Kevin bosse où ?

Dans une asso, il a aussi quitté la rotonde, il fait des expos pour une asso plus modeste.

T'aimerais retrouver du taf pour une institution scientifique de médiation ?

Oui, en faite, ce que j'aimerais dans l'absolu c'est une institution qui nous mécène, je bosse pour eux, et la chaine est à eux entre guillemets, on mets du contenu dessus, mais qu'ils ne viennent pas dégommer la ligne éditoriale, parce qu'ils aiment bien imposer leur style, et leurs styles sont chiants, c'est aussi pour ça qu'ils sont pas regardés, ils ont toujours pas compris.

Quelle institution a lancé sa chaine dernièrement ?

Il y a le CNRS, qui a fait zeste de science, et ça c'est plutôt pas mal, elle est bien leur approche, elle est cool. Il y a pleins d'institutions qui ont leur chaine, c'est juste qu'ils ne savent pas communiquer autour, et surtout ils imposent des sujets, et ça ils arrivent pas à comprendre que c'est pas ce que le public veut. Genre ils imposent une visite de labo, c'est pas ce que le public veut ou on rentre pas dans l'histoire comme ça.

Quand tu fais des vidéos, c'est d'abord ce que toi tu as envie de faire, ou est-ce que tu prends des idées dans les commentaires, ou même d'autres personnes ?

Des fois je note des trucs dans les commentaires mais comme je sollicite peu les gens ils envoient peu de trucs, mais c'est vrai que je devrais plus le faire.

Tu prends vraiment des sujets qui te prennent à coeur ? Il n'y a pas autre chose à part ton envie qui vient décider ?

Non, enfin si quelques vidéos qui ont été commandées, on avait fait deux vidéos l'année dernière pour des labos, pour la fête de la science, et c'était chiant. Fin non, je suis content des rendus, c'était sur l'immunologie "guerre invisible" et "simuler le climat du futur", c'est un truc au CNRS. Je suis super content du rendu sauf que ça nous demande 4 fois plus de travail qu'un épisode standard, car on va filmer sur place, on fait des interviews, 3 jours de dérushage, tu sors de là avec des dizaines d'heures de vidéos, c'est un métier en fait, de faire des documentaires, c'est pas du tout le même truc, et finalement le public il y répond peu présent. Les épisodes ils sont deux à trois fois moins vu qu'un épisode standard, du coup c'est beaucoup de taf pour moins de vues.

Et pour toi, tu parlais de la communication des grandes institutions, c'est quoi alors une bonne communication ? Comment tu communique toi ?

En fait, c'est pas qu'elles arrivent pas à communiquer, c'est que les gens n'ont pas envie d'entendre parler les institutions. Peut-être que le côté personnage, par exemple moi j'étais super libre à la rotonde, je bossais sur les expos, j'écrivais les textes, on m'a jamais imposé les trucs, mais tu formates nécessairement. Sans faire de l'humour, car moi faire de l'humour tout le temps ça m'intéresse pas, mais tu vas avoir une approche un peu avec des questions philo, je suis un peu tourmenté par les questions existentielles, j'aime l'absurde, je trouve que le monde est stupide, mais ça je pourrai pas me permettre de le faire, du coup il y a forcément ce truc de formatage. "Ah bah non tu parles de la mort", "ah bah j'ai pas le droit de parlé de la mort ?", tu sais que tu dois pas parler de certains sujets, tu t'auto censure, et en fait je me souviens avoir eu des trucs genre "ça c'est trop inaccessible". Bah ouai mais bon moi j'aime bien frustrer le public, je m'en fous de dire un truc que les gens comprennent pas, on est à l'ère de toutes communication, si tu veux aller trouver une info, tu peux en trouver. Moi je mets mes sources, et tu te prends ça dans la gueule. J'explique pas, moi parfois j'ai pris des grosses claques à lire des bouquins où j'étais un peu désarçonné et je comprenais pas tout, et je trouve qu'on prend trop les gens par la main. Le côté tout vulgariser, tout décortiquer, non, la science est un sujet culturel, elle est fun aussi à prendre en tant que tel, tu peux faire de la cosmologie sans rentrer dans le processus de fabrication des éléments dans les étoiles, même si c'est ultra important, mais pour moi c'est pas forcément la meilleure porte pour entrer dedans.

Et comment ta communauté à réagit à cette vulgarisation où tu prends pas les gens par la main, et tu expliques pas tout ?

Je sais pas car j'ai l'impression que ça a toujours été comme ça.

Mais tu n'as pas eu de retour genre "on comprend pas ça", etc ?

Non, pas trop, et globalement le public est super bienveillant, pas de commentaires trop haineux, on est relativement protégé car on est pas très gros, il y a quelques crétins complotistes qui traînent, mais je soupçonne que la moitié d'entre eux, soit ils ont un pet au casque, soit c'est juste pour faire chier, ce sont des postures, c'est pas possible qu'ils croient à ça, ça ne résiste même pas à un exercice de trigonométrie.

Comment vous voyez le futur de la chaîne ?

Je sais pas, moi j'ai pleins d'envies de trucs à faire, après c'est le temps, dans l'idéal, il faudrait qu'on soit deux ou trois, mais là je suis tout seul. Moi à la base ce que je préfère c'est écrire, mais du coup je fais tout, dans l'idéal, j'aimerais bien avoir quelqu'un qui fasse du montage et qui fasse l'interprétation, et quelqu'un qui fasse montage-com car il faut faire de la com.

tu n'aimes pas être devant la caméra ?

Pas spécialement, en fait, ça limite les possibles car je sais pas jouer, donc tu parles de façon clinique, tu n'as pas d'émotion et faire de l'émotion c'est autre chose. Tu peux faire de la bonne vulga, des sujets de culture scientifique, par exemple "et tout le monde s'en fout", c'est une chaîne de culture scientifique mais tu le vois moins car du coup ils sont dans une approche théâtralisée du truc.

Et pour toi c'est important que ça se voit pas ?

Ouai en fait, c'est mieux, je trouve ça plus cool, c'est plus naturel. Ou tu peux mettre différemment en scène des trucs, des fois t'écris des trucs et tu peux pas le jouer, donc tu es obligé de l'écrire différemment, parce que tu peux pas l'incarner, c'est malaisant, tu te regardes tu fais "oh putain c'est mal joué". Faire de la fiction c'est super difficile, c'est long à produire, ça coûte cher, là il faut quelqu'un qui fasse de la prise de vue.

Pour toi ça peut pas faire partie de cette pâte, de ce personnage que vous construisez ?

Le côté malaisant (rire)

Non le côté "je sais pas jouer", car tu es habitué à être devant la caméra maintenant ?

Ouai, peut-être, je sais pas.

Ca ne fait pas partie de l'identité de votre chaîne justement ?

Non, je sais pas, pour moi l'identité c'est le type de sujet, et c'est la narration. On a essayé pleins de trucs du coup, j'aimerais bien produire beaucoup plus de formats du genre comme cet épisode "ne rien comprendre à l'univers" en 5 minutes, de faire des trucs du genre "ne rien comprendre à l'amour en 5 minutes", etc, et j'ai pleins d'idées là dessus mais ç ne peut pas être du face cam, ça peut être de l'animation donc ça suppose de faire du montage, trouver des images libre de droit, faut que ce soit chiadé, c'est super lourd à produire.

Tu veux que votre projet se professionnalise ?

Ouai carrément, mais du coup faut avoir plus de moyens, humains,

Et tu sais ou tu pourrais en trouver ?

Non, mais j'allais dire "les institutions", j'ai l'espoir que ça change, mais j'ai même pas le temps de faire de la com. Là comme on a eu une aide du CNC, je me dis que c'est de l'aide à la production, donc ils nous donnent des sous pour financer dix épisodes, donc je me consacre plus qu'à ça, écrire des trucs, et élargir un peu l'audience.

Et comment tu veux élargir l'audience ?

Déjà en faisant des trucs de qualité, mais je pense que ça suffit pas, il faut faire d'autres trucs croisés avec d'autres créateurs, genre avec Stupid Economic, avec Astronogeeek, on va faire des trucs sûrement, avec Manon Bril aussi on va faire des trucs, mais peut-être dans 6 mois, pour croiser les communautés, même si en fait il y en a beaucoup qui se recourent ! L'idéal ce serait d'arriver à passer chez des "gros youtubeurs", le problème c'est que leur audience n'est pas forcément la nôtre.

Genre E-penser ou Axolot ?

Oui mais alors eux c'est pas leur démarche, notamment E penser il ne fait rien avec personne, et Axolot c'est pas son modèle la chaîne, il y passe très peu de temps, il est parti sur des documentaires et il vit de l'édition.

Pourquoi vous avez choisi la plateforme YouTube spécifiquement ?

Au début on a mis daylimotion, il n'y a personne dessus, on était sur les deux. Ce sont les seules plateformes vidéos qu'il y a,

T'a Vimeo aussi ?

Mais t'as personne dessus, c'est pas les mêmes usages.

être vu c'était votre ambition dès le départ ?

Ah bah si tu fais un truc c'est pas pour le laisser dans ton coin. Vimeo c'est plus des trucs un peu pro, des vidéos très esthétiques, mais c'est marrant il n'y a pas du tout de vlog sur vimeo, je sais pas. On s'est mis sur YouTube car c'est là que les gens sont.

Il n'y a pas quelque chose qui t'attirait chez YouTube ?

Non,

Comment tu considères YouTube ?

Je pense qu'ils sont cyniques, en fait je les considère pas, YouTube c'est Google, en fait ils encouragent un peu la création aujourd'hui, nous on va pas cracher dessus, on a gagné le YouTube Creator Studio l'année dernière du coup on a eu une semaine de formation avec des gens, mais le contenu est un peu bidon car tu n'approfondi rien, donc à part 6h de cours dans la semaine j'ai pas appris grand chose, par contre tu rencontres des gens, et surtout ils te filent 3 milles balles de bons d'achat. Donc nous on avait pas de matos donc on a pu acheter une caméra, des micro canons, etc. C'est Youtube Next Up, et donc c'est vachement bien qu'il fasse ça, après le problème de YouTube c'est leur algorithme

Qu'est ce que tu penses de l'algo ?

En fait le problème, c'est que si tu prends YouTube dans son ensemble c'est de la télé poubelle, faut être honnête, si tu regardes ce que les gens regardent et ce qui est le plus vue, parce que les gens qui font le plus de vues ce sont les 12-18 ans, tu as quand même quantité de chaînes de crétins finis qui ont plus d'un millions d'abonnés, mais du coup c'est à l'image de notre société, donc en fait eux ils sont cyniques, ils s'en foutent, **ils favorisent ce que les gens veulent voir.**

C'est comme Facebook, c'est à dire que tu tournes dans des cercles fermés, tu vas voir que des contenus de merde si tu commences à regarder des chaînes de merdes, et ça vient très vite : tu cliques sur un lama fâché et en 2 minutes t'a plus que des top 10 à la con, des trucs qui passent leur temps à voler tout monde, à raconter n'importe quoi. Et le problème c'est qu'eux ils soutiennent autant ses chaînes là que n'importe quelle autre.

Ils sont pas éditeurs de contenus, c'est bien ce qu'ils disent ?

oui voilà, sauf qu'ils le sont. Quelque part aujourd'hui ils flickent en terme de droit d'auteur, ils ont des robots qui passent, donc ils éditent quelque chose. Donc en fait j'en pense rien, même eux je pense qu'ils en pensent rien, ils n'ont pas le droit de penser. Quand tu parles avec les gens du YouTube Space, ils savent pas comment l'analytics marche, ils savent pas ce qui est mis en avant, selon quel critère.

Les analytics ?

Ce qui te donne les données de traffics et tout. Et je leur demande c'est quoi les vignettes machin, tu vois les vignettes c'est affligeant les titres en majuscule, les trucs avec les flèches rouges partout. Pourquoi ils mettent ça en avant ? ils savent pas trop, ils nous disent "faites de la qualité ça marchera". Non c'est pas vrai. Et tu sais pas, j pense que c'est 4 personnes à San Francisco qui savent comment ça fonctionne.

Est ce que la conscience de l'algorithme vous a influencé dans la manière de faire vos vidéos ?

Mais carrément, tu vois pas un mec comme Arnaud D'astronogeeek, j'aime beaucoup son contenu mais je vais le tailler un peu parce que je le connais. Je déteste les entrées de ces émissions, il commence par dire "si tu aimes mon travail lâche un pouce bleu, partage la video", c'est quoi cet espèce de truc où t'es constamment obligé de dire "abonne toi", et effectivement il a un ratio monstrueux de pouce bleu par rapport aux autres chaînes, et je pense que c'est en parti à cause de ça qu'il a "explosé" depuis un an, mais c'est affligeant si tout le monde se met à faire ça, tu commences une vidéo par un écran noir qui te dit abonne toi, parce que j'ai besoin de ça pour vivre, et parce que dans cette logique publicitaire... On va ou quoi ?

Et YouTube met en avant ces contenus parce qu'il a un ratio de pouce énorme.

Et comment ça vous a influencé vous ?

Nous on a fini par le dire des fois, maintenant je le dis plus, j'en reviens, je me dis fuck, mais tous quelque part on le dit "pense à lâcher un pouce, pense à partager".

Toi tu dis quoi à la fin de tes vidéos ? (impression de coup de gueule du Youtubeur)

Aujourd'hui je dis plus rien, si je dis enfin je le fais pas assez, mais je demande aux gens de nous soutenir, le modèle économique il est là pour nous, et quelque part il faut les prendre à parti. Manon Bril le fait très bien, c'est aussi pour ça qu'elle a un très bon Tipeee, elle les sensibilise vraiment là dessus. La pub ça nous rapporte que dalle, parce qu'on produit pas assez. Et là aussi où je leur en veux à YouTube, c'est qu'ils mettent en avant les chaînes qui produisent beaucoup, donc je suis désolée mais si tu veux faire de la qualité tu fais pas deux épisodes par semaine.

On te l'a dit ça ?

Oui, il faut produire plus, ils m'ont dit ça aux Youtube Creator, franchement j'ai cru que j'allais la gifler. Ils veulent quoi ? On nous dit ça, et ils sont là "oui on prône la qualité" mais déjà la tête à peine hors de l'eau on arrive à tenir un épisode toutes les deux semaines, et vous voulez qu'on en fasse deux par semaine. Faites des vlogs, on nous dit, mais des vlogs pour dire quoi, moi je déteste ce format perso, et je peux tailler certains, j'ai pleins de potes qui font des vlogs et j'aime pas ça. Tu parles aux gens pour... Enfin j'aime pas ça car c'est pas du tout ce que j'ai envie de voir, si tu proposes un truc tu proposes un truc travaillé, si c'est pour voir quelqu'un qui te parle sur un coin de table... Peut-être que si on le faisait ça marcherait, et peut-être que je le ferai un jour parce que c'est facile à produire, mais faudrait trouver un format.

Même si tu aimes pas ça tu te dis que tu le ferais peut-être ?

Pour alimenter l'algorithme, c'est terrible. Ou trouver peut être un format plus léger, parce que nous on est parti sur quelque chose qui est beaucoup plus lourd à monter, un vlog c'est t'a rien à raconter, tu parles, t'es comme ça, tu fais des cuts frontales, t'a monté ça en 2h, tu as passé plus ou moins une demi journée à le scripter, t'en a qui le font même pas, qui le font au prompteur, et en une journée c'est dans la boîte. Bon faut avoir des trucs à dire..

Mais tu serais prêt à abandonner ce que tu considères comme ta ligne éditoriale et ce que tu préfères, pour en vivre ?

Oui, là par exemple, je sais pas si ce sera validé, mais on aimerait faire un devis pour 5 vidéos en liens avec l'actualité, et donc réagir à de l'actu ça suppose de produire vite, sur des sujets des fois casse gueule comme l'homéopathie, les trucs comme ça. Des sujets où il faut être béton derrière, et ça c'est compliqué de faire un contenu du type qu'on propose, et de le sortir en peu de temps : tu choisirais une semaine à l'avance le sujet, ça je peux pas le faire.

L'écriture c'est le gros du truc, donc si après au montage on fait quelque chose d'un peu plus travaillé c'est mort, on peut pas.

Et est-ce que ça vous a influencé (l'algo) par exemple pour créer votre charte graphique ? Vos titres, vos vignettes, etc ?

Oui, pour les vignettes, clairement

Comment vous les faites ?

Maintenant je demande souvent à mon père, parce qu'il a un bon coup de crayon, je peux passer parfois deux heures à réfléchir à la vignette et au titre parce que ça joue énormément.

Et pourquoi ça joue ?

Parce que c'est le premier truc que les gens voient,

Il faut qu'il soit comment ce titre ?

il faut une punchline après comme j'ai un peu d'éthique je veux pas non plus que ce soit trop pute à cliquer ou que ce soit mensonger. Mais du coup c'est compliqué à trouver. Par exemple, les titres dont je suis content... il y a une vidéo qui s'appelle "trouver la date de votre mort" : c'est mieux que la bibliothèque de babel et la trigonométrie. Et c'est clair que la vidéo aurait fait moins de vues si elle s'était appelé comme ça, pourtant elle ment pas. Mais voilà c'est un titre...

Et ta vignette ?

Il faut qu'elle donne envie. Après il y a pas forcément besoin qu'elle soit très compliquée, mais faut qu'elle suggère des trucs. Qu'elle laisse un peu de place au mystère mais qu'elle dise un peu le truc, **qu'elle donne envie de cliquer**.

Le summum de la vidéo pute à clique justement tu vas sur des vidéos comme "lama fâché", c'est une chaîne de top ultra à vomir, qui a peut être 2 millions d'abonnés, en plus parfois il pompe même des vidéos toute faite sur des chaînes turques, ou autre. Il va prendre des trucs, il enlève le son et il rajoute sa voix. C'est ignoble.

Est ce que tu sais si ça t'a influencé dans ta façon de créer ta chaîne ?

Non, parce que ce mec là est arrivé après. Ce que je trouve affligeant c'est le nombre de chaîne de cet acabit qui existe. Je cite lui car c'est le seul que je connais mais en fait tu en as dix autres derrière. C'est là que les plus jeunes vont consommer la culture, il change peut être après, passé 20 ans, mais bon...

Et qu'est ce qui te motive à continuer la chaîne ?

Parce que j'aimerais bien vivre de ça, ce serait très cool. Moi j'adorais bosser sur des expos et tout, bon ce qui est chiant avec la chaîne c'est que tu bosses un peu tout seul.

Et pourquoi YouTube spécifiquement ?

Ah YouTube je m'en fous. Je veux créer des trucs.

Tu es sur YouTube parce que ce n'est que là que tu peux faire ça ?

Oui voilà, ça pourrait être une autre forme à, je réfléchis à créer un site internet, mais il y aura pas de fréquentations car tu ne vis pas de ça. Faire un bouquin mais c'est pareil l'édition ça rapporte rien par rapport au travail que ça demande. J'ai un pote qui l'a fait, c'est des mois de boulot, c'est super gratifiant d'avoir un bouquin qui sort mais ça ne te permet pas d'en vivre, si tu n'as pas une institution qui te paye avec des horaires de bureau, un moment il faut aller là où l'argent est. Mais du coup moi le format je m'en fous, travailler de la vidéo ou même faire du long métrage ce serait trop cool, je sais pas il y a pleins de trucs à penser. Faire de la radio, des podcasts, je pense qu'il y a pleins de trucs.

Et comment tu te documentes justement sur l'algorithme ?

Je me renseigne plus, j'ai essayé de comprendre pendant un moment, pendant une demi journée, j'ai rien trouvé j'ai arrêté.

Et comment tu as fait ?

Tu regardes des sites d'informaticiens ou de passionnés de com qui t'expliquent un peu. Mais les évidents je les ai, le référencement, les vignettes, les renvois, puis on commence à être référencé parce que des sites internet ont parlé de nous, etc. La chaîne a plus besoin d'être référencé en soi.

C'est à dire ?

Bah si tu tapes balade mentale, tu tombes tout de suite sur nous. Si tu cherches certains mots, tu tombes tout de suite sur nous, même sur YouTube. Et de toute façon il y a des trucs sur lesquels tu peux pas vraiment te battre, des trucs assez injustes d'ailleurs, par exemple YouTube t'efface de son... C'est à dire que quand tu cherches un mot clé, les éléments qui sortent en premier c'est pas les éléments qui ont les meilleurs ratio de pouce ou les meilleurs taux d'engagement c'est ceux qui ont le plus de vues. Ils te disent "oui c'est la qualité" dans ces cas là ça devrait être le nombre de ratio de pouce ou ce genre de chose... T'a des vidéos qui traînent qui datent de 2011 qui sont filmés sur un

plan de table c'est les premières à être arrivées, qui ont 10 millions de vues. Le mec qui filme une expérience qui a été mal faite, t'a pleins de labos qui l'ont fait depuis qui sont vachement plus jolies, mais elles sont pas mises en avant parce que le truc est devant en fait. Il est devant en nombre de vues et du coup il écrase le reste. Et nous typiquement on avait une vidéo qui s'appelait "le disque l'heure" qui était la vidéo la plus vue de la chaîne, Nozman en a fait une dessus, du coup il arrive avec ses 1 millions et demi d'abonnés donc pendant deux trois jours la vidéo a été beaucoup vue car les gens ont du chercher des trucs sur le disque l'heure, maintenant elle est morte, mais totalement morte, la nôtre, alors que c'était la vidéo la plus vue de notre chaîne et qui ramenait le plus de gens. Donc il y a une parfaite injustice ou quelqu'un de plus gros vient, prend la place, du coup il t'efface de l'historique en gros,

Mais vous êtes pas en dessous ?

Bah si, mais dès que quelqu'un cherche le disque l'heure il va tomber sur lui et plus sur nous, du coup c'est le poids qui fait la force. Enfin l'audimat quoi.

Après auprès des institutions c'est pas vrai : quelqu'un qui fait n'importe quoi, qui dit n'importe quoi, un mec comme lama fâché pourra jamais travailler avec personne. Mais lui son modèle économique, puisqu'il fait 4 épisodes par semaine, c'est la publicité et à mon avis il gagne très bien sa vie. Là c'est problématique. Mais je digresse.

Ok je voulais te demander si vous regardiez et analysiez vos analytics ?

Ouai, mais moi le seul truc que je regarde vraiment c'est le **taux d'engagement**, le pourcentage de gens qui regardent la vidéo jusqu'au bout, et donc je suis content car on a des très bon taux d'engagement ça veut dire que les gens, quand ils rentrent dans la vidéo, ils sont accrochés, et qu'ils vont jusqu'au bout.

Mais il faudrait comparer ces chiffres à d'autres chaînes, notamment les partages, mais ça j'n ai jamais discuté avec d'autres gens. Dans la communauté des vulgarisateurs les gens se parlent beaucoup, même si on est un peu en concurrence en terme d'audimat, entre nous c'est super solidaires, il n'y a pas de précarrés, en tout cas j'ai pas l'impression.

Est-ce que quand tu vois que ton taux d'engagement est très bon, tu vas travailler encore plus tes entrées en matière dans tes vidéos, ou...

Non parce que c'est tout le temps plutôt bien. Il y a un épisode ou ça va être un peu moins mais genre du 70 à 85%, donc ça c'est très cool.

Pareil, ce que nous avait dit Google, c'est que ce qui fait qu'une vidéo est mise en avant, c'est sa capacité à créer des cycles de vues. Comme eux YouTube leur modèle c'est la pub, ce qu'ils veulent c'est quand tu rentres dans une vidéo, t'en regardent pleins d'affiliés. Peu importe ce que tu regardes, que tu restes sur YouTube quoi. Donc si tu proposes des vidéos un peu mindfuck, parfois tu as un peu envie de te poser, d'arrêter, tu en as regardé une ça suffit. Pour eux ça ne crée pas des cycles, alors qu'une chaîne de Top par exemple, pleins de trucs pute à cliquer très légers qui ne demandent aucune réflexion, tu peux en regarder dix d'un coup, ton cerveau il a levé le petit doigt. Donc pour eux c'est optimal, donc ils mettent en avant ces vidéos là parce que si tu cliques sur eux, ils vont t'en proposer pleins d'autres pour continuer le cycle. Et des contenus plus ardues, des chaînes philo, etc, tu vas pas t'en bouffer trois de 20 minutes d'un coup.

Est ce que vous vous êtes déjà senti ralenti ou limité par la plateforme ?

Non, ils nous disent jamais rien.

Par exemple des vidéos démonétisées ?

Oui par exemple les vidéos sur les drogues, sur le sexe, bon il n'y a rien à y faire, et vu que la pub ça représente que dalle...

Ca fait chier,

Est ce que ça vous fait choisir des choses par rapport à votre chaîne ? arrêter les vidéos sur le sexe par exemple ?

Sur le titre oui, mais je me suis pas dit que j'en ferai plus sur le sexe. Mais ça ne va pas changer ma manière de produire.

Un truc qui m'énerve, alors je sais pas si c'est algorithme ou autre, mais 85% de notre audience ne sont que des mecs, alors peut être qu'il y a des nanas qui renseignent pas leur sexe, mais bon, ce sont que des mecs quoi, et sur toutes les chaînes de culture scientifique c'est ça. Et ça, ça craint. Et même des chaînes science sociale, c'est 70% vs 30% de nanas, des chaînes comme Dans Ton Corps, le mec est infirmier, il n'y a que des nanas sur le banc de la fac, et bah c'est 80% de mecs.

Est-ce que tu penses qu'il y a plus de mecs sur YouTube ?

Non, non c'est 50%. Peut-être que l'algo met plus en avant nos vidéos aux mecs, je sais pas, mais ça c'est un constat qu'on fait tous. Et du coup c'est rageant car on fait pas du contenu généré, moi j'ai pas envie de parler qu'au mecs, et dans l'absolu tu pourrais doubler ton audimat quand tu as 90% de mecs, tu pourrais avoir autant de nanas. Elles sont où les nanas ? Et le pire c'est quand tu parles astro, univers, pfuit, y a rien.

Est-ce que vous faites partis de channels ?

Non, on en avait fait partie d'une au début car on était flatté qu'on nous ait demandé et on avait dit oui, et non ça sert à rien, les network ils sont là pour te prendre de l'argent, et c'est tout. Je connais personne de bien qui fasse partie d'un network.

Honnêtement dans la vulgarisation je connais personne qui fasse partie de network, j'en connais qui les trash beaucoup mais c'est tout.

J'en reviens à la communication par rapport aux réseaux sociaux : pour toi est ce que avoir une chaîne nécessite d'être très présent sur les réseaux ?

Bah en fait il faudrait, nous on le fait pas on est nul là dessus. Ca demande du temps et du coup... On a un facebook qui est tout petit par rapport à la chaîne, mais le twitter, je fais un ou deux tweets par semaine.

Comment vous vous faites connaître ? Par YouTube uniquement ?

le partage de Youtube, des gens qui regardent sur Youtube... et là pour le coup il y aurait énormément de travail à faire, de développer, de valoriser ce que tu crées, sur twitter. Facebook c'est plus compliqué car je pense que les gens switch, Twitter c'est quand même un fil d'actualité qui est assez rapide, ou tu peux te permettre de mettre pas mal de trucs aussi, il y a pas mal de trucs de merde. Et du coup comme moi je supporte pas voir des trucs de merde, j'ose pas mettre beaucoup de trucs, quand je mets un truc j'ai envie que ce soit bien. Mais tu vois par exemple on a 2000 personnes qui nous suivent sur Twitter, Manon de c'est une autre histoire, elle a à peu près le même nombre d'abonnés que nous sur Youtube, mais elle doit avoir 20 000 followers sur Twitter, parce qu'elle est vachement présente.

Et pour toi qu'est ce que ça veut dire cette impératif à être sur les réseaux ? Que les gens aiment suivre des personnalités ?

Alors je sais pas s'ils aiment suivre la personnalité, ou s'ils suivent un type de contenu, c'est à dire qu'ils aiment bien ton contenu et peut être que tu en proposeras d'autres ailleurs, et Twitter ça permet aussi une autre forme de partage. Bon après peut être qu'il y a une part de peopolisation du truc, mais après moi je l'ai pas trop ressenti.

Pour rejoindre cette idée de réseaux sociaux, quand tu publies une vidéo est-ce que tu as une stratégie ?

Que dalle. C'est pour ça qu'il y a personne.

Et sur Youtube ?

Oui des heures de publications, j'ai remarqué que ça marchait mieux de publier le vendredi soir, parce que je pense que, je suis pas certain, mais YouTube te met en avant si tu fais beaucoup de vues dans les 48h qui suivent, et les gens ont du temps le wk. Nous les gens qui nous regardent ce ne sont pas des lycéens, ce sont des actifs, des adultes, et donc oui le vendredi soir c'est pas mal. C'est le seul truc auquel j'ai pensé, mais on a tout essayé, le mercredi soir, le dimanche après midi...

Et tu as vraiment étudié la chose ?

Non, non parce que ça dépend des moments, des vacances scolaires et autres. Non j'ai pas étudié le truc j'ai vu simplement que des gens le faisaient.

Et tu as pris un peu de leurs idées ?

Oui vite fait.

Et si tu devais changer un truc sur l'algo de YouTube, tu ferais quoi ?

En fait leur problème c'est qu'ils permettent plus à des petites chaînes d'émerger. Aujourd'hui il y a énormément de grosses chaînes qui font du vlog, des trucs qui produisent à mort, du coup ils produisent tellement que toi tu es noyé dans la masse quoi, et il faudrait qu'il y ait un espace, où tous les jours une chaîne est mise en avant, une vidéo qui a pas fait 50 000 vues.

Ils ont pas essayé ça déjà ?

Je sais pas, c'est possible.

Le problème c'est que ça permet pas de faire découvrir d'autres chaînes à un public distant.

tu regardes un peu toujours la même chose.

Et au niveau de la modération ?

Moi je modère un peu, mais ça m'arrive très rarement, maintenant je me fais plaisir. Avant je rechignais à supprimer des messages, mais alors les prosélytes religieux et les mecs qui t'insultent... Même parfois je me fais plaisir, d'abord je les insultes, et après je les bannis. Dans le fond c'est très malsain mon attitude, mais ça me fait un peu plaisir de jouer au plus malin.

Mais je supprime très peu, même les gens qui sont complotistes, je supprime pas. Sur nos chaînes il y a quand même pas mal de gens qui attaquent les complotistes, donc je les laisse faire, mais de toute façon ces gens là ils écoutent pas, ils ne lisent pas ce que tu leur répond. Ils font des copier collés partout, et tu le sais parce que tu vois souvent que c'est considéré comme spam, donc ça veut dire qu'il y a un problème, il l'a tellement posté son truc que bon...

Je voulais continuer sur les changements d'algo récents suite au scandale Logan Paul, etc,

J'en ai entendu parler mais je sais même pas de quoi ça parle.

Toi du moment que ça te touche pas directement...?

J'avais cru comprendre que c'était par rapport à la pub, qu'ils étaient plus drastiques sur les contenus qui étaient monétisés car les annonceurs se barrent. Moi je trouve que c'est une très bonne idée, et même je pense qu'ils devraient faire payer la pub en fonction du type de contenu, un peu comme fait Utip aujourd'hui. Ils sont encore en bêta mais l'idée c'est que Utip rajoute de la pub devant le playeur de youtube et l'annonceur vient vraiment s'aligner sur ta démarche, ta ligne éditoriale, mais ils payent plus cher la pub que normalement. Et les gens s'engagent à regarder ces pub. Dans l'absolu je trouve pas ça génial parce que j'aime pas le concept de pub et j'ai un côté un peu gaucho, mais pour une pub visionnée, ils rétribuent le créateur de 10 centimes, ce qui est énorme, pour une seule pub. Et du coup ils cautionnent vraiment le contenu et toi tu as le droit de regard sur la personne qui va mettre de la pub. Parce que c'est Nota Bene qui avait fait une vidéo là dessus, c'est à dire qu'il y a des pubs d'extrême droite qui se retrouvent à avoir des encarts publicitaires devant Nota Bene, c'est quoi ce truc, il est pas d'accord avec ça. Et lui il a pas son mot à dire. Et si les contenus violents n'ont plus le droit d'être monétisés, tant mieux. Ça veut dire qu'ils ont pas d'argent !

Après l'algorithme j'ai pas entendu parler de ce truc.

Ok, c'est parce que suite au scandale Logan Paul ils ont relevé la barre de la monétisation pour les petits youtubeurs,

Après ça, ça me dérange pas, je trouve que c'est des faux débats. Il y a tellement de gens qui créent des chaînes youtube, si tu commences à créer une chaîne en te disant que tu vas gagner de l'argent avec de la pub, tu vas te ramasser très vite. Il y a 5-6 ans oui mais bon tu étais un peu visionnaire, mais maintenant c'est trop tard, le truc est ultra concurrentiel. Et surtout pour 1000 vues tu as un dollar, si tu as pas le droit de monétiser avant 1\$, c'est qui qui va pinailler "on m'a volé 80 centimes" fin franchement... A moins d'avoir une chaîne de vlog quand tu es en 4ème et que tu déconnes avec tes potes... je comprends pas le débat, si tu n'as pas 4000 abonnés c'est que personne te suit.

Et dernière question : à quel point tu penses que la façon dont marche youtube, et notamment avec l'algorithme, influence la manière de créer des vidéos, ta créativité ?

Moi j'ai pas l'impression qu'elle l'influence trop. Bah si après les épisodes qui marchent pas... Mais après ça c'est plus une question de ligne éditoriale, de dire que tu as produit un contenu que les gens n'attendent pas vraiment. Mais par exemple je pense pas que la longueur d'un format influence particulièrement... En fait ce qui m'énerve plus c'est que je pense qu'il y a pas mal de trucs qu'on fait, chez certaines chaînes culturelles, pas toutes, parce qu'il y en a qui sont plus funky que d'autres, typiquement je pense pas que science étonnante se soit pour tout le monde, même le fait qu'il ait 400 000 abonnés, il faut déjà être curieux et aimer cet exercice là, parce que lui il décortique vraiment, du coup si tu n'as pas déjà mis un pied dans la porte, tu peux pas rentrer par ce biais là, il rend pas la culture très funky. Il explique ça très proprement mais ça s'adresse déjà à un public niche, mais un mec comme Léo de Dirtybiologie, son contenu tu peux le filer à n'importe qui, ce qui n'est pas normal, c'est que même s'il est très gros aujourd'hui, qu'il ne soit pas plus gros. Et il est pas plus gros car il y a pleins de gens qui tomberont jamais sur son contenu, ou très rarement. Et c'est pas normal qu'il soit à 500 000 alors que Lama Fiché est à 2 millions. Ça, ça m'énerve.

Le contenu pute à cliquer vous prend de l'audimat ?

C'est parce qu'ils nous prennent, ce contenu existe, bon, mais c'est qu'il soit mis en avant qui me pose problème. Il suffit de se promener dans les tendances de Youtube, tu vois, et tu vois aussi qu'une grosse partie de l'audience est jeune, tu vois que les centres d'intérêt ne sont pas ceux de quelqu'un de 25 ans. Mais voilà Youtube a aussi son mot à dire là dedans.

Entretien avec Quentin, fondateur de la chaîne « Alt-236 », réalisé le 8 mai 2018

Moi : Parle moi un peu de ton parcours et de pourquoi tu as voulu lancer ta chaîne youtube ?

Quentin : je vais essayer de faire bref. Au moment du bac je ne savais pas exactement quoi faire, j'avais pas de projets. Donc je n'avais pas la conscience que je pouvais embrasser une carrière artistique on va dire, c'était pas un "vrai métier" dans ma culture bizarrement.

Pourquoi ce n'était pas un vrai métier ?

Je faisais un peu de musique, un peu de peinture mais pour moi on pouvait pas être artiste dans la vie. Mes parents m'ont rien interdit mais pour moi je pensais qu'il fallait faire un métier genre avocat, médecin, voilà. Et du coup j'ai repris du droit, parce qu'il y avait le côté avocat, où j'aimais bien m'exprimer, je pouvais reprendre à zéro et avoir une vie bien. J'ai un peu déchanté donc j'ai fait une licence de droit, et j'ai même fait un concours de plaidoirie où je me suis mis dans la peau d'un avocat, et là je me suis dit que je me sentais pas de faire ça, pour des questions toutes bêtes, un peu morale, genre je me sentais pas de défendre des gens horribles ni d'enfoncer des gens... Bref, je me suis un peu gourré de voix, donc du coup j'ai arrêté pour faire de la musique, pendant un an, ce qui s'est soldé par un échec, je voulais être rock star mais ça n'a pas marché non plus, donc j'avais un groupe et tout, et puis on a splitté, c'était un peu la misère. Et du coup mes parents ont eu la gentillesse de me dire : si tu veux te remettre dans un projet, et refaire des études on est ok pour t'aider. Et du coup ils m'ont payé une prépa art, et là j'ai préparé les beaux arts pendant un an, et j'ai eu les beaux arts de paris, et du coup j'ai fait 5 ans là bas. J'ai adoré l'école, c'était la révélation, et en même temps ça a été très dur d'en sortir, il y a un très faible pourcentage de gens qui sont là bas qui arrivent à vivre de ça directement. On attend pas les artistes donc il faut avoir du réseau, être ultra doué, faut bosser comme un dingue, faut vraiment le vouloir, et moi j'adorais la création, et ce en quoi j'étais rentré, la peinture, je me suis dit que c'était pas possible. Surtout que j'étais rentré en peinture mais je suis sorti en vidéo, mais c'était un peu de la vidéo art, c'était pas des courts métrages, j'avais filmé ma voisine d'en face par exemple, une vieille dame complètement folle. Je filmais pas chez elle, juste sa fenêtre, moi j'étais en bas donc je voyais juste quand elle sortait, et elle sortait vachement souvent, elle faisait des bulles, elle commentait les gens en bas, elle appelait les flics, c'était un personnage complètement ouf. Et du coup j'étais resté une semaine en bas à filmer, mais je voyais rien à l'intérieur, ça fait bizarre dis comme ça, mais ça faisait un truc assez beau, une vieille dame comme ça, à sa fenêtre qui faisait des trucs. Il y avait un jeu vidéo dans l'univers de Bosch, il y avait pleins de trucs bizarres comme ça : je l'ai pas fait mais c'était un teaser pour montrer ce que ça pourrait être. Donc voilà je me suis vraiment dit que le médium média, photoshop, vidéo, etc, ça me passionnait, et c'est là dedans que je voulais être créatif. Et quand je suis sortie de là ça a été un peu la galère : on a tenté de créer une boîte de vidéos institutionnelles avec un pote mais ça n'a pas marché, j'ai fait des petits boulot jusqu'à me retrouver dans le taf que je fais aujourd'hui, à savoir professeur. J'ai pas le CAPES mais j'ai essayé de le passer, j'étais admissible mais je l'ai pas eu. Ça faisait 4 ans que j'étais dans ce taf, ça me plaisait quand même, le contact avec les jeunes, j'ai pu transmettre un peu avec le professorat, mais ça m'a aussi frustré dans le sens où c'est pas ça que je veux faire, moi je veux créer, faire de la vidéo, des choses qui touchent à l'art, et un certain type d'art très spécial. Et même si c'est génial d'enseigner à des gamins de 4ème moi je suis frustré là dedans, j'arrive pas à m'épanouir du tout. Et j'avais d'autres ambitions dans la vie qui était beaucoup plus créatives, avec ce que ça suppose de haut et de bas mais de magie, c'est quelque chose qui me fait vivre, vraiment. Et donc du coup pendant tout ce parcours professionnel, dès l'instant où j'étais aux beaux arts, j'ai commencé à faire des sides projects, des trucs que tu fais dans ta chambre en te disant ça va défoncer, on va me repérer. Aux beaux arts tu rencontres des gens avec qui tu taffes, donc j'ai bossé un long métrage qui a été super cool, qui s'appelle Sorgoi Prakov, tu pourras aller voir la bande annonce si tu veux. C'est quelque chose qui a eu des petits prix mais qui est jamais sorti pour autant car on avait pas les droits pour tout.

Tu l'as pas mis sur Youtube ?

Il a été sur YouTube pendant longtemps mais là il a été racheté par un site de streaming américain qui se diffuse en ce moment. C'est un fan footage, donc un faux documentaire, qu'on a fait, tu pourras aller voir la bande annonce sur youtube. Donc j'avais fait des trucs mais j'étais arrivé à un moment dans ma vie où tous mes potes avec qui je faisais de la musique, des courts métrages, des machines, ce sont barrés car eux aussi galeraient et ils ont trouvé un taf ailleurs en France. Et je me suis retrouvé tout seul en me disant : bordel j'ai 35 ans, je crève depuis 15 ans de vivre de cet univers de création, pouvoir passer ma vie à faire ça, c'est vraiment ce qui m'anime, et j'avais pas mal de confiance en moi car même si j'ai fait les beaux arts, on m'a jamais appris la vidéo là bas, tu fais tes trucs dans ton coin et tu as des profs qui te notent, qui font un jury. Mais c'est pas du tout une formation comme aux arts déco où on t'apprend des techniques, mais là pas du tout. Donc la vidéo c'était complètement autodidacte, et du coup je me suis un peu entraîné de mon côté, j'adorais ça. Je faisais de la musique en parallèle, et je me suis dit que j'allais faire un truc tout seul, bien ou pas bien, ce sera un truc qui me ressemblera, qui me parlera, et je vais essayer d'y mettre un peu de ma créativité et le poster en vidéo, et le faire sur Youtube. **Moi j'ai choisi youtube car c'est celle qui est en vogue et c'est la plus pratique je trouve.**

Et tu étais déjà intéressé par la plateforme où tu t'es dit Youtube parce c'est là que ...?

Ouai parce que je regardais des youtubeurs aussi, comme toi, on a beau critiquer youtube, il y a énormément de choses incroyables dedans, et du coup il y avait plein de gens où j'admirais leur travail. Mais ça se trouve moi aussi je peux proposer mon truc.

Est-ce que tu as une vidéo ou un youtubeur qui t'a particulièrement marqué ou fait rentrer sur la plateforme ?

C'est dur à dire car je suis un peu vieux par rapport à la génération youtube. J'ai du mal à identifier le glissement entre internet et des trucs qu'on t'envoyait par mail, et youtube. Quand j'ai appris que c'était en 2006 j'ai fait "quoi c'est pas plus vieux que ça ?".

En tant youtubeur, c'est sûrement le joueur du grenier, mais j'étais pas spécialement fan. Un petit peu de fossoyeur de film aussi... Norman aussi, les trucs un peu humour, ce qu'on a incarné comme un youtubeur. Sauf qu'en fait il y a pleins de choses, il y a la vulgarisation qui est arrivé, des trucs comme E-penser, et je me suis dit qu'il y avait des trucs vachement riches.

C'est ton envie de création d'abord qui t'a poussé à te lancer ?

Un peu le désespoir d'abord, j'avais besoin de faire un truc, et ça marche ou ça marche pas, tout le monde peut le voir, c'est là, c'est arrêté, j'en suis fière, c'est moi qui ai fait chaque seconde. Faire un truc sur une plateforme où les gens peuvent le voir, donc j'ai partagé le lien à mes amis au début, c'est ce que tu fais, sur facebook, donc tu as 12 likes, et un mec qui fait "ouai super". D'autres m'ont dit que ce serait bien de montrer ma tête, et c'est pour ça que je l'ai montré après, alors que je suis content de plus la montrer du tout aujourd'hui. Mais je l'ai fait pour exterioriser quelque chose et te dire que potentiellement, si on rêve, quelqu'un va le voir. Je l'ai envoyé à pleins de gens au début : outre mes amis, j'ai vu que ça marche pas et que ça déclenche pas le raz de marée que t'espère, et donc ma première option a été d'aller voir tous les sites qui parlent de monstres pour ma première vidéo qui parle de monstres, en disant : salut, j'ai fait une vidéo sur un truc, si ça vous intéresse, n'hésitez pas à le partager.

Pour finir, c'était vraiment quelque chose que j'ai fait pour exterioriser un truc, faire quelque chose dont je suis fier, et partir de ça pour m'améliorer, voir si ça me plaît. Ce qui a fait que j'ai choisi ça, c'est que ça réunissait toutes les choses que je faisais de façon disséminé, en une chose. Je faisais de la musique et j'adorais ça mais j'ai pas pris de cours de musique donc je suis pas légitime à être musicien, j'adore écrire mais j'ai jamais pris de cours d'écriture... Donc dans tous les domaines que j'adorais, musique, écriture, collage, montage, j'ai toujours appris tout seul. Avec la conscience de mes limites, je suis pas un grand technicien, donc je peux pas aller démarcher des boites en disant "faites moi bosser là dedans regardez ce que j'ai fais".

Tu l'as jamais fait ?

Si j'ai essayé, j'ai bossé un an dans une boîte de pub nullos, ou j'étais trop déçu et ça détruit ta créativité, j'ai fait pleins de trucs, des petits plans de graphistes en free lance, je suis auto entrepreneur à côté de ça. Enfin c'est le gros bordel, tu essayes de faire tout ce que tu peux dans tous les sens mais je trouvais pas de cohérence. Mais là ça réunissait toutes les choses que j'aime et je le faisais à ma façon, et comme c'est à ma façon, peut-être que tout ça ensemble ça va donner quelque chose qui peut, peut-être... Enfin je m'en suis rendu compte après mais tu as forcément un style quand tu mets beaucoup de toi dans un truc, que ça te parle et que ça te ressemble. T'en a pas conscience mais tu as un style qui se dégage de tous les youtubeurs que je regarde, inconsciemment mais c'est ce qu'ils dégagent. Au début j'ai un peu erré dans les formats, j'ai fait la vidéo qui s'appelle "le meilleur des monstres" car je voulais parler des monstres et montrer que c'était plus que des films d'horreur débiles. Et après j'en ai fait une ou deux autres, je voulais faire sur l'étrange, mais j'ai un peu erré, j'ai même fait une vidéo sur les fantômes que, grâce à Vled Tapas de la tronche en biais, j'ai supprimé car il y avait des inexactitudes, des trucs un peu one again, et il a bien fait. J'ai supprimé une ou deux vidéos dans le courant du truc donc, et j'ai fait des Top 10, même si c'est pas vraiment des Top 10, je regrette un peu car c'est un format un peu pauvre, qui a déjà été beaucoup fait, enfin je trouvais pas vraiment mon identité là dedans.

C'était un format qui te convenait pas, et pourquoi ça t'a ...?

En fait je voulais parler de trucs géniaux, enfin un peu originaux, et je me suis dit : tiens, par exemple il y avait des maisons qui me fascinaient car elles avaient des histoires ou un intérieur complètement ouf, je me suis dit tiens je vais en trouver 10, pour faire un nombre et pour trouver les 10 qui me plaisent le plus, et montrer des images de ouf, des archives, etc. Mais bon, c'était déjà vachement fait, il n'y avait pas d'originalité là dedans, même si j'y mettais tout mon coeur et tout, et que je faisais les musiques, blablabla. Et dès l'instant où j'ai eu l'idée des Mythologics, là c'était vraiment quelque chose qui me plaisait, comment on construit une mythologie, qu'est ce qui fait que j'ai envie de binge-watcher une série de 12 saisons à chercher le moindre détail, qu'elle est l'attrait derrière tout ça.

Mythologics, c'était un format que toi t'avait inventé ?

Mythologics le principe c'est de prendre une œuvre, si possible une saga ou une oeuvre qui est vraiment assez riche, pas juste un seul livre. Genre Berserk avec 37 tomes, genre Hellraiser avec 9 films, deux romans et 100 comics que je me suis, avec délectation, mangé jusqu'au dernier. Mais si possible, s'il y a un univers étendu, essayer de prendre toute la somme de ce que l'artiste a produit dans cet univers, voire même d'autres artistes, parce qu'Hellraiser il y a eu pleins de réal, et tout. Et d'avoir une vision un peu data. Il y a un truc que j'ai pas précisé, c'est que dans mes errements post beaux arts, j'ai fait 6 mois de criminologie parce qu'il y avait cette idée du droit, j'adore les enquêtes, les énigmes, les machins. Sauf que c'est pas diplomant en France, je m'en suis rendu compte après m'être inscrit dans l'école, et donc au bout de 6 mois j'ai arrêté mais j'ai quand même eu des cours là dedans, où c'était assez fascinant de prendre des choses, de les mettre à plat, et de voire ce qui en ressort. Et c'est ce que j'essaye de faire avec Berserk, dès que je vois des motifs qui se répètent, je les mets dans un dossier, puis à la fin je me dis "personne en parle trop mais en fait pourquoi ça évolue comme ça, pourquoi tel motif revient"... Des fois c'est sans doute capilo tracter, mais on s'en fout, moi c'est la beauté du truc, le fait que vrai ou pas vrai on puisse voir des choses là dedans en l'étayant un peu, et c'est beau de le voir comme ça. C'est ça que j'essaye de faire. Prendre des sagas, les expliquer un peu, en montrer des symboles et peut être des références. S'ils citent la lune toutes les 5 pages, bah la lune dans le folklore elle faisait référence à ça dans l'imaginaire, est-ce que ça colle avec l'œuvre ? Oui parfois, et c'est intéressant. Je voulais faire un format un peu deep, où **tu sens** que le mec a passé deux mois à fouiller dans tous les sens pour essayer de trouver comment émerveiller autour des oeuvres par la profondeur qu'elles ont, que tu vois pas forcément au premier abord. Sauf que c'était long, ça mettait 3 mois à faire, donc je me suis dit qu'il fallait que je trouve un format un

peu plus ramassé, et qui me permette de parler de choses plus transversale, et pas forcément être prisonnier d'une oeuvre, d'où l'idée des Stendhal Syndrome, c'est le vertige artistique.

Ca faisait référence aux films de Dario Argento, j'adorais cette idée d'avoir un vertige et c'est un peu l'idée de toutes les vidéos, c'est de te mettre tellement d'images géniales qu'à la fin tu fais "putain mais il y trop de trucs bien". C'est pas de moi mais je suis un peu un passeur et je le mets dans un écrin qui fait, avec la musique avec la voix, la façon dont on en parle, que on peut ressentir quelque chose face à ça. Tout le monde n'est pas armé pour voir certaines oeuvres. C'est une question de culture, il faut en manger pleins, connaître ses goûts, bref. Les vidéos tournaient autour de ça et avec les stendhal syndrome faire quelque chose de plus transversal, par exemple j'ai fait les aliens dernièrement, je ne suis plus enfermé dans un format.

Voilà c'est fini pour mon parcours, tout ça est connecté et bordélique, c'est un peu la somme de toute cette complexité qui s'est retrouvé là dedans, j'ai tout centralisé. Et j'ai eu la chance, grâce au partage d'axolot notamment, fossoyeur de films, des gens qui ont changé ma vie en fait, avec des partages ça a fait qu'un petit groupe de gens, intéressés, qui est arrivé, qui a ensuite partagé, et ensuite avec le bouche à oreille qui se fait. C'est ouf d'être à plus de 50 000 abonnés, j'en reviens pas. Ca a permis de faire exister le tipeee, qui fait que du coup ça a changé ma vie, et là j'arrête mon taf le 8 juillet et après ne faire plus que ça.

Tu l'avais envoyé ta vidéo à axolot et au fossoyeur de film ou c'est eux qui l'ont trouvé ?

Bonne question : Axolot a fait un tweet en demandant aux gens de conseiller des youtubeurs trop peu connus, et il y avait genre 1000 réponses. Et au bout de 2h il a posté la chaine en disant que c'était trop bien, et en deux jours j'ai gagné pleins d'abonnés. J'avais 900 abonnés quand il m'a découvert, en partant de rien, mais 800 abonnés à 35 ans c'est pas un projet viable, c'est sympa comme loisir. Mais dès le début j'ai voulu faire ça à fond, vraiment sérieusement, ce qui a fait qu'au moment où il l'a vu, il sait que j'étais à fond. Et je l'ai rencontré après axolot, à une dédicace à Bastille, et du coup on s'est vu. Il m'a dit : je suis content car j'avais peur au bout de 3-4 mois que tu te décourages, et c'est vrai que c'est tellement d'énergie, je passe tout mon temps là dedans, et ma meuf elle est bien cool de savoir que j'ai besoin de ça, on essaye de s'aménager, je bosse beaucoup la nuit sur les vidéos et je dors peu. Mais grâce à ça, ça m'a permis d'avoir une petite audience qui m'a permis d'avoir le tipeee, et de me faire repérer par Bits notamment, qui m'a appelé pour faire deux épisodes. On est pas sur que Bits continue à la rentrée donc on verra mais c'est déjà cool. Ils sont venus me chercher à cause de la chaine, ils m'ont dit : on aime bien ce que tu fais, tu veux bien venir nous voir ? Et ça, ça me rapporte un peu d'argent et ça pourrait grave compléter le Tipeee et faire le SMIC + 200 euros qui te permet de vivre. On a un enfant qui arrive, donc lacher un CDI le jour où on enfant naît, c'est assez bowlzy, mais qui ne tente rien n'a rien. Ca fait 15 ans que j'attends qu'il se passe un truc et au moment où il se passe quelque chose il faut foncer, sinon ça n'a aucun sens, quitte à me planter, mais avoir des regrets il n'y a rien de pire.

Tout ce qui s'est passé m'a donné confiance, une confiance que j'avais pas, me dire que je suis capable, j'ai mon truc, crois en toi quoi ! Ca m'a fait vachement de bien.

C'est par les recommandations d'autres youtubeurs que ça t'a fait ramené une grande communauté ?

Au départ oui, c'est ce qui fait que des gens arrivent sur ta chaine perdue au milieu de milliers d'autres, qui sont toutes excellentes et qui n'ont pas forcément d'exposition. Parmi d'autres qui sont vachement exposées et tu pourrais te dire que c'est pas du contenu de ouf, mais bon voilà. Donc dans un premier temps ça amène des gens sur ta chaine, et ensuite je pense que c'est l'algorithme de youtube qui prend le relais, et qui du coup, mesure la différence entre les likes que tu as, les dislike que tu as. Moi par chance j'avais pleins de likes, et très peu de dislikes, tu as aussi beaucoup de commentaires qui commencent à apparaître. Donc je pense que l'algo fait : tiens, ça a l'air d'être bien pour tout le monde, et ça a l'air d'avoir de l'émulation, et du coup je regarde les tags et le titre et les gens qui ont regardé telle vidéo je vais leur en proposer d'autres sur le côté. Genre sur la vidéo de Berserk j'avais 300 commentaires et au bout du 400ème commentaire, c'était "oh putain, pour une fois que les recommandations youtube sont biens", et ce commentaire est arrivé une centaine de fois,

les gens mentionnaient ça. Donc il y a un moment où ça a shifter et youtube dis ok ça a l'air pas mal, du coup je le répercute et je le propose à plus de gens, puisque quelque part, le peuple a estimé que c'était bien. C'est l'algo qui prend la vidéo et qui le met dans les recommandations, c'est à dire que c'est écrit "recommandez pour vous" dans les vidéos du user lambda. Ce qui fait que toi tu as des vidéos qui popent en disant "recommandé pour vous" parce qu'un jour tu as été voir tel youtubeur, etc.

Et comment tu sais ça ?

Bah je l'ai juste su par les commentaires en fait. Youtube te dit pas "coucou vous êtes passés dans les recommandations", ils te disent rien du tout, et je te dis ça, ça se trouve je me goure, mais c'est ce qui est apparu dans les commentaires alors que c'était pas le cas avant.

C'est essentiellement par les commentaires que tu as eu ces informations là ?

Moi oui, après je t'avoue que je suis pas du tout le nez dans les statistiques, et les analytics, je suis désolée. Pourquoi j'y vais ? Parce que déjà je suis pas très chiffre, même si je suis fascinée par les mathématiques, et surtout c'est un peu flippant et ça peut t'entraîner dans une vision un peu mécanique de ton truc : déjà, c'est horrible à dire, mais quand je vois que j'ai + 100 abonnés, bah je remarque même pas, je trouve ça cool, ça grandit, mais 100 abonnés il y a un an demi c'était "oh putain qu'est ce qui se passe ?" **et c'est horrible à dire mais plus les chiffres avancent moins ils ont de sens**, donc je me dis je m'en préoccupe pas trop. Si un jour j'ai deux vues je serai triste et je me dirai : qu'est ce qui se passe, mais je fais le truc le plus honnêtement de la terre, je fais ce qui me plaît, je le fais pas pour le nombre de vues. C'est con à dire mais je le fais en me disant "je veux que ça plaise un maximum aux gens", je le fais avec tout mon coeur et en y mettant le plus d'application, en disant que c'est peut être ça que les gens vont aimer, mais jamais je rentre dans l'équation "ah non, les gens vont pas aimer, tiens ça ça marche en ce moment". Je suis pas du tout dans les modes, ce qui donne parfois ce côté vieillot à la chaîne, un peu powerpoint avec de belles images, on me l'a déjà dit et c'est un peu vrai. D'ailleurs je me prends pas mal la tête à essayer d'améliorer ça.

Ca on te l'a dit dans les commentaires, par des amis ?

C'est plutôt les youtubeurs qui ont dit ça, ce sont plutôt des gens qui sont dans l'image, et tu le diras pas mais il y a Simon Puech, et il y avait un mec qui lui demandait s'il avait déjà vu alt 236 et il avait dit, pas méchamment, "ouai mais c'est un peu trop power point pour moi", et c'est vrai, ce n'est qu'une succession d'image fixe la plupart du temps. J'essaye de mettre plus de vidéos, de mettre des cadres autour des vidéos que je montre, je fais tout en graphisme pour essayer de...

J'assume hein, je fais zoomer un petit tableau, tout lentement pendant 5 minutes pour te dire, "ah ouai cette image elle est ouf".

Je regarde des youtubeurs que j'aime bien mais je suis peu l'actualité de youtube, ou ce qui se fait dans les tendances. Par contre parfois je tombe sur des vidéos de ouf, et souvent c'est des américains qui sont dans le côté un peu culture, un peu mystique, qui mettent des claques, avec la qualité de la voix, la musique, des illustrations, comment t'attire l'attention sur l'image en mettant un léger flou qui se voit à peine. Des trucs de forme, qui font que le propos est le plus fluide et agréable possible. Et moi si tu savais comme je corrige pendant des heures et des heures, pour essayer de raccourcir mes phrases, pour que ce soit moins ampoulé, moins pseudo académique, universitaire, et d'essayer de rendre ça... Parfois les mots permettent d'être très précis, ce que je veux être, mais aussi de mettre un peu de verbe pour emmener dans un côté un peu poétique, et en même temps pas être dans des phrases trop longues, imbittables, ou tu sais plus ou ça commence et ça finit, et c'est un peu le problème. Je corrige ça avant.

C'est toi tout seul qui t'es mis cette barre là, ou on t'a dit : fais gaffe à tes phrases ?

On me l'a un peu dit, par exemple aussi j'ai canard PC qui, grâce à la chaîne, qui m'a contacté via Twitter - j'ai pas parlé de twitter mais c'est aussi un truc très important pour la chaîne, c'est vraiment l'outil que j'utilise le plus. Et donc Canard PC m'ont demandé d'écrire deux pages dans leur mensuel qui va sortir, et du coup il y avait la question d'être juste à l'écrit, et le style est pas le même quand tu as le soutien de l'image, tu peux te permettre de partir dans des trucs où l'image peut t'appuyer, mais quand tu es juste dans une phrase, c'est pas du tout la même écriture. Et du coup j'ai eu cette question de forme qui s'est posée, il m'a corrigé, j'ai pu voir des choses. Et ma femme est journaliste, et elle m'aide beaucoup à relire mes trucs, elle voit aussi mes vidéos avant qu'elles sortent, pour avoir son avis si un truc est vraiment pas clair ou mal dit ou pas juste.

Est-ce que tu essayes de t'informer sur l'algorithme en général ? A part sur les commentaires ?

Ca m'arrive de temps en temps, de regarder, et il y a de plus en plus de youtubeurs qui font du youtube sur Youtube, car il y a tout un pan de youtube qui vit de ses revenus youtube, ce qui n'est pas mon cas. La plupart de mes vidéos ne sont pas monétisées, et comme j'ai pas le droit des images que j'utilise, ça pose un peu problème de mettre la monétisation.

Tu monétises donc pas trop tes vidéos ?

Non pas trop mais je vais devoir m'y mettre parce que je vais devoir vivre de ça, et puis si j'ai un strike l'argent ira à... Mais c'est encore un autre sujet.

On parlait de te renseigner sur l'algorithme ?

Oui donc par contre j'ai regardé des youtubeurs qui parlaient de youtube, je me suis un peu renseigné la dessus mais c'est hyper **obscur**, ils ne sont pas sur de ce qu'ils avancent, youtube entretient justement un flou pour pouvoir faire ce qu'ils veulent, et ça peut se comprendre, et du coup **si tu mets à suivre l'algorithme, ça devient n'importe quoi**, c'est ce qui a fait qu'à un moment les gens étaient convaincu qu'il fallait mettre des pouces et ils le disaient au début de leur vidéo avant même de proposer le moindre contenu. Enfin il y avait un côté un peu bizarre, moi je préfère que ça marche pas que de rentrer dans ce cirque là, quelque part. Et puis ça fait un peu euh... A la limite quand un gamin de 15 ans fait "allez soyez sympa encouragez ma chaîne" bah j'ai de la tendresse et c'est normal. Mais bon à 37 ans, faire "salut les gars" bon. Et puis je suis ami avec Gilles Stella qui, lui vient de Provins, et qui du coup... Tu vois chroma, de Karim Debbache ? Et lui m'a dit qu'il fallait que j'enlève ces petites phrases à la fin, c'est pas la peine, et il a raison. Les gens s'ils aiment ils ont envie de te suivre ou de s'abonner ils le feront. Ca j'ai arrêté de le faire donc, et je me soucis pas de l'algo, par contre il y a des trucs du genre, j'ai cru voir que il fallait pas mettre de titres glauques genre mort ou révolution sinon c'était passez direct en contenu non viable pour les annonceurs, par exemple. Donc c'est clair que je vais pas mettre "Eventration" en titre, non je vais mettre "le mystère des ténèbres" ou un truc dans le genre, et puis c'est ma façon d'écrire les titres. Ca je fais attention à ne pas écrire un titre qui pourrait être tendancieux ou...

C'est parce que c'est l'algorithme ou parce que ça te dérange de faire ça ?

Alors d'une manière général, il y a énormément de contenu toxique sur les réseaux aujourd'hui, et ça correspond à mes valeurs personnelles aussi, mais moi je mets un point d'honneur à être ultra **bienveillant** avec tout le monde sur les réseaux, moi j'aime tous les gens qui sont dans une forme de respect, dès que ça passe dans l'agression c'est autre chose, je vais défendre les gens ou peut être dire quelque chose pour réagir, mais sinon j'essaye d'être vraiment dans tout le monde est le bienvenu, quelque soit tes paramètres de vie, je m'en fous, et puis j'essaye de faire que ça transparaisse dans mes vidéos.

J'ai pleins de défauts mais je me dis bêtement, naïvement... C'est ce qui explique aussi que j'ai une communauté si bienveillante, sur Twitter j'ai que des gens gentils, j'ai pas un troll, j'ai eu deux messages sur 15 000 un peu con ou critiques, un peu méchants, mais sinon rien. Quand t'envoies du contenu il y a aussi l'idée de dire que les gens se sentent à l'aise ici, qu'ils ne se sentent pas agresser

de quelqu'une façon. Je sais que c'est un business, il y a des gens qui le font très bien, d'agresser tout ce qui bouge et qui essayent d'en faire une sorte de verve, d'humour, de trolling ultime que personne comprend. Mais moi ça m'agresse, j'ai pas envie de répandre ça dans l'univers. Ce qui le font c'est très bien, et même avec talent, entre guillemets, mais moi je trouve que c'est négatif, ça rend toxique la plateforme, les gens sont agressifs, etc. Moi je veux que de l'amour dans la vie, par contre je peux montrer des images horribles. Il y a cet espèce de dualité de dire soyons ordonnée dans notre vie pour être fou dans notre travail, il y a cette idée là de dire, j'ai aucun tabou dès que c'est artistique, entre guillemets, j'en ai quelques uns mais ça peut aller loin mais dès que c'est artistique, que ça a un sens, que c'est dans le but de sublimer le monde, bah oui j'ai pas de limite pour le coup. Mais on est gentil entre nous, merde ! Et puis je veux que le monde puisse continuer à exister et qu'on survive un maximum de temps tous ensemble dans le bien être social le plus... Mais bon c'est pas facile.

Et est ce que, par rapport à ta communauté ?

c'est bizarre de dire ça, communauté. J'ai des gens qui me suivent, c'est trop cool, mais j'arrive pas du tout à me voir comme youtubeur avec une communauté. Je suis un noob moi, je suis émerveillé encore de voir que ça marche, et je pense que ça durera longtemps parce ce que je suis quelqu'un qui s'émerveille beaucoup, mais voilà je te coupe parce que ça fait bizarre de dire communauté.

Ok, est-ce que par rapport à cette communauté qui te suis, est-ce que tu vas leur demander des choses, poser des questions, interagir avec eux, voire te faire influencer par eux ? Est-ce qu'ils ont de l'influence sur ton travail ?

Alors tu vois, c'est tout con mais une fois j'ai mis un truc (j'ai une chaine de stream à côté où il y a beaucoup moins de passage mais j'aime bien explorer des jeux, et puis il y a des gens super cools qui sont là, ça crée une autre sous communauté hyper cools). Et j'ai mis les vidéos de stream sur la chaine normale : et il y a une ou deux personnes qui m'ont dit "c'est chiant d'avoir une notif pour un stream alors que nous on attend les vidéos" et direct j'ai fait ok, chaine secondaire, j'ai pas réfléchi, c'était une super bonne remarque. Si j'étais pas d'accord, ils auraient pu être dix milles à dire ça, j'aurais dit "non j'assume", c'est important. Alors que là j'ai fait ouai, ok ça a pas de sens, je vais faire une chaine secondaire pour ça. Comme quoi ça peut avoir un impact très direct, j'ai fait ouai putain c'est vrai, putain direct je change. Si quelqu'un dit "j'aime pas la vision que tu as du truc", je vais le défendre il y a aucun problème et je vais pas changer les choses. Si par contre quelqu'un me donne une super bonne idée en me disant "pourquoi tu ferais pas ça ?". Et bah je le ferai peut-être. Tout va dépendre si ça rentre dans quelque chose qui me plait, qui me parle, qui a du sens. Mais je suis pas plus à l'écoute que ça, à part la bienveillance de dire : ouai tiens les gens disent ça, j'y avais pas pensé, bah dans la prochaine vidéo je ferai un peu attention. C'est vrai que j'ai dit dans la vidéo des étoiles "un dieu qui n'existe pas", et là j'ai eu des commentaires un peu vénères de croyant, qui ont dit "comment tu peux dire ça", et je peux comprendre. Mais j'essaye un peu de défendre mon point de vue car je suis profondément athée, et que j'ai même un peu souffert de la religion donc j'ai un côté un peu revendicatif là dessus que j'essaye de contenir à donf, si tu savais, j'en ai supprimé des phrases, mais voilà. D'ailleurs j'ai beaucoup de plaisir à discuter avec les chrétiens, les musulmans ouverts, etc. Mais c'est vrai que c'est un truc qui a un peu posé problème, mais ça pour le coup je l'assume, et tant que ça correspond à ce que je veux faire et que c'est intéressant pour la chaine et ce qui se passe, bah je le fais.

Par rapport aux youtubeurs, est-ce que tu te sens parfois un peu influencé ?

Bah tu vois, il y a Simon Puech qui m'a dit, il y a aussi un des monteurs de Bits qui m'a dit ça, qui m'a dit : ouai le prend pas mal mais nous on met pas d'images fixes, mais c'était hyper gentiment et il a raison, c'est un peu l'enfer de monter qu'avec des images fixes. Et les deux qui m'ont dit ça, comme ce sont des "collègues", ce sont des gens qui font la même chose que moi et dont le point de vue est intéressant parce que justement ils se posent des questions que tu te poses aussi, de formes, etc. Je vais vraiment lutter de plus en plus contre ça, mais en assumant certaines fois que c'est important de

le garder. Mais pas faire 25 minutes avec que des images fixes, essayer de faire des trucs avec de la 3D, etc.

Et ce que j'ai pas dit aussi c'est que grâce à la chaîne, il y a pleins de gens qui m'ont proposé leurs services, des gens qui font des trucs que je sais pas faire. Il y a des gens qui m'ont proposé des musiques, alors moi j'en fais mais d'autres qui m'ont fait des musiques que j'ai incorporé dans certaines vidéos. Il y a des gens qui font de la 3D et qui m'ont dit : si un jour t'a besoin d'un truc, tu m'appelles je te fais ça. Donc voilà je suis en train de préparer des choses qui vont utiliser ça, et aussi pour mettre le travail de ces gens là en avant. Et le jour où je gagnerai de l'argent avec ça, payer les gens qui font des trucs avec moi. Mais tu vois la communauté elle a aussi ce truc là que, outre les conseils que peuvent avoir les gens, ça m'a fait aussi rencontrer des gens. Donc eux leur point de vue est intéressant aussi, ce qu'ils t'apportent peut faire changer ton travail. Et Simon Puech ça m'a un peu vexé au départ, bêtement, mais en même temps faut aussi savoir être dans l'auto critique, et je me suis dit : qu'est ce qui est vrai dans ce qu'il dit, et maintenant quand je vois 5 images à la suite, je me dis qu'il faut que je rende ça plus vivant, et en fait tu trouves toujours un extrait de films, une façon de mettre l'image incrustée dans un petit décor, qui fait qu'elle est un peu sublimée. Donc c'est plus ça que je vais essayer de faire, en assumant de garder un rythme peace et pour la fascination. Tu peux pas faire du cut tout le temps, déjà que c'est dense et un peu étouffant parfois, il faut garder un rythme... Mais voilà essayer aussi de pas être dans ce côté un peu statique.

Est ce qu'il y a des youtubeurs qui t'ont influencé dans ton format ? Parce que tu me parlais de youtubeurs américains qui font des trucs hyper chiadés : est ce que tu penses que tu as des influences ?

Inconscient c'est sur, après moi je crois vachement dans l'originalité. Alors on est jamais originale et souvent au bout de 6 mois tu tombes sur un mec et tu te dis : putain ça déjà été fait, je suis dégoutée. Mais pour autant avoir la conviction après t'être intéressé à pas mal de choses, de te dire : ok, ça, ça n'a pas trop été fait. Faire un truc en disant, tiens je fais faire comme le fossoyeur, alors que j'adore ce qu'il fait, je trouve que ça n'a aucun sens.

Mais dire : non mais cette idée est bonne, je pourrai peut-être...

Bah il y a des youtubeurs qui m'ont dit : je me sens pas de montrer ma tête, parce que ceux qui le font bien ont du matos, ceux qui le font mal je trouve ça cheapos et ça me plait pas. Donc je me suis dit autant pas la montrer et tout miser sur la voix-off. J'ai vu des youtubeurs américains qui avaient des voix-offs hyper travaillés, je me suis dit "ok ça peut marcher".

Il y a des choses qui jouent forcément dans ton maelstrom mental, après je me suis pas dit "ah tiens toi, je fais la même chose". Parce que quelque part j'aurai un peu l'impression de copier, ou de pas être dans ma vérité. Et aussi pauvre qu'elle soit c'est toujours plus agréable de dire : putain, j'ai l'impression de faire mon truc, de défricher mon petit carré de jardin, ça fait plaisir. Même si c'est toujours virtuellement faux, mais au moins ça te met dans une honnêteté "allez je le fais", sinon je me sentirai un peu coupable de faire moins bien ce qu'un autre fait. Et en prenant l'idée.

Et est-ce que tu t'es déjà laissé influencer par la plateforme elle-même, son fonctionnement ?

Tu veux dire le système de likes, de commentaires, etc ? Alors non pas encore mais cela me donne des idées. Ce qui est un peu dans l'autre sens.

Je regarde pas mal PewDiPie en ce moment, qui est un youtubeur qui a eu cette putain de polémique, justifié et tout. Je connaissais pas son travail avant la polémique. Je me souviens de ce qui s'est passé mais je trouve que ce qu'il fait depuis est hyper intéressant, en terme de forme et en terme de discours qu'il a. Il m'influence pas, il y a pleins de choses où je suis pas d'accord avec lui, mais je trouve que sa forme, et la critique qu'il a sur youtube, et même certains jeux formels qu'il a fait avec sa communauté. Par exemple en disant : est-ce que cette vidéo peut avoir autant de likes que de dislikes : elle avait deux ans la vidéo, elle 896 000 likes et 896 000 dislikes, et je trouve qu'il y a un peu quelque chose de situationniste, un peu fou. On pourrait jouer avec cette plateforme, c'est comme faire des trucs "ces jeux dont vous êtes le héros" avec des sondages youtube et en fonction

des décisions tu emmènes les gens quelque part. Il y a Oculture qui a fait ça récemment et j'ai trouvé ça génial. Moi je suis plus intéressée par ce que les plateformes peuvent t'apporter comme **espace de création imprévue**, que de dire "ah ouai la plateforme à fait ça pour mieux marcher", **parce qu'en fait toutes ces décisions là, elles vont dans le sens de "pour mieux marcher il faut que je fasse ça"**. Alors je dis pas qu'au début je me suis pas dit : putain, il faut que j'encourage les gens à liker parce qu'apparemment l'algo a dit ça, mais dès l'instant où t'as un peu de gens qui te suivent, il vaut mieux fournir à mon avis le truc le plus honnête possible, détaché de tout ça, et c'est les gens eux mêmes, s'ils aiment ton truc, vont vouloir le défendre et le partager autour d'eux.

Quand est ce que tu as arrêté d'encourager les gens à liker les vidéos, etc ?

Au bout de la 3-4ème vidéo, il y a un an, déjà. J'ai essayé de faire ça 6 mois à peu près, et j'ai très vite abandonné le côté "je suis un youtubeur", je fais juste mes trucs, je mets mon adresse twitter dans la description, et genre j'ai un tipeee. Et je réponds à tous les commentaires, ça c'est un délire, enfin quasiment tous. Quand quelqu'un dit "super" je mets un coeur, et un pouce, je mets les deux, dès qu'il y a des gens qui me mettent un petit truc, je dis "merci beaucoup", avec un petit coeur, et dès qu'il y a des gens qui témoignent de quelque chose, soit de touchant, soit qui m'interpelle ou qui pose une vraie question, là je réponds, ce qui prend un temps de malade. C'est vraiment un gouffre de temps, mais en même temps, quelqu'un te parle, a vu ton truc, et réagit avec toi, comment tu peux t'en foutre ? Alors je suppose que tout le monde les lit, ils scrollent, mais moi ça me touche que les gens me parlent. Alors si un jour je fais des millions de vues peut-être que je dirai plus la même chose car je pourrai plus le faire, mais je veux répondre à tous les gens. Il y a des gens qui m'ont dit des trucs méga touchants, que je pouvais vraiment pas imaginer, à pleins de niveaux, et ça du coup, tu es obligé de répondre à ça, ne serait-ce que parce que j'en ai envie, et parce que t'a été un viewer un jour aussi, toi aussi tu as laissé des messages à des gens, et tu dis "ça m'aurait fait plaisir que ce mec là me réponde sur ce truc honnête que j'ai voulu dire avec lui".

Comment tu te sens justement par rapport à ta communauté, comment tu te sens ?

Hyper à l'aise, hyper cool, c'est des gens qui viennent à mon avis de tous les horizons, je pense que c'est plutôt entre du 20-35 ans, que du 15-18 dans l'idée, parce que c'est un peu plus, avec des images euh... Mais pas que, il y a aussi des plus jeunes, mais je me sens hyper à l'aise, et comme les gens ont compris que j'étais un puits à références, etc, ils nourrissent le golem, donc du coup sur twitter les gens passent leur temps à me proposer des trucs. Certains que je connais, et d'autres que je connais pas, et je me prends des claques en mode "putain, génial" donc ça c'est génial, j'ai carrément une source de gens qui interagissent. Et du coup "i feel blessed", j'ai vraiment de la chance, si demain j'ai pleins de trolls qui commencent à balancer des trucs ultra vénères je vais être super triste, je vais essayer de les calmer en disant "les gars s'il vous plait",

Tu sens que ça influence sur ton humeur, ou sur toi ?

Disons que moi non parce que j'ai pas de messages méchants, mais tu vois j'écoute les commentaires des autres, je regarde beaucoup les réseaux sociaux. Je suis pas influencée mais je regarde beaucoup par-ci par-là, je suis une éponge à ce niveau là, et j'ai beaucoup de tristesse et d'empathie pour les gens qui se font trasher, un peu souvent pas à raison. J'aime bien quand des gens scandaleux se font remettre en place, mais j'ai du mal quand des gens expriment juste quelque chose qui leur est propre sans faire chier personne et qui se font tomber dessus par des communautés entières, ça me fait mal, ça me fait chier, j'aimerais pas que ça arrive chez moi. Même en stream si quelqu'un balance une phrase qui est un peu limite, je reprends la personne en disant que c'est limite, mais personne n'a encore franchit la ligne rouge. Mais si un jour quelqu'un dit quelque chose qui pourrait discriminer des gens, je sais qu'il y a des gens homo dans ceux qui me suivent, bah si quelqu'un tenait des propos homophobes, je pourrai pas le laisser passer. Par chance c'est pas encore arrivé

Donc la communauté je suis hyper content et je suis content qu'elle soit pas toxique, parce que si d'un coup je devais faire face à ça, ça me ferait chier car voilà - je fais un petit aparté parce que

bizarrement, alors que tout est politique, et je suis passionnée par la politique, les idées aussi, je mets un point d'honneur à pas du tout en parler sur les réseaux sociaux. Chose qui a changé.

Car avant tu en parlais ?

J'ai été sur twitter pendant des années sur un autre compte, je savais pas quoi en faire, c'était horrible, et dès l'instant où je suis arrivée en ayant un sens, je voulais partager ma chaîne, partager toutes les choses que je mets pas dans les vidéos, mes recherches, etc. Là j'ai adoré twitter parce qu'il y a des gens géniaux qui sont arrivés, c'est là où il y a le plus de gens créatifs, pour moi Facebook il y a plus trop d'échanges, alors que twitter il y a beaucoup d'actualités, de choses un peu nouvelles, beaucoup d'échanges, un certain humour, ça j'adore, ça nourrit la bête de façon...

Et comment tu gères tes réseaux sociaux justement ?

Twitter j'y vais dès que j'ai un instant donc j'interagis très vite avec les gens, et Facebook j'y vais un peu moins souvent, c'est pour ça que je suis moins réactif, mais sur twitter je t'aurai répondu direct. C'est difficile de répondre à tout, j'ai des choses un peu compliqué à répondre, genre "est ce que tu prêtes tes musiques pour les vidéos", il y a des gens qui font du contenu et qui les veulent, et j'ai pas trop envie parce que c'est un peu mon identité, et je l'ai déjà fait au début, et ça m'a fait un peu bizarre dès l'écouter chez d'autres gens, j'ai toujours peur que quelqu'un le prenne et fasse un contenu qui m'aïlle pas, et qu'il y ait un truc un peu problématique dedans justement. Donc du coup je le dis gentiment mais j'essaye de pas le faire, et si quelqu'un a un projet à me proposer bah je veux bien penser faire une musique pour, mais c'est un peu dur de penser ça au quotidien, il y a pleins de gens qui te demande ça. Après je suis plutôt chanceux, c'est que des gens qui interagissent gentiment, et à qui je dis "génial super", tout est trop bien, mais ça prend beaucoup de temps.

Est-ce que tu réfléchis tes réseaux par rapport à ta chaîne, dans le sens où tu vas les utiliser pour avoir une plus grande communauté, pour teaser, avoir une communication spécial ?

Complètement, et ça c'est Twitter, sur Facebook je poste juste une nouvelle vidéo avec un msg quand elle sort, mais si tu veux sur twitter tous les jours je fais des threads quasiment sur l'art, et sur les trucs bizarres que je vois dans les œuvres, qui se retrouveront pas forcément dans les vidéos. J'interagis avec les gens quand ils interagissent avec moi, ou quand quelqu'un poste un truc que je trouve passionnant, mais j'interagis justement zéro en politique et autres, parce que c'est trop réducteur, il y a trop de violence direct...

Et toi personnellement tu t'es déjà engagé dans un combat politique ?

A fond, j'ai déjà écrit deux trois messages sur la manif pour tous que j'ai supprimé, parce que j'étais trop hardcore... Parce qu'en fait je me rends compte que j'ai pas envie d'être identifié comme ça, et que moi mon côté politique c'est de dire : l'art c'est ce qu'il y a de plus important, et je suis un canon à art à longueur de journée et si plus de gens aiment l'art, le monde ira mieux, j'en suis convaincu. C'est débile dis comme ça, mais je préfère dire ça et être cohérent la dedans et que les gens qui viennent "sur ma page" ou sur mon profil, savent qu'ici on parle d'art et de toutes les merveilles qu'il y a dans la création, et que ça regorge de trucs. Voilà, moi je suis là pour ça, c'est ça qui me fait vivre, et je fais bien gaffe à cloisonner ça, et je me sers des réseaux pour montrer un peu mes recherches, pour créer - pas une personnalité parce que c'est la mienne, mais il y a une façon de s'exprimer sur les réseaux, qui fait que du coup tu dégages quelque chose, dans ce que tu veux montrer, et du coup j'essaye de montrer un personnage que tu as envie de suivre, parce qu'il montre des choses qui sont fortes, et qui te font réfléchir, voyager, c'est ça que j'aimerais voir moi si je suivais quelqu'un. **Donc voilà tu fais le contenu que tu aimerais voir d'un certain côté, il y a cette idée là.**

Quand tu as créé ta chaîne, tu avais déjà l'idée d'une ligne éditoriale, ou de personnage, ou d'atmosphère ?

Alors ligne éditoriale oui, personnage non. Ligne éditoriale elle était vaste car c'est l'infini qui est le nom de ma chaîne du coup, et justement je voulais parler de cinéma, de tableaux étranges, de jeux vidéos qui me faisaient kiffer. Mais je trouvais des noms trop collés au cinéma donc je pouvais plus parler de jeux vidéos, je m'étais dit qu'il fallait que je trouve un terme qui puisse englober toutes cette folie. Et j'ai identifié beaucoup plus tard que ce qui me passionnait c'était les images, dans tous leur support, leur largeur, leur symboliques.

Et du coup ma ligne éditoriale je voulais que ça puisse partir dans tous les sens, mais que ça ait en commun ce côté fascination, tous les trucs qui sont fascinants, en art, et dans le monde. Ça c'était ma ligne édito, un truc qui te fasse voyager dans ce que l'humanité peut avoir de merveilleux, sans partir dans les trucs faux.

Et est-ce que, que ce soit sur les réseaux ou sur youtube, tu as déjà fait des trucs où tu t'es dit que ça allait te permettre d'avoir plus de visibilité ?

Grave, mais ça c'était avant la chaîne. J'ai fait beaucoup de trucs où j'ai essayé de "percer" grâce à ça. J'avais un petit truc qui avait marché une fois, qui était un peu débilos : ça s'appelait oscar van hacken, et c'était des affiches que je mettais dans la rue, avec des fausses annonces, c'était il y a 5 ans un truc comme ça. Et c'était un peu absurde, voire même un peu vénère des fois. Et il y avait des petits trucs que tu pouvais détacher avec une adresse mail, et du coup je voulais que les gens répondent à ça, et il y a pleins de gens qui m'ont répondu, et il y en a une qui est devenue un peu virale. C'était au moment de 2012, sur l'apocalypse : j'avais fait une fausse annonce comme quoi il y avait un bunker sous la mairie de Périgueux, avec un couple de retraité, et qui était prêt à accueillir des gens pour reproduire l'humanité. Et il y a un mec qui a pris ça en photo, c'était un peu partout dans le métro, et ça a été genre virale de ouf, c'est parti jusqu'au Canada.

Et donc du coup, ça avait un peu marché, et la boîte de com où j'ai bossé ils m'ont repéré grâce à ça. Il y avait M6 qui avait appelé en croyant que c'était un vrai truc, pour faire un reportage, donc c'était assez n'importe quoi. Et avec d'autres potes on a fait des vidéos on avait créé un faux mouvement artistique un peu dark, avec des fausses performances truquées mais qui étaient un peu film d'horreur. Du coup on avait fait des expos, on avait été invité à la FIAC, mais internet **j'ai très vite eu conscience que c'était un canal génial où tu pouvais venir de nulle part, faire quelque chose, et que ça puisse partir.**

Est-ce que tu t'es dit qu'avec tel ou tel mécanisme tu pourrais...?

Bah oui, je me suis dit que la vidéo pourrait permettre ça, vraiment quand youtube est arrivé, j'avais déjà fait des petits trucs, où je voyais que ça pouvait faire un truc qui pourrait faire un peu parler de soi. Ça peut émerger de nul part, et j'avais quelques expériences qui m'avaient permis d'entrevoir ça, mais rien qui m'avait fait dire que je pourrais vivre de ça. Mais vraiment quand j'ai fait ma première vidéo je me suis pas dit : yes je vais percer sur youtube, je vais faire ça de ma vie, c'était inconcevable pour moi, fin ça l'est même encore un peu, je vais me lancer on verra bien, mais ça reste encore un rêve un peu impalpable. Sauf que quand je me suis lancée c'était vraiment un besoin, un besoin de faire un truc dont je suis fier, et surtout faire un truc tout seul. Parce que comme je te le disais, j'avais fait des trucs avec des gens, et là je me suis dit, je vais dépendre des gens, faire un groupement de pote, il y a en a toujours un qui a d'autres priorités que toi, ça se fait pas, etc. Là je me suis dit : faut que j'utilise internet, mais faut que je le fasse tout seul.

Et est-ce que tu as réfléchi ta charte graphique, tes vignettes, etc ?

Oui et non, dans le sens où ça faisait déjà des années que je faisais du graphisme, que je faisais mes trucs dans mon coin. J'ai essayé de faire des BD tout seul, j'ai essayé de faire pleins de trucs tout seul, des films, des trucs d'animation sans savoir faire de l'animation, j'ai longtemps eu le fantasme de me dire de faire un truc où je n'aurai besoin de personne et où je pourrai faire exactement ce que je veux. Mais c'est très difficile dans l'image de tout maîtriser. Et là dans les vidéos comme je fais

tout tout seul à 99% bah il y avait cette idée de dire : ok je fais tout ce que je sais faire et je le mixe en un truc.

C'est vraiment né de cette idée là : d'abord me faire du bien, et après je me suis dit que ça me faisait tellement de bien, j'aimais tellement ça, du coup est ce que je pourrai en vivre. Du coup j'ai bossé comme un dingue, à faire des vidéos les plus poussées possibles, à partager partout, à répondre à tout le monde, à être présent, que les gens sentent que t'es là sérieusement, c'est pas des petites vidéos que tu as faites pour t'amuser. Ca c'est un enjeu qui doit se ressentir dans ta vidéo, qu'ils se disent : ok le mec met de l'attention dans ce qu'il fait, ça à l'air important pour lui, je pense que les gens le ressentent.

Et ce qui te motive à continuer c'est ce besoin de créer, mais en plus cette envie d'en vivre ?

Ouai, là c'est existentielle ta question, dans le sens que moi comme tout le monde j'ai très peur de la mort, je veux faire des trucs géniaux dans ma vie, je veux qu'elle me plaise, je veux me lever le matin en me disant que j'adore ce que je fais, je veux faire ça toute ma vie. J'ai mis des années et des années à l'identifier, ce que je voulais faire. Et là j'ai une révélation de me dire : c'est ça que je veux faire toute ma vie. Et en plus j'ai la chance de m'intéresser à un domaine qui est infini, à savoir la création, donc il n'y a pas de fin, je me dis pas dans 3 vidéos c'est mort, je vais parler de quoi. Je sais que je n'aurai pas assez d'une vie pour parler de tout ça, et qu'on peut toujours s'améliorer aussi, c'est quelque chose qui me plaît. La vidéo je pourrais toujours faire mieux que ce que je fais, et le but au fond c'est de faire du film documentaire sur un sujet de ouf, et limite on entendrait plus ma voix, ce serait juste du documentaire.

Ca c'est un truc que tu aimerais bien faire ?

C'est un des trucs que j'aimerais bien faire. Mais surtout de la fiction, je rêverai de faire de la fiction de ouf, à ma sauce, et c'est des trucs que je suis en train de préparer pour ma chaine aussi. J'ai fait un peu ce truc avec Prisme, ce sont des fictions audios à écouter quand tu t'endors, j'ai écrit le texte tout seul, et c'est fictif, et je fais la musique en même temps, et il y avait l'idée de le faire avec une voix, il y a un petit concept derrière, qui est censé emmener vers le sommeil. Parce que moi ça fait des années que je m'endors avec des trucs, j'arrive pas à m'endormir sans son. Et je me suis dit : tiens ça pourrait être marrant de le faire, et de mettre un pieds dans le fait d'écrire et de dire aux gens que je veux faire des trucs plus créatifs et plus imaginer, parce que c'est sympa de parler des artistes mais moi j'ai envie de faire aussi.

C'était sur la création à plusieurs : maintenant que tu as fait tes trucs tout seul, est ce que tu te dis que maintenant tu peux faire des trucs avec d'autres ?

Excellente question ! Oui, et en même temps c'est bizarre : il y a des gens qui m'ont proposé de collaborer, alors sois j'ai pas le temps, parce que je suis encore dans une position où j'ai un autre taf en même temps, j'écris pour Bits, et Canard PC, je fais feu de tout bois, on va avoir un bébé, on cherche à déménager, enfin je suis sous l'eau.

Mais en même temps j'ai la pêche parce que ça marche, pas le temps de dormir, mais bon, j'avoue que c'est trop intense donc j'ai dû, pas refuser, mais remettre à plus tard des gens que j'aime bien genre Analepse qui est très cool, qui parle d'histoire et d'oeuvres, qui est aimerait bien qu'on fasse un truc ensemble mais j'ai pas le temps. Il y a d'autres gens qui me proposent des trucs mais t'as pas trop envie parce que c'est bien mais ça te plaît pas des masses, tu te retrouves pas dedans, donc ça c'est un peu difficile. Et il y a d'autres gens avec qui j'adorerais bosser. Et c'est le cas, surtout dans ses dernières vidéos, surtout depuis qu'il veut arrêter le fossoyeur de films, j'avoue que François Theurel c'est un mec qui me plaît, il y a des trucs passionnants chez lui. On en parle du coup en sous main, il m'a invité à Frames. Je vais faire une conférence, une table ronde, et deux apartés, et donc ils m'ont invité parce que Patrick m'avait dit : on t'invitera, et c'est trop cool. Et là on a convenu qu'on allait parler de faire un truc ensemble à Frames. J'adorerais parce qu'il y a un vrai boulot, et j'adore le mec, mais bref je le connais pas plus que ça. Et après il y a d'autres gens sans doute avec qui j'aimerais bien bosser, mais après c'est tellement spécial ce que je fais, je pourrai pas être face cam et faire "salut", je

voudrais pas être dans des trucs qui me ressemblent pas. Et puis c'est un peu difficile de rentrer dans cet univers un peu fermé, un peu bulle, mais du coup je vais pas faire un truc qui ressemble à ma chaîne mais un docu ou un nouveau concept à plusieurs. Quitte à montrer ma gueule et que ça se justifie. J'ai une calvitie de ouf, je suis trop gros, je m'aime pas du tout, j'ai du mal à me voir en vidéo donc c'est compliqué, mais bon on verra.

Il y a aussi cette idée, il y a une série que je prépare, je pense que je vais me filmer mais je pense que je vais me grimer, j'ai pas de quoi me payer un acteur donc c'est à moi de le faire, c'est ce côté "tu fais avec ce que tu as".

Qu'est ce que tu penses de toutes ces collaborations ?

Je pense que ça peut être méga enrichissant, que c'est pas facile à faire tant que tu peux pas te consacrer à fond à ça, donc je pense que dès que je vais m'y mettre à fond, ça va devenir envisageable alors que là c'est trop compliqué de s'engager avec quelqu'un. Et il y a la question géographique car la plupart des gens avec qui j'ai envie de bosser ils sont pas à Paris. Mais ça va se faire, je vais être invité à ma première convention bientôt, à Epitanime, sur le manga où je vais faire une mini conférence, puis à Frames. Là je vais rencontrer plus de gens du milieu aussi, je connais très peu de youtubeurs, tu échanges parfois par messages avec certains, mais sinon il n'y a pas de cafés où on se retrouve tous, moi je suis complètement hors de ce monde là.

Qu'est ce que tu en penses ?

Je sais pas du tout, j'arrive pas du tout à m'imaginer une file de dédicace, j'arrive pas du tout à me voir comme un youtubeur, j'ai 37 ans. Par contre tout ce qui pourra se faire de cool... moi je suis plutôt dans les conférences, faire des tables rondes, ce qui peut être fait en terme d'échange, faire que des gens qui viennent repartent avec des questionnements, plutôt que le côté un peu creux "salut tout le monde, je suis à la Fnac", même si je respecte ça, mais si je veux faire du merchandising, ce serait un truc trop bizarre où il n'y aurait qu'un seul exemplaire. Tu peux faire des trucs avec ça, si tu fais des trucs que le monde de youtube t'amène à faire, fais le à ta sauce, cette idée de ramener son originalité là dedans.

T'a pas envie de te conformer t'a plus envie d'apporter quelque chose ?

Ca fait tarte à la crème mais oui clairement, tout mon intérêt va vers l'originalité, tous les gens que je soutiens le font, si mon regard s'arrête ça veut dire que c'est bon c'est pour moi. Si mon regard s'arrête pas ça veut pas dire que c'est pas bien mais ça veut dire qu'il va falloir que je fasse un effort pour m'y intéresser parce que du coup... Au départ quelqu'un qui fait une critique de film, faut que j'ai envie de voir une critique de films sinon ça va pas m'attirer. **Il y a aussi cette idée d'être original dans tout ce que tu fais, à un toute petite échelle, de dire : tiens ça, ça me ressemble et j'ai pas l'impression de faire comme tout le monde. C'est trop inconfortable de faire comme tout le monde, c'est beaucoup plus pratique de faire ton truc. Les gens vont juste te dire : ok pourquoi pas, ça me parle pas, mais ils vont pas te dire : tu fais comme machin c'est de la merde. Autant faire ton truc et avancer dans l'obscurité, tu auras toujours plus de chance d'être dans ton honnêteté et c'est ça qui touche les gens. Tiens c'est youtube mais j'ai pas l'impression de regarder un mec qui a compris comment faire pour que ça marche, et qui me sert le soupe.** Moi dès que je repars une phrase genre "n'oubliez pas de liker" bah je me dis : bon ok tu fais ton petit speech, on sait, les gens ont la culture de youtube, ils savent aujourd'hui quoi faire. Il y a un côté un peu "aidez moi" et c'est horrible parce que le modèle de youtube est comme ça, si tu veux vivre de ça c'est énormément de travail et tout.

Qu'est ce que tu en penses de ce modèle ?

Je pense que c'est horrible mais c'est Tipeee la vérité, c'est des gens qui te disent : je te donne deux euros par mois, et si tu en as mille qui font ça, pour eux c'est pas grand chose, pour toi c'est le seul modèle possible pour ce que je fais moi. En sachant que je monétise pas, si je monétisais et que je

faisais des pranks hyper cools qui marchaient bien, bah ouai ça pourrait être un modèle, ou faire des feat entre humoristes. Mais moi c'est pas ce que j'aime faire, et sais faire. Moi je veux faire des vidéos sur l'art et par chance il y a peu de gens qui utilisent cette veine là, qui s'intéressent à la création, il y a pleins de gens qui vont parler des tableaux mais peu de gens qui s'intéressent à passer de l'autre côté de l'art et essayer de démonter tout ça et insuffler un peu de mystique et de mystère là dedans. C'est pas mystique parce que moi j'y crois, mais du coup je mets un point d'honneur à dire : attendez si vous le regardez comme ça, il y a une profondeur là dedans qui peut être assez ouf, et c'est ça mon travail, traduire ma propre fascination et l'offrir aux gens à ta petite échelle et eux ça leur donne envie d'en savoir plus, d'aller plus loin dans ce voyage. C'est ça ma dynamique vis à vis de youtube, C'est faire un truc que moi j'aimerais voir et qui respecte aussi les gens, j'y passe du temps, j'y mets toute mon attention pour que vous kiffiez. Mais il est là mon pouce bleu, faites là si vous avez envie. Et ce qu'il y a de génial je me rends compte, c'est quand tu fais un contenu assez spécifique, un peu niche, ce qui est mon cas, les gens qui te regardent sont des gens qui sont eux mêmes un peu dans de la niche, c'est pas des goûts répandus, donc il y a une connexion avec toi, et ils se disent : putain tu parles des choses que j'aime, où ils ont du mal à le partager dans la vraie vie, et du coup ils ont un rapport d'affect avec toi qui fait qu'ils en demandent plus et que tu installes un cycle avec eux qui fait qu'ils en veulent plus, qu'ils interagissent avec toi, ils te disent : ah ce que tu as montré ça me fait penser à ça, et ça se trouve le "ça" qui te manque ce sera le thème de ta prochaine vidéo, ou tu as découvert un truc génial que tu vas vouloir partager. Elle est là cette belle mécanique : l'interaction avec un public, et une plateforme. Outre tous les mécaniques d'algorithmes, sur lesquelles tu n'as pas prises, qui sont obscures, et qui vont te faire rentrer dans un calcul vis à vis de ce que tu fais et des gens. Moi c'est ça que ça me ferait.

Pour toi est ce que ça t'a déjà influencé dans ta créativité, dans tes vidéos, ce calcul de youtube et de l'algo ?

Non, par contre dans l'idée qu'on disait tout à l'heure : ça pourrait me prendre de faire une vidéo un peu mystère énigme, où je dis aux gens "voilà, regardez dans les commentaires il y en a un où j'ai créé un alias". Donc les gens vont interagir avec ça, peut être ils vont devoir aller sur d'autres chaînes, ça me ferait fasciner comme terrain de jeu youtube, mais alors je suis pas du tout soumis à ça, mais je dis parce que ma chaîne connaît un petit essor, je suis content que ça se passe bien et j'ai de l'espoir. Si j'étais à 200 vues alors que j'étais à 10 000 hier, je te dirai : je comprends pas faut que je m'intéresse à l'algo, il y a un problème, mais pour l'instant je suis dans la position où je peux me permettre de pas m'y intéresser. Et surtout l'art pour moi, c'est un peu une vision politique, mais pour moi l'art si tu fais rentrer d'autres paramètres que ta vraie envie, le pourquoi tu le fais. Si l'argent, la notoriété, le nombre de vues rentrent en compte, tu fais peut être plus quelque chose de spontané, là ça devient très risqué, tu perds la main sur ce que tu fais, tu commences à douter, moi ce serait mortifère.

Tu fais partie de channels, de google preferred ?

Des Networks ? Non, j'en ai pas, mais j'ai été approché par un truc qui s'appelle "BBTV" et c'est con mais je venais juste d'apprendre que le network existait pour des questions de copyright j'avais eu une réclamation de Netflix, et d'autres trucs dans youtube qui m'avait dit : attention il y a une réclamation. et là tu te poses la question de : qu'est ce qui se passe dans ces cas là, et des gens m'avaient dit que si j'avais un network ça peut être leur boulot de faire l'intermédiaire entre le réclamant et ta chaîne pour t'aider à régler ces trucs là, ils prennent un petit pourcentage, et tu es un peu protégé. Ils t'aident à faire un peu de pub, des trucs comme ça. J'en ai pas une grosse connaissance de ces trucs là, et BBTV j'ai pas vu de mecs ou de nanas que je connaissais, et vu que je connaissais pas, le discours faisant un peu marketing et tout, et surtout je me sentirai pas du tout dans ces structures. Pour l'instant je fais mon petit truc, j'essaie de voir, avec Tipeee j'ai pas encore besoin de ça, mais si demain il y avait un truc vraiment sérieux. Il y a Webedia je crois, ils font ça, ils financent un peu les youtubeurs, je me sentirais hyper mal à l'aise avec ça dans le sens où je serai plus libre. Et puis personne va venir s'intéresser à un mec qui montre les tripes des gens dans les vidéos. Moi c'est ce que je fais, mon épisode d'après est sur le body horror, des trucs un peu dark,

que des films d'horreur, je pense pas qu'il y ait des mecs qui ont envie d'appuyer ça. Et même si j'espère que ça marche un jour au point que ça marchera vraiment bien, ça restera niche. Parce que ce sont des thèmes un peu perdu dont tu essayes de montrer qu'ils sont cools. Mais ce sera jamais grand public, moi je serai jamais dans les tendances. J'adorerai être dans les tendances, dans le sens où ça veut dire que ça plaît et que les gens ont vu un truc qu'ils se partagent, mais ce n'est pas un objectif. C'est un peu tristou, peut être je devrai, mais mon ambition au départ c'était de vivre de ça, et c'est arrivé 1000 fois plus tôt que je le pensais, déjà c'est arrivé, donc c'est ouf. Et mon but c'est que les gens qui me soutiennent sur Tipeee, les producteurs de fait, continuent à dire "ouai je suis content de donner de l'argent à ce mec, parce que je veux que ça continue à exister ce genre de contenu" et moi s'il y a un petit groupe de gens qui croient en toi et qui te permettent de vivre, je trouve ça magnifique. Je préfère ça qu'un network qui va venir te filer 15000 par épisode, t'es protégé par contre tu leur files 10%. Et puis tu as un mail dans deux mois qui te dis : ah mais ce jeu, tu as dit du mal de lui, c'est pas possible.

Et comment tu te sens par rapport aux gens de Tipeee ?

Hyper reconnaissant. Pour te partager une petite émotion que j'ai, c'est que quand quelqu'un te fait un tip, tu cliques sur son profil, pour pouvoir lui envoyer un msg, moi je leur envoie un message pour les remercier, et j'envoie les contrepartie qui sont la BO entière de toutes les musiques que j'ai faite et 3 fonds d'écrans. J'ai dit que je le donnais qu'aux gens qui donnaient 20 euros mais en vrai je le donne à tout le monde, même quand tu donnes 1euro t'a le même pack que celui du 20euro... Mais je me vois pas dire : t'as donner qu'un euro donc t'as pas les musiques, tu fais l'effort de donner 1 euro je trouve ça trop beau. Et du coup quand je clique sur le profil des gens, t'en a certains t'es la seule personne à qui tu donnes, donc tu dis c'est trop beau, et je suis d'autant plus ému par les gens qui donnent à 25 autres personnes, et il y en a pleins. Et je me suis dit : putain, il y a des gens qui donnent 1 euro à chaque personne, ça se trouve il en donne 10, parce qu'ils ont de la thune et quelque part je participe un peu à ça, mais je trouve ça magnifique de voir que les gens ont la présence d'esprit de se dire "je peux, à ma petite échelle, permettre que du contenu existe parce que je permets à des personnes de survivre". Mais donc je suis hyper reconnaissant de ces gens là parce que ce sont eux qui ont changé ma vie. Tipeee je me sens à l'aise, et dès le moment où je vais essayer de me mettre plus à fond, je vais plus interagir avec eux, parce que là je fais juste les messages de remerciements, mais plus ça va aller plus je vais essayer de donner du contenu en avance, ou les prisms en format mp3, des trucs comme ça. Pour que tu aies des petits bonus, un petit intérêt à suivre la chaîne, que n'a pas forcément celui qui te suis comme ça juste sur Youtube.

Est ce que tu te considères sur un marché concurrentiel ?

Oui et non. Je sais pas si je faisais un contenu et que tout le monde faisait pareil j'aurai peut être plus cette sensation. Là je me sens un peu dans mon petit truc, il y a pas grand monde, c'est pas comme si c'était un format que tout le monde faisait, je pars loin dans mon délire, donc j'ai pas trop ce sentiment là de : putain, il y a 15 mecs qui font comme moi, est ce que je veux être meilleur quoi etc. Là je me sens un peu concurrentiel c'est Simon Puech qui m'a fait sa remarque bah ça m'a touché, et ça marche pour lui, c'est vrai qu'il est plus jeune, il a un côté plus... Ses vidéos sont plus rythmées, tu te dis : ce que m'as dit le "concurrent" ça m'a touché, je vais le prendre en compte. Après je me sens dans un milieu émulationnel, où il y a des gens qui font des trucs bien, ça peut me donner envie, ou alors il y a pleins de merde donc ça peut être cool de faire des trucs qui essayent de relever le niveau, enfin c'est ça que tu pourrais te dire. Je me le dis pas mais bon. Je me dis : oui sur youtube il peut y avoir besoin de contenu un peu tripant, où on prend le temps, où on montre des choses belles, avec des musiques, où on s'arrête un peu, plutôt que de consommer des trucs speed. Il y a aussi cette intention là, mais je me sens pas du tout dans un truc : fais gaffe si tu mets un pied dehors c'est mort pour toi. Je parle de ça au niveau des gens qui produisent du contenu en France, à mon niveau, ou à un niveau supérieur. Par contre c'est vrai que si tu regardes les gens qui ont énormément de contenu, avec un mec où tu te dis que ce sont des grosses multinationales, t'a un peu ce rapport de petite PME, enfin j'aime pas cette lecture mais elle est un peu réaliste. **Là où tu peux te sentir dans un truc concurrentiel c'est justement Youtube et comment ça fonctionne, t'es dans un gros truc hyper**

flou, une grosse machine qui est géniale et en même temps hyper aride, donc quand tu entends le nombre de vidéos qui sont uploadé chaque minute, il y a des chiffres hyper flippants, là tu te sens dans un truc où t'a juste cette épée de Damoclès où tu te dis : tu pourrais être rien au milieu de milliards de truc, et ça c'est... Du coup tu peux retomber dans l'oubli, il y a tellement de trucs qui arrive, des trucs tellement modernes, plus à la page... Que oui il y a ça qui flotte dans l'air, mais c'est pas un truc concurrentiel, tu peux te tirer vers le haut mais ça c'est plutôt un bon truc. Il y en a peut être plus entre In the panda, durental, et le fossoyeur qui... Et il y en a surement qui regarde les trois, donc ça peut être plus. Moi en mode art bizarre il y a pas masse de gens qui font ça.

Est ce que tu penses que ces vidéos sur youtube c'est de la consommation, ou... la vidéo sur youtube, comment tu la considères ?

Alors oui, il y a un côté consommation dans le sens où, quand tu vas sur ta page d'accueil, parce que moi je consomme beaucoup youtube pour m'endormir ou autre, il y a énormément de truc, quand je cherche des sources pour mon boulot, il y a tout sur youtube, je regarde des interviews de mecs obscures, des bouts d'animés ou je peux télécharger la scène sans avoir à télécharger le film entier, pleins de trucs géniaux.

Donc ça je m'en sers énormément, plus que de regarder des youtubeurs. Je me sers de youtube comme un vivier d'images qui me sert pour mon boulot. Mais pour autant j'ai ces chaînes que je suis, et quand tu vas sur ta page d'accueil, tu as les dernières tendances, les trucs qui arrivent et clairement tu as un wall de propositions, et tu te retrouves un peu dans une position comme si tu étais dans un magasin de jouet, et tu dis : bah je vais prendre quoi je peux pas jouer à tout. Donc c'est quoi ce soir le truc auquel j'ai le plus envie de jouer. Il y a une posture de choix un peu consommatrice de dire : bah là c'est quoi qui correspond le plus à l'envie que j'ai, et qui correspond le plus à l'investissement que je suis prêt à mettre, ça fait 3/4 d'heure c'est trop long, oh ça a l'air kikou lol ça me saoule je voudrais un truc plus profond. **Youtube te permet d'aller très vite vers le degré de pointu que tu veux, le degré de fun...**

Et si tu devais changer youtube, qu'est ce que tu changerais ?

J'ai envie de te dire qu'il y aurait pleins de choses que j'aurai envie de changer parce qu'il y a des choses qui me désole, et en même temps, ce qui fait la beauté de youtube c'est que tout le monde peut faire ce qu'il veut, dans une certaine mesure. Je serai pour que le contenu ouvertement haineux n'y ait pas sa place, parce que quelque part il y a des lois, donc faut juste les respecter. Après dans cette voix là j'ai même pas envie de dire que le mec qui fait des prank hyper toxique j'ai envie de le dégager : non, j'ai plutôt envie que ce soit aux viewers de le dégager, de pas regarder, j'ai envie qu'il y ait une démocratie là dedans plutôt que de dire que les pranks sont interdits parce que c'est nocifs. Bah non, si les gamins de france ils ont envie de regarder du fortnight à 2000% je peux trouver ça triste mais c'est eux qui veulent, donc tu dois respecter ça : ça se trouve à mon âge tu aurais eu nirvana dans les tendances et ça aurait été très bien, j'aurai été très content. Donc pourquoi chier sur une génération et trouver que ce qu'ils regardent c'est moins bien que toi : il y a un côté assez méprisant à juger tel ou tel contenu. Je peux dire : ça j'aime pas, j'aimerai bien qu'il y en ait moins, car ça me dérange, mais c'est subjectif. Ce que je pourrai juste espérer c'est plus de bienveillance parfois, pas pour moi mais peut-être chez d'autres gens. Et peut-être le moyen de monétiser plus facilement, pour des gens qui font du contenu, que le fair use soit plus respecté, qu'on ne saute pas au copyright dès qu'on voit que tu fais juste un truc... je sais pas, peut-être un peu plus de liberté, et moins de haine. Mais sinon je veux que ça reste libre car c'est ça qui m'a permis de me faire mon petit trou. Et puis tu peux commencer à faire des vidéos avec un truc toxique et changer au bout de 6 mois dire : j'ai pas envie de faire ça, j'ai envie de faire un truc bien. Et youtube t'a permis de voir que tu avais envie de faire un truc bien, donc j'espère que le monde va s'améliorer mais il faut que le monde soit libre sinon on retombe toujours dans le même problème, si c'est plus libre ça permet plus aux choses bien d'exister.

Entretien avec Angèle, fondatrice de la chaîne « Lapindicite chronique », réalisé le 19 juin 2018

Qu'est ce qui t'a donné envie de lancer ta chaîne ? Et c'est quoi ton parcours ?

Ce qui m'a donné envie de lancer ma chaîne youtube, c'était il y a hyper longtemps, peut-être en première ou Terminale, et là je suis en dernière année d'école d'ingé, donc bon, ça date un peu. En fait ce qui m'a donné envie c'est que, dans mon lycée, il n'y avait pas tant de gens que ça qui lisaient des mangas, et du coup je me suis dit : c'est trop bête d'être tout seul, et de pas pouvoir en parler avec des gens qui aiment bien ça. Donc je me suis dit : pourquoi pas faire une chaîne youtube. Et après le souci, c'est que je me suis dit que ça prenait du temps, et j'ai pas eu la foi de me lancer, surtout qu'au début j'avais un peu peur du face cam, parce que c'était pas si répandu que ça, il devait y avoir juste Norman, Cyprien, et peut être Natoo. Donc je me suis dit peut être pas le face cam, mais je n'ai pas le matos pour faire une jolie vidéo bien montée. Et du coup j'ai rien fait, après je suis partie en prépa, donc là j'avais vraiment pas le temps, j'y pensais tout le temps mais je me suis dit qu'il y avait des priorités d'abord. Et une fois que j'ai fini ma prépa, je suis rentrée en école d'ingénieur et c'est là que j'ai réussi à lancer ma chaîne youtube, et le truc c'est que j'étais tellement à fond dans ma chaîne que du coup, j'avoue, je travaillais un petit peu moins, du coup j'ai redoublé ma première année et pendant cette première année j'avais que 3 ou 4 matières à rattraper, donc j'avais pleins de temps libre et c'est là où je me suis vraiment perfectionné et j'ai lancé ma chaîne, voilà. Donc c'est ça un peu le parcours. Et sinon le parcours youtube, je me suis juste lancée comme ça en autodidacte, mes études n'ont rien à voir avec youtube.

Et est-ce qu'il y a des gens qui t'ont donné envie ? Ou est ce que c'est ta passion des mangas qui t'a donné envie ? Enfin est ce que spécifiquement tu t'es dit : youtube c'est le moyen pour moi de parler de ce que j'aime ?

Alors déjà quand j'étais petite j'écrivais déjà sur pleins de forums, pleins d'histoire, quand j'avais à peu près 9 ans. Et du coup j'avais déjà une habitude de retour de personne que je connaissais pas, ça c'est très bizarre à dire mais j'aime bien cette sensation qu'on connaît pas vraiment les gens mais c'est pas grave, et même parfois c'est mieux. C'est moins difficile d'avoir leur retour que quelqu'un en face de toi qui te dit que c'est de la merde. Et après sinon je sais pas pourquoi j'ai eu cette envie, mais j'avais envie de communiquer avec les gens. Mais après oui, dans ceux qui m'ont donné envie, je pense qu'il y a Cyprien, Natoo, Norman, et aussi un collectif, le Velcrew, sur dailymotion, ça ça m'avait donné vraiment très envie.

Et est ce que tu penses que tu as une manière de travailler, un style particulier en tant que youtubeuse, est ce que tu t'es déjà comparé avec d'autres youtubeurs ?

Alors oui, c'est compliqué de se comparer, mais oui je me suis déjà comparé avec les gars qui font du manga, enfin je dis les gars, il y a deux trois filles mais surtout des gars. Mais déjà le fait que je sois une fille, je voulais vraiment abordée ça de manière approfondi et pas juste un truc superficiel, qui reste à la surface, moi je voulais vraiment étudier le manga. Et donc oui je me compare avec les autres sur internet et je me dis que j'ai bien mon style à moi, mais après c'est normal, je pense pas que tu ais envie d'imiter quelqu'un.

Et ces youtubeurs manga tu les avais repéré avant de commencer ta chaîne ou après ?

Quand j'ai eu envie de me lancer il en existait pas encore, enfin un peu mais pas beaucoup, et quand je me suis lancée vraiment il y en avait pas mal. Mais je me suis pas trop inspirée d'eux car leur style me correspondait pas, et du coup ça m'a encore plus poussé à me lancer, en me disant que c'était pas du tout du contenu qui m'intéresse. C'est que des points de vue de mec qui prennent pas en compte les points de vue des meufs, donc ça m'ennuie. Par exemple quand on me dit qu'un manga est génial alors que tous les protagonistes meufs sont atroces dans ce manga, je me dis que j'ai un point de vue à apporter intéressant !

Est-ce qu'il y a des spécificités de la plateforme youtube que tu aimes particulièrement ou alors que tu n'aimes, et qui t'ont poussé à choisir cette plateforme en particulier ?

Parce que c'est la plateforme où il y a le plus du monde, qui y va le plus régulièrement. Malgré tout le mal qu'on dit de cette plateforme, c'est quand même une des seules plateformes qui permet de rassembler une certaine communauté, avec tout le système d'abonnement, qu'il y avait pas à la base sur dailymotion. Et après je sais pas, c'est par réflexe, moi je regarde tout le temps youtube, donc je me voyais pas me mettre ailleurs, encore plus maintenant avec dailymotion, et vimeo j'ai l'impression que c'est plus un truc d'artistes, c'est l'image que j'en ai.

Qu'est ce qu'elle a de si important pour toi la communauté ?

C'est des gens trop sympas, ils sont tellement bienveillants, après je dis ma communauté, à mon avis, ils regardent d'autres chaînes, mais ouai les gens que j'ai rencontré grâce à youtube c'est... j'ai fait des rencontres tellement improbables, c'est incroyable, par exemple un truc débile mais : j'ai annoncé sur une de mes vidéos qu'un de mes objectifs c'était de faire un reportage sur Ozamu Tetsuka, qui est le plus grand mangaka qui est jamais existé, et il y a un mec qui m'a contacté et qui m'a dit : écoute je pars à Sydney dans deux semaines, j'ai quasiment la totalité de ces mangas, qui maintenant ne sont plus publiés donc c'est chiant à trouver, et il m'a dit : si tu veux je te les prête. Et du coup il est venu et il m'a tout filé, donc voilà c'est en ça que je dis que ma communauté est chouette.

Elle t'apporte de la bienveillance et des choses improbables comme ça mais qu'est ce qu'elle t'apporte d'autre ? Qu'est ce que t'attends de ta communauté et qu'est ce qu'elle t'a apporté aussi d'avancement sur ta chaîne ?

Bah déjà plus il y a d'abonnés, plus je me sens légitime, et je peux demander des interviews, et puis aussi comme j'ai un tipeee, ça me permet d'avoir plus de revenus pour acheter des choses pour mes vidéos, et c'est vraiment chouette et si c'était pas là bah c'est sûr que je pourrai pas. Par exemple la barre des 100 abonnés elle a été ultra dur à atteindre pour moi je pense, j'ai mis à peu près 6 mois, et je sais qu'avant les gens étaient toujours là : wahoo, mais ta chaîne est ouf et tout, et du coup ils venaient directement me parler, ce qui est chouette, quand on est peu nombreux on peut avoir plus de dialogue. Bon là on est que 4000 donc on peut toujours dialoguer tranquillement, mais je me dis que peut-être au bout d'un moment je vais perdre ça, cette petite communauté avec qui je peux dialoguer.

Est ce que tu as envie de te professionnaliser sur youtube ?

C'est une vaste question, mais moi j'ai un peu abandonné l'idée, on me dit maintenant, à l'heure actuelle, avec les recommandations et tout ça, jamais je serai propulsée en avant comme ça par youtube, pour ça faut connaître d'autres youtubeurs. Soit il faut avoir de la chance, ou jouer avec l'algorithme, moi personnellement je m'en fous donc tant pis.

Et est ce que tu as déjà essayé de jouer avec l'algorithme justement ?

Non, enfin si j'ai déjà fait des titres débiles, mais c'était plus pour me moquer des titres putaclic, sinon c'est pas trop mon intérêt, je préfère que quelqu'un tombe sur cette vidéo car il cherchait le sujet en question, plutôt que parce qu'il était attiré par un titre stupide qui lui a donné envie de cliquer.

Est ce que ça t'intéresse l'algorithme, est ce que tu te renseignes dessus ?

Non je me renseigne pas vraiment dessus parce que pour l'instant, disons qu'avec mon peu de nombre d'abonnés, je vis pas de youtube, c'est pas un truc primordial, mais ouai quand j'en entends parler c'est quand les gens gueulent sur twitter, du coup c'est comme ça que je suis au courant, mais je pense que si personne ne gueulait sur twitter je m'en rendrais jamais compte.

Est-ce que tu regardes tes analytics ?

Oui, de temps en temps, mais de toute façon il y a pas grand chose à voir, des pics d'abonnés de temps en temps, ce genre de choses.

Mais ça t'apporte rien ?

non, vu que je ne vis pas de youtube, je me suis pas vraiment plongée dedans pour essayer de comprendre comment tout fonctionnait.

Qu'est ce qui t'a apporté ton pic d'abonnés ? Qui t'a fait sortir des 100 abonnés de départ ?

Il y a eu un premier truc, c'est que j'ai envoyé une de mes vidéos à Pokémon Trash, et j'ai visité la première maison de pokémon en vrai, au Japon, et j'en ai fait des vidéos avec ça. Et quand j'ai vu le peu de retour que j'avais, je me disais : putain ça fait quand même chier pour une vidéo où je me suis carrément déplacer dans le pays, du coup je me suis dit : vas y je tente, je l'envoie à pokémon trash, et du coup ils m'ont retweeté, ils m'ont aussi partagé sur facebook, et du coup c'est là où j'ai eu mon premier pic d'abonnés, et j'ai passé la barre des 100 abonnés.

Et comment tu utilises tes réseaux sociaux ?

Ca dépend, par exemple pokémon trash c'était cool parce qu'ils sont ouverts donc tu peux les contacter facilement. Après, comme tout le monde, je me plains sur twitter, quand il m'arrive des trucs pas bien dans ma vie je le dis. Par exemple j'ai pas facebook, je l'ai pour moi personnellement mais j'ai pas envie d'ouvrir une page facebook pour ma chaine ça m'intéresse pas.

Pourquoi ?

Parce que déjà Facebook pour le personnel ça me saoule, alors si en plus je dois le faire pour ma page youtube, ça me prendra beaucoup trop de temps.

C'est l'interface qui t'ennuie ?

oui, et par contre j'aime beaucoup instagram, j'aime beaucoup les stories sur instagram, et pour le coup mon compte perso c'est mon compte de la chaine.

Comment tu fais la différence entre ta vie privée et ta vie sur youtube ?

Oh bah c'est simple : imaginons sur une storie insta je mets que des trucs ponctuels, je sais pas genre ce que je bouffe, ou un truc débile que je vois, mais je vais jamais raconter ma vie. Et après ça va, séparer la vie publique de la vie privée, vu que je suis pas une personnalité publique, c'est très simple. Je pense quand tu as plus d'un million d'abonnés, là c'est plus compliqué.

Et qu'est ce qui te motive à continuer tes vidéos ?

bonne question, je pense que j'aime bien créer, c'est sur même, j'aime bien créer des vidéos, j'aime bien aussi réfléchir, comment créer ma vidéo, l'écrire, faire des recherches, tout ça. Vraiment j'aime bien avoir tout le processus créatif de partir de l'idée, jusqu'à arrivée à sa concrétisation je trouve ça assez incroyable, quand tu as le produit fini tu te dis : putain, cette vidéo j'ai travaillé dessus pendant neuf ou dix mois et quand tu les vois enfin tu dis wahoo. A la fois c'est satisfaisant !

Et qu'est ce qu'elle t'apporte la plateforme youtube en terme de création ? Est ce que ça t'aide à créer ?

Non, enfin pour le truc des extraits vidéos qu'ont peut pas utiliser, les extraits de films, ce genre de chose, ça de temps en temps ça me bride, mais paradoxalement avec toutes leurs règles, il y a certains trucs que je trouve cool comme le fait de pas utiliser des musiques connues on va dire. Donc t'es obligé de chercher des petits artistes, et même dans les bande son de youtube, et ça j'aime bien car ça me force à réfléchir à ma bande sonore, et c'est quelque chose que je faisais pas forcément avant.

Donc les contraintes te forcent à être plus imaginatives ?

C'est ça, par contre ce qui m'embête, c'est que des fois je suis dans **l'illégalité**, parce que quand je suis obligée d'utiliser un extrait de films, bah je le fais quand même mais je me dis : bon, au bout d'un moment l'algorithme de youtube va finir par me trouver, j'espère que cette vidéo ne disparaîtrait pas.

Mais pour l'instant tu t'es jamais fait embêté dessus ?

Bah si pour une vidéo sur pokémon j'ai mis une musique du jeu et j'ai été embêté mais la vidéo n'a pas été retirée donc c'est l'essentiel, et après si j'ai eu deux trois atteintes pour les droits d'auteur mais rien de bien grave, elles ont pas disparu, c'est ce qui me va le mieux.

A part ces problèmes de vidéos et de droits d'auteur est ce qu'il y a d'autre chose qui t'ont ralenti ou limité sur youtube ?

je pense le fait d'être une fille. C'est con, mais je pense, le fait d'être une fille, je pense que j'aurai été un mec je me serai lancé tout de suite sur youtube, en première ou en terminale, j'aurai pas eu peur de mettre ma tête face caméra. Mais quand j'en avais parlé à ma mère, elle m'avait dit : fais attention, c'est quand même public, en plus t'es une fille, faut faire attention à ce que tu fais et dit. Donc c'est pour ça que je ne m'étais pas lancé et même en dehors de ça, j'ai vraiment réfléchi longtemps avant de vraiment les mettre en public mes vidéos. Un truc débile aussi : je l'ai pas dit à mes potes, genre là ça fait deux ans que je fais des vidéos et c'est seulement maintenant que j'ai des potes qui apprennent que je fais des vidéos, alors que je les connais depuis super longtemps.

Et ils en pensent quoi ?

Ca dépend, il y en a qui disent rien, donc ça je sais qu'ils aiment pas, et après il y en a qui trouvent ça marrant mais bon. Mes potes sont pas trop dans le truc non plus.

Est ce que la plateforme t'a aussi influencée pour faire ta charte graphique, la manière de présenter ta chaine, quel logo choisir, la manière de te présenter : est-ce que tu as senti une influence, qu'est ce qui t'a influencé pour créer tous ses éléments communicatifs de ta chaine ?

Alors moi justement je me suis dit que je voulais me démarquer, j'avais pas envie de faire un logo et en plus j'avais la flemme, et après ce qui m'a vraiment influencé par contre c'est ma façon de parler devant la caméra, parce qu'en regardant les autres vidéastes, je me suis bien rendue compte que ce que je préférais, c'est quand ils étaient naturels et un peu fofou. Et devant la caméra j'essaye souvent d'avoir cette attitude, et aussi d'être un peu plus moi-même, de pas être trop coincé, maintenant ça va mieux, même beaucoup mieux, mais au début c'était compliqué.

Et c'est chez quel youtubeur que tu as trouvé ce côté naturel, un peu comique ?

A l'heure actuelle c'est vraiment Squeezie, c'est vraiment une de mes plus grosses influences alors que je sais que je l'ai pas aimé pendant très longtemps, mais c'est juste que maintenant je trouve qu'il a l'air bien et heureux, et du coup c'est assez communicatif et je me dis qu'il faut être comme ça devant la caméra, faut être soi même, et forcément pas se montrer dans les moments déprimés.

Et qu'est ce que ça t'a apporté youtube, et faire des vidéos ?

Ca nourrit mon temps libre, et puis ça m'a apporté aussi des bonnes rencontres virtuelles, et aussi un peu de fierté, de me dire que je peux réussir à produire ce contenu.

Et est ce que dans le contenu que tu fais, tu as déjà été influencé par les choses déjà faites par la plateforme, ou par les recommandations de ta communauté, ou par encore quelque chose d'extérieur ?

Euh oui j'ai été influencé par quelque chose d'extérieur, c'est en fait sur Facebook tu as souvent des articles qui sont en mode : les dix lieux les plus incroyables sur la surface de la terre ou ce genre de truc, et je me suis dit : c'est trop chiant car c'est toujours les mêmes articles, et c'est toujours les mêmes photos. Et moi par exemple je suis passionnée de films d'animation, ou alors de jeux vidéos. Et alors quand on me mettait des articles : les dix lieux qui ont influencés les jeux vidéos les plus célèbres, je me disais oh c'est trop chouette, et tu cliques, et en fait c'est toujours la même banque d'image, c'est relou. Et je me suis dit : pourquoi ne pas y aller, et essayer de pousser le truc à fond donc c'est ça qui m'a fait en faire. Par exemple j'avais vu un article, c'était : les dix lieux qui ont inspirés les films Disney, et il y avait juste une image de Paris en mode ça a influencé Ratatouille, et je me suis dit : il y a un truc à creuser, pourquoi ça l'a influencé, de quelle manière, et c'est comme ça que j'ai fait une vidéo dessus.

Par exemple celle sur Porco Rosso, c'était intéressant. Et sinon, dans les mangas non.

Tu pars vraiment de toi, tes envies ?

Après je sais pas mais en réfléchissant je me dis que **je me suis peut être construite en opposition des gens qui présentent les mangas** : dans le youtube manga, mais je dirai qu'il y a un peu deux types de personnes. Il y a soit des gens qui vont juste présenter ce qu'ils aiment, ou faire des top, et de l'autre côté il y a plus des gens qui analysent les oeuvres. Et dans les gens qui analysent, y'a pas de filles, et voilà moi je voulais vraiment creuser certains éléments de la culture manga, ou de la culture japonaise liée au manga parce que comme le manga est très relié à la politique japonaise, il y a pleins de trucs à dire intéressants, de mon point de vue du moins.

Comment tu communique autour d'une vidéo quand tu l'as fait ? Est ce que tu teases, est ce que tu as un rituel ?

Alors ça dépend de la vidéo, genre là par exemple ça fait 9 mois que je suis en train de travailler sur une vidéo, et j'en ai parlé déjà dans une vidéo bonus, et après j'en parle beaucoup en tweet, parce qu'en fait quand ça me prend beaucoup de temps, c'est hyper frustrant de rien dire et j'y arrive pas, du coup je suis obligée de lancer des petits trucs genre "je suis en train de travailler sur le montage de la vidéo", "j'en peux plus" ou ce genre de truc. C'est un peu du teasing, mais c'est aussi pour un peu tester la foule, voir s'ils ont envie de la voir finalement. Et quand elle sort, je la partage sur twitter, sur insta, et voilà. Et après on voit ce qui se passe.

Et après coup tu fais jamais rien ?

Ca dépend, par exemple je sais qu'une fois le fossoyeur il a fait une vidéo sur les lieux de tournage d'un film, à Vegas, et au moment de sortir la vidéo il dit : j'adore regarder ce genre de vidéo, c'est dommage qu'il y ait pas des gens qui en fassent plus, et du coup quand j'ai vu la fin de sa vidéo je me suis dit : quoi, mais attend, et du coup je l'ai retweeté avec ma vidéo sur porco rosso.

Tu me disais que tu t'étais vachement construite en opposition par rapport au youtube manga : est ce que tu as une autre partie de youtube ou tu t'es pas construit en opposition ou t'es allé chercher tes influences, ou même en dehors de youtube, des sources d'inspiration ?

Oui, alors ça c'est une chaîne anglaise, et je l'ai connue au tout début, je crois que c'est eux qui m'ont donné envie de me lancer aussi, parce que je les trouvais trop dévergondé, trop cool, leur chaîne s'appelle maintenant : Simon et Martina. En gros c'est un couple, elle est américaine et lui canadien, ils se sont rencontrés au Canada, et ça fait plus de dix ans qu'ils font des vidéos sur internet, et quand je les ai connus, ils faisaient des vidéos parce qu'ils étaient professeurs et ils ont emménagé en Corée, et il y a 3 ans ils ont déménagé au Japon, et depuis le début j'aime trop le style de leur chaîne, ils ont vachement évolué mais j'ai aussi un peu évolué avec eux, et youtube a un peu évolué avec eux car quand tu regardes leur première vidéo c'est très "ancien youtube" on va dire, et maintenant... Moi j'aime bien ce qu'ils font, disons que j'aimerais bien faire des vidéos comme eux, mais à chaque fois je me dis : déjà fait, c'est con. Parce que j'aime vraiment trop ce qu'ils font, ils font beaucoup de vidéos où ils visitent le Japon, et aussi où ils parlent de ce qu'ils mangent et moi j'adore manger alors ça me va très bien.

Quand tu t'es lancé, tu avais envie de parler d'abord de ce que tu aimes, et de faire comme cette chaîne par exemple. Est-ce que tu avais aussi l'envie d'être vue, ou est-ce que tu avais envie de faire quelque chose de public ?

En fait, je sais pas trop comment dire mais j'avais envie d'être reconnu par les gens du milieu du manga, pour pouvoir faire des plus grandes choses encore. J'ai toujours voulu faire des reportages sur les mangas ou des trucs comme ça, mais je sais bien que je peux pas partir de rien et me lancer là dedans. Ou alors faudrait vraiment que je sois très riche !

Chose que je ne suis pas donc je me suis dit c'est bien de partir petit à petit, et aussi - quand j'étais en prépa, je regrette pas d'avoir fait une prépa, ça m'a donné pleins d'atout et ça m'a développé ma capacité d'analyse et d'écriture, et ça je le ressens vraiment quand j'écris une vidéo, que je réfléchis toujours au plan, quand j'ai une idée, mon cerveau va faire : ah oui on peut parler de ça, de ça, ...

Et c'est pour ça que je voulais être reconnu par les gens du milieu, parce que souvent j'ai des idées qui dépassent mon budget, et après pour ce qui est de parler des lieux d'inspirations de films, c'est juste que j'aime bien ce délire là, mais je n'ai pas la prétention d'être invité sur les lieux de tournage. Faut pas non plus abuser.

Est-ce youtube serait un moyen pour parvenir à une fin qui serait le monde du manga, de l'édition, des mangakas ?

Ce serait pas qu'un moyen parce qu'en soit, si jamais je rencontre ces mangakas et maisons d'éditions, ce serait posté sur ma chaîne.

Tu ne le verrais pas autrement ?

Je le garderai pas pour moi, c'est plus une idée de partager tout ce background de ce milieu. Et puis pareil pour les lieux qui ont inspiré les films et jeux vidéo, parce que finalement je parle pas que des lieux en eux mêmes, dans Porco Rosso je parle de comment ils ont réalisé le film et tout ça, mais c'est vraiment parce que je suis passionnée par le studio Ghibli par exemple, leur méthode de fabrication et je lis toujours des tas d'articles, et c'est con de garder ça pour soi. C'est bien de partager ça avec des gens, ça fait de l'information un peu plus pratique, moi je sais que j'aurai bien aimé voir ce genre de contenu.

Est-ce que tu te considères sur un marché concurrentiel ?

Oui, t'es obligé, parce que maintenant il y a tellement de trucs qui sont uploadés sur youtube que c'est un peu idyllique que tout le monde peut réussir, moi à chaque fois qu'une vidéo est postée c'est du temps de visionnage qui est pris, donc forcément c'est difficile, et même c'est un milieu d'être humains donc il y a des gens qui s'apprécient plus ou moins, qui le font plus ou moins ressentir en vidéo. Mais je pense que oui forcément il y a de la concurrence, et il y a de la jalousie aussi, parce qu'imaginons tu as une petite chaîne et tout d'un coup tu te fais mettre en avant par je sais pas qui, qui a découvert

ta chaine comme ça, bah forcément ça va créer de la jalousie, les gens vont pas être content, ils vont un peu t'insulter...

C'est un peu une cour de récré géante youtube, c'est ceux qui ont envie d'être le plus vus qui ouvre leur bouche, que ce soit pour critiquer ou pour dire du bien, et puis il y a peu de gentillesse dans une cour de récré, tout comme sur youtube.

Est ce que ça t'influence dans tes contenus toi ? Le fait d'être critiqué ou encensé ?

Alors oui j'ai eu beaucoup ça, parce qu'en fait à la base ma chaine c'était une chaine où je donnais mon avis sur des films d'animation, j'ai fait ça pendant 6 mois, parce que je me suis dit que ça m'entraînerais pour faire du face cam, et pour donner mon avis. Et je me suis rendue compte que forcément, quand tu as un avis négatif sur un film, les gens ne vont pas adhérer, ne vont pas être contents, même si tu penses que ton argumentaire est le bon, et c'est là que je me suis dit : ok j'ai pas du tout envie de donner mon avis sur les films en fait, ça me saoule qu'on me dise que mon avis c'est de la merde, et que je suis qu'une grosse conne. Donc j'ai arrêté et je suis allée faire autre chose et j'ai plus poussé mes recherches, et parler que de trucs que j'aime parce que finalement parler de trucs que j'aime pas... ça m'excite pas vraiment des masses.

Et si tu devais changer quelque chose sur youtube, qu'est ce que tu changerais ?

Je sais pas trop,

Il y a pas un truc qui t'énerve particulièrement, ou un truc que tu aimerais mettre en avant justement ?

si, justement j'aimerais qu'on arrête de laisser des enfants faire des vidéos. C'est vrai que c'est très marrant de voir un petit gamin de 10 ans devant sa webcam et qui raconte de la merde, mais le problème c'est qu'après il y a forcément des gens qui vont le critiquer, et se foutre de sa gueule, et forcément dans la cour de récré ça va pas très bien se passer. Moi je trouve que toutes les vidéos de mineurs devrait être interdit, même si bon, je pense que ce sera jamais le cas. Et puis, on devrait pas laisser aux parents le droit d'avoir une chaine youtube genre "Studio bubble tea" ça je trouve ça affreux.

Ils filment leurs enfants ?

Ouai, tu connais pas ? Bah tu vas découvrir un monde absolument affreux, c'est un père qui filme ses gamines qui jouent avec des tas de jeux, et forcément ça fait des millions de vues, parce que le youtube pour enfant finalement il y a pas trop d'enfant, donc les vidéos dépassent les 10 millions de vues assez facilement, et puis ils sont repérés par des marques et ils sont payés pour que les gamines jouent encore plus... Du coup ça fait un cercle vicieux affreux où ils exploitent leurs propres enfants.

Est-ce que pour toi l'algorithme influence la création sur youtube ?

oui, mais disons que... Si quelqu'un a vraiment envie de parler d'un sujet en particulier, il va quand même le faire, et par exemple Nota Bene qui aime bien parler d'histoire, c'est pas parce que les règles de youtube ont changé et qu'il a plus le droit de parler d'histoire que il le fait pas.

Pourquoi il a pas le droit de parler d'histoire ?

Parce que maintenant c'est un sujet controversé, et les sujets controversés c'est pas monétisés, et donc pas mis en avant par l'algorithme. Et ça touche aussi tout ce qui est corps de la femme, et tout ça. Tout ce qui est les guerres, conflits, tu as pas le droit de parler de ce genre de choses, donc finalement tu parles pas d'histoire.

Donc oui l'algorithme influence, mais disons que les gens vraiment passionnés trouveront toujours des moyens de contourner.

Et finalement l'impératif d'être vu et reconnu sur youtube est peut être pas si important que ça vis à vis de l'envie que tu peux avoir de faire quelque chose ?

Disons que ceux qui vont rester ce sont ceux qui ont vraiment envie de parler de ce dont ils parlent et pas juste avoir une célébrité éphémère. Et puis je trouve que ça se voit dans les contenus, par exemple Nota Bene, il parle d'histoire et il y en a pas qui arrive à avoir son niveau à lui, et par exemple Nart qui parle d'art, bah j'en vois pas des aussi bien qu'elle où on sent vraiment une passion, et elle est animée quand elle parle, donc moi je me dis qu'il y a ça aussi qui joue.

Et tu penses que c'est spécifique à cette sphère de youtubeurs vulgarisateurs qui parlent de culture, ou ça pourrait être le cas pour ceux qui font de l'humour, du gaming, ou autre ?

Bah oui c'est sur, faire des vidéos ça prend du temps et ça demande beaucoup d'investissement, surtout si tu veux décoller, à part ceux qui arrivent à jouer avec l'algorithme ou à réussir à se frayer un chemin ou à être un petit peu des forceurs du game, mais sinon tout ceux qui sont vraiment un peu impliqués, s'ils n'ont pas vraiment la passion, au bout de moins d'un an de vidéo ils vont en avoir marre parce que leur chiffre d'abonnés va pas suivre ! Et puis au départ ceux qui étaient présents sur la plateforme, je pense que c'était des gens qui étaient passionnés, parce qu'il n'y avait pas de rémunérations, il n'y avait rien, c'est juste que tu fais tes vidéos pour te faire kiffer.

Entretien avec Cyrus, fondateur de la chaîne « Cyrus North », réalisé le 25 juin 2018

Parle moi un peu de ton parcours et de ce qui t'a donné envie de lancer ta chaîne ?

J'ai fait un bac S, ensuite une prépa HEC, ensuite j'ai fait une école de commerce à Bordeaux, là bas je suis partie en césure : j'ai fait alors un stage chez ubisoft, et ça me manquait de pas faire quelque chose de créatif, j'avais toujours fait des projets créatifs, que ce soit des projets vidéos, ce genre de truc, et chez ubisoft je faisais plus ça. Donc ça m'a manqué, et ça me manquait aussi de plus faire de philo, que j'avais découvert en terminale et en prépa, et que je kiffais, du coup... C'était une époque aussi où j'avais vu d'autres créateurs, j'avais découvert un peu l'univers youtube, j'avais découvert Norman, Cyprien, MisterV, Antoine Daniel, et je me souviens qu'en boîte j'avais croisé Norman, et je m'étais dit que, d'une certaine manière, qu'est ce que cette personne a de plus que toi ? Qu'est ce qui t'empêcherai de faire une chaîne youtube ? Et je me suis dit : moi ça me ferait trop rire d'être un espèce de Norman de la philo, au lieu de parler de James Bond, il parle de Kant quoi. Et je trouvais ça très drôle.

Et tu connaissais déjà quelques vulgarisateurs ?

Pas du tout, de youtube tout ce que je t'ai dit c'est tout ce que je connaissais. J'ai découvert tout ça en me laissant. Et donc j'ai fait ma chaîne, je l'ai envoyé à quelques youtubeurs sur les réseaux en disant : moi aussi j'ai fait ça, tu en penses quoi ? Et j'ai commencé comme ça, j'ai eu mes premiers abonnés et j'ai continué.

Et qu'est ce qui t'a amené sur youtube spécifiquement ? Pourquoi tu t'es dit : c'est sur youtube que j'ai envie de me lancer ?

Ca m'a un peu paru comme une évidence, en mode : ou d'autre ? Dailymotion personne va dessus, la plateforme est nulle à chier, Facebook à l'époque c'était pas du tout vidéo, l'endroit où fallait faire ça c'était sur youtube. Et ces mecs là ils étaient tous sur Youtube en fait, donc c'était logique que j'y sois.

Est-ce qu'il y a d'autres choses qui t'ont poussé à créer ta chaîne youtube ?

Pas d'élément particulier à part le fait de vouloir de la philo un peu plus fun et cool, ça faisait longtemps que j'avais eu l'idée, mais pour répondre à la question sur youtube particulièrement, j'avoue j'ai pas d'autres raisons ce que je t'ai dit là, le fait d'être inspiré par d'autres, surtout ça je pense.

Mais c'est pas le premier truc que j'ai créé dans ma vie, dans le sens où avant je faisais de la photo, j'avais fait mon site où je mettais mes photos. Avant ça, quand j'étais petit j'avais tourné dans des pubs en tant que comédien, j'avais fait du théâtre, j'avais fait aussi un premier film de vacances avec ma famille quand j'avais 14 ans, j'ai fait des sketches avec ma soeur, avec mon meilleur pote... Je filmais beaucoup, je montais beaucoup, même en prépa, à un moment on est parti en vacances pendant une semaine, et j'ai fait un mini film avec tout le monde, qu'on a écrit avec quelques potes, on a tous tourné, donc j'ai toujours été dans le... "faire des trucs".

Mais le format vidéo était assez évident ?

Oui, grave.

Dans la question : pourquoi tu as choisi spécifiquement youtube, à part le fait que tout le monde y était et que c'était une évidence, est-ce que tu as essayé d'autres plateformes, et que sont les avantages et inconvénients de youtube ? Est-ce que tu voudrais continuer à publier dessus ?

Alors déjà c'est très large les avantages et inconvénients, parce que ce ne sont pas les mêmes à l'époque où je me lançais et maintenant. Aujourd'hui, le gros avantage c'est technique : la plateforme elle est irréprochable, il y a jamais de problème d'upload, de fluidité, ça roule. Sur dailymotion il y en a pleins, quand tu cliques sur le milieu d'une vidéo ça bug, tu es obligé d'actualiser. Youtube c'est très rare, et par rapport aux nombres d'heures qu'ils ont uploadé chaque instant sur youtube c'est ouf, donc déjà ça. Puis l'audience : l'audience est sur youtube, je trouve ça un peu surréaliste d'aller sur d'autres plateformes et d'essayer d'aller tirer les gens d'aller sur une autre plateforme. Faut aller chercher les gens là où ils sont et les gens sont sur Youtube. La monétisation : tout le monde s'en plaint mais j'ai jamais vu instagram payer quiconque, ni Facebook, Youtube ce sont les seuls qui ont mis ça en place, avec Dailymotion mais Dailymotion pour faire 1000 vues faut y aller. Ca c'est tous les avantages, c'est aussi une plateforme qui est assez à l'écoute des youtubeurs, moi j'ai eu pas mal d'opportunités de discussion, avec youtube, avec Google, au Youtube Space tu rencontres des équipes de youtube, tu peux remonter des choses.

Mais est ce que ça a vraiment effet quand tu en parles ?

Oui et non. Je m'attends pas trop à un effet dans le sens où faut prendre conscience aussi de la pieuvre géante que c'est. C'est une multinationale, il y a pas de monsieur et madame youtube. Au sein même de youtube personne n'est d'accord, donc c'est de longs process, tu as des gens dans la boîte qui sont en phase avec mes idées et d'autres qui sont pas du tout d'accord, et ils sont en discussion depuis des années. Je m'attends pas à ce que ça change du jour au lendemain car ce n'est pas quelqu'un qui prend une décision.

Et les points négatifs sont aussi liés au succès de youtube, il y a un point positif qui est aussi un point négatif, c'est que c'est pas éditorialisé. En gros c'est une plateforme d'hébergement et rien de plus, eux ils gèrent tous de manière algorithmique, parce que s'ils éditorialisent, ils n'ont plus le même statut, ça devient un média. Ce ne sont plus les mêmes lois qui s'appliquent à eux.

Tu penses pas qu'il y a un choix d'éditorialisation quand certaines vidéos sont recommandées et d'autres non : c'est une certaine forme de choix ?

Je suis d'accord dans les faits, mais c'est un choix et en même temps c'est un non choix, c'est un non choix qui fait ce choix. Dans les faits ça ressemble à un choix, mais dans la réalité c'est un non choix. Eux ils disent à leur algorithme : fais en sorte que les gens restent le plus longtemps possible sur Youtube. Et ensuite l'algorithme il tente des trucs, il dit : ok on va faire ça, ça marche ou ça marche pas, ok, on réessaye, etc. Ca semble pas être un choix que de dire : mon but c'est que les gens restent sur mon site. Ca semble être normal, ça aurait été beaucoup plus un choix s'ils avaient dit : moi mon but c'est que les gens quand ils sortent du site, ils aient tous conscience des problèmes écologiques de notre planète. Ca c'est un choix, ce sont des KPI Business, ce sont des trucs de business.

Et qu'est ce que tu penses de ce paradoxe entre la création abondante sur youtube, et cette nécessité de faire du fric, d'être rentable, et d'obéir à des contraintes capitalistes ? Est ce que tu te sens limité en tant que créateurs par ces contraintes de rentabilité ?

Oui mais je trouve ça normal dans le sens où ce paradoxe, c'est pas youtube qui l'a inventé. Le cinéma c'est ça, le théâtre aussi, ça a toujours été ça. A partir du moment où tu crées des trucs, si ça n'intéresse personne ou si les gens veulent pas te voir, ce truc meure en fait. Donc depuis toujours les créateurs doivent prendre en compte le public, et les créateurs qui sont des génies c'est quand leur génie à été accepté par le public, ils sont ok avec le génie. Mais en vrai il n'y en a pas tant que ça : le nombre de fois où tu regardes des trucs sur Vimeo et tu te dis : c'est quoi cette merde ? Parce que ça te touche pas, c'est perché. Netflix, là on parle de youtube mais on pourrait parler de ce "paradoxe" là omniprésent dans la création, pour Netflix. Ok comment on fait, on promeut Netflix Originals, l'originalité et la créativité, et en même temps si ça marche pas on arrête. C'est la loi, c'est plus que la loi du marché, c'est la loi de l'audience, de l'audimat depuis que la scène existe.

Peut-être comparé à Youtube, il y a peut-être une prise de risque chez Netflix qui tente des choses, mais on a essayé.

Mais chez les youtubeurs aussi. Il y en a pleins qui essayent des trucs, des formats, et qui arrêtent, ce truc là plaisait je change. Mais c'est pas de la faute de youtube, c'est la faute des gens. Moi je considère pas que ce soit de la faute de Youtube, je pense qu'il y a un moment où il faut qu'on reconnaisse et qu'on arrête de se voiler la face, sur notre responsabilité en tant que viewer, et la responsabilité de youtube. Il y a un moment, si les vlogs marchent sur youtube c'est que les gens kiffent les vlogs. C'est ça la vérité,

Il va y avoir un choix arbitraire fait par l'algo dans les contenus qui sont le plus cliqués, et ceux un peu moins cliqué vont tomber dans l'abandon.

Oui et non, parce que l'algo ne fait pas en fonction du "clique", il fait en fonction des sessions de watch time. En gros, l'algorithme va dire : si après cette vidéo tu restes 10H sur youtube, ou alors si après avoir regardé cette vidéo, tu restes dix minutes, bah je vais favoriser la vidéo qui fait que tu restes 10H. Même si t'a cliqué 15 fois plus que celle d'avant, même si ça fait que les cliquent mais ensuite quittent la plateforme, bah je vais pas la montrer. Et Youtube ont tout à perdre s'ils ne jugent qu'au clique, le clique c'est rien, ce qui compte c'est le watch time, et c'est la grosse révolution de 2013 ou 2014. Ils sont passés de clique à watch time, genre watch time par vidéo, et ensuite ils sont passés du watch time par vidéo au watch time par session.

Et comment tu as toutes ces infos sur l'algo ?

Parce que ça m'intéresse beaucoup, il y a une grande partie de tout ça qui est public, et après... Il y a un mec qui a fait une vidéo dessus, qui s'appelle Tom Scott, et après on en parle aussi entre créateurs. Mais là tout ce que je t'ai dit - je lis aussi la presse spécialisée, il y a un site qui s'appelle Tube Filter, et il y a pleins de ressources dans ce genre de truc. Mais youtube communiquent là dessus, mais ils peuvent pas donner les détails pour deux raisons : un parce qu'eux mêmes ne savent pas, parce que ce sont des millions de lignes de code, du machine learning, c'est des lignes de codes qui se génèrent automatiquement, youtube ils ne savent pas exactement ce qu'il se passe. Il y a ça, et il y a aussi le fait que s'ils disent des trucs qu'ils savent, ça peut être retourné contre eux. Le coup de mettre un pouce bleu avant la vidéo, dès qu'il y en a qui ont remarqué que ça faisait monter leur vidéo, tout le monde l'a fait et ça a fait une dérive, il y a des mecs qui ont été propulsé sur youtube grâce à ça. Parce que dès le début ils mettaient un pouce bleu, et ça c'était une "faille" de l'algorithme, alors que des trucs comme ça il y en a pleins.

Mais pourquoi ça t'intéresse tant l'algo de Youtube ?

Déjà, le fait que j'ai fait un bac S, une prépa HEC, tout ce qui est chiffre, les maths c'était ma matière préférée, moi chez ubisoft j'avais une grosse partie analytics dans mon taff, en fait je kiffe ça, les chiffres, les algorithmes. comprendre comment un truc fonctionne, etc. Je l'utilise pas trop pour ma chaîne.

Tu regardes pas trop tes analytics ?

Non, pas tant que ça, et surtout j'utilise pas trop l'algorithme à mon avantage, parce que je sais ce qu'il faudrait que je fasse, genre il faudrait que je fasse deux vidéos par semaine, faudrait que je fasse des lives de temps en temps, je le fais pas parce que... c'est pas ça qui me motive. C'est plus de l'intérêt et de la curiosité personnelle, et puis c'est important aussi pour comprendre ce qui se passe, les évolutions sur la plateforme, etc. Et puis je suis obligée d'avoir un avis sur tout ça, c'est mon taf.

Tu n'as jamais utilisé toutes ces connaissances pour modifier ton contenu, pour l'adapter ?

Il y a un format que j'ai fait un peu dans ce sens là, qui est un format où je me dis : ok, il me faut un truc, qui est facile à faire, comme ça je peux en faire pleins, et qui crée un engagement de ouf, avec pleins de commentaires, comme ça la vidéo est bien référencée. Et ça a donné "T'imagines si" que j'ai grave kiffé, et c'est devenu un format que je fais une fois de temps en temps, alors que ça aurait pu être un format qui sortait une fois par semaine. Mais à chaque je glisse vers le côté créatif, c'est à dire que je me dis : le "t'imagines si" tout seul c'est un peu chiant. Je préfère le faire avec un youtubeur. Ok bon ça fait des invités, donc ça alourdit le process de création, je peux pas faire une vidéo comme ça, à n'importe quelle heure.

Mais sinon ça n'a pas trop changé ma manière de faire du contenu.

Et t'évaluerai comment l'influence que peut avoir cette algorithme sur ta création ?

C'est terrible car j'ai presque envie de te dire zéro. C'est faible, genre je pense pas algorithme quand je fais ma vidéo. Les trucs que l'algorithme me renvoie, ce sont des trucs que je considère en tant que créateur auquel je dois penser quoi qu'il arrive. Que l'algorithme soit là ou non. Ca va être par exemple : est-ce que mon titre et ma miniature c'est attrayant. Ca je considère que algorithme ou non, je dois y penser. Je me casse la tête à faire une vidéo pendant deux semaines, bah oui je préfère qu'elle soit vu par le plus grand nombre de gens possible.

Ce sont des automatismes qui sont rentrés dans ton processus de création ?

Oui, mais que... j'ai toujours eu, même quand je faisais de la photo, ou même quand je faisais des vidéos. **Pour moi un bon artiste c'est un bon marketeur.** Et c'est valable pour tout en fait, un bon quelque chose, c'est un bon marketeur. Entre guillemet, Nietzsche c'est un philosophe des plus connus aujourd'hui, mais parce qu'il a sorti des punchlines de ouf. C'est vrai, genre sa philosophie il l'a appelé : la philosophie du marteau. C'est trop badass : il aurait pu dire "la déconstruction de la moralité par l'homme", il s'est dit non c'est la philosophie du marteau, parce qu'on éclate les concepts.

Qu'est ce que t'appelle marketeur et marketing ? Comment tu les définirais ?

C'est une autre définition parce que je vais devoir la redéfinir aussi : c'est rendre sexy les choses.

Et pourquoi c'est important dans le processus de création ? Pourquoi ça fait partie du processus de création ?

J'ai dit qu'un bon créateur c'est un bon marketeur, un bon artiste c'est un bon marketeur. Les Daft Punk : ils sont très fort en musique, il y en a pleins des gens qui sont forts en musique, mais eux pour moi ce sont des dieux. Tu vois les Dafts, ils sont trop forts, parce que les mecs ont créé un univers de dingue, visuellement c'est ouf, les mecs on ne voit pas leur visage, ils ont des masques, ce sont des robots, ils sont immortels, ils ont un storytelling de dingue. C'est du marketing, c'est des dieux en marketing. Donc ils font de la bonne musique, mais en plus ils t'amènent quelque part, il te raconte quelque chose. Pour moi c'est pas négatif du tout le marketing, c'est raconter des histoires c'est tout.

Comment le marketing du processus de création ? J'arrive pas à bien saisir ou tu fais le lien.

Je le lis parce qu'il est présent à deux moments, à la fin et tout du long. Parce que le marketing c'est pas que de la vente, c'est aussi un positionnement, c'est penser au point de vue de l'audience. Si on vendait du papier, je t'aurai dit, du consommateur. Mais en vrai c'est la même chose, c'est la personne qui va acheter ce que tu vends : donc soit tu vends du rêve, soit tu vends du papier. Mais au final c'est une relation très proche.

Toi tu es influencé par ta communauté quand tu crées ?

Grave,

Et comment t'es influencé ?

Et en même temps, je suis influencé parce qu'il y a des trucs que je me permettais au début que je ne pourrais plus maintenant car je sais que je suis plus regardé de la même manière. Là où je pouvais faire une petite blague qui était un peu osé, genre, qui joue avec certains codes de la société, qui aujourd'hui passerait plus. Ça je le fais plus aujourd'hui. Ça a changé, ce que tu peux faire en 2013 et ce que tu peux faire aujourd'hui en 2018 c'est plus la même chose. Je dis pas que c'est bien ou c'est mal, je dis juste que tu t'adaptes en fait. Il y a des trucs dont je peux parler aujourd'hui que je ne pouvais pas avant parce que ce sont devenus des sujets de société. Alors qu'avant c'était des sujets qui intéressaient personne.

Et tu ne peux pas faire des sujets de société dans tes vidéos ?

Si, c'est ce que je dis, de la même façon il y a des trucs dont je peux parler maintenant et dont je ne pouvais pas parler avant parce que ça n'intéressait personne.

Ça va dans les deux sens : des trucs que je garde pour moi maintenant et d'autres que je gardais pour moi avant et que je peux dire maintenant. Et tout ça c'est parce que je prends en compte les gens avec qui je parle. En fait je ne parle pas tout seul, je parle à des gens, je suis obligé d'imaginer les gens avec qui je parle. Après je sais qu'il y en a qui ont l'inverse : les gros youtubeurs par exemple, pour avoir parlé avec quelques uns d'entre eux, eux ils font l'inverse. Ils font comme si ils avaient personne. Et je comprends parce que c'est facile de se projeter devant 200 ou 300 000 personnes, quand tu en as 10 millions c'est un autre délire. Si je dois plaire à tout le monde c'est mort, ça sert à rien que je crée quoique ce soit.

Et hormis le fait que tu puisses plus parler de certains sujets, est-ce que ta communauté t'a déjà influencé pour trouver des sujets, dans ta manière de produire des vidéos ?

Je ne crois pas en fait, souvent j'écoute ce qu'ils disent, enfin je l'entends, mais la plupart du temps si je le fais pour une raison c'est parce que j'ai mes raisons, et j'ai envie de faire ça comme ça. Par exemple on m'a souvent dit : les coup de phil c'est trop court, fais les plus longs. Et ça m'a toujours saoulé, donc je l'ai jamais fait. Alors que vraiment c'est le commentaire qui revenait le plus souvent. A chaque fois c'était : c'est cool les coup de phil mais faudrait que ce soit un peu plus long, parce que là tu rentres pas en profondeur. Et je fais : ouai mais c'est ce que j'aime donc désolé. Si t'as envie de voir plus long regarde arte quoi, en toute bienveillance, mais c'est pas moi la bonne personne qu'il te faut.

Et qu'est ce qui t'influence pour ton travail ?

A part l'audience ? Les autres créateurs, parce qu'ils donnent des idées, tu vois des trucs tu te dis "ah c'est cool, j'aime bien, j'ai envie de faire ça aussi, j'ai envie de tester". Genre typiquement, quand je me suis lancée, c'était Norman : quand je l'ai vu je me suis dit que c'était cool. Ce serait marrant qui ferait ça en parlant de philo. Ou quand j'ai vu le premier documentaire de DirtyBiology je me suis dit que c'était cool aussi, j'aimerais bien faire un truc semblable. Ou alors quand j'ai vu la chaîne Vox aux Etats-Unis, j'aimais bien aussi quand ils racontaient les trucs, je trouve ça bien fait, bien construit, c'est propre. Tu te nourris vachement de ça. Ou même Squeezie, bon pas quand il parle de complot parce que ça ça me saoule un peu, mais quand il joue à un jeu je trouve qu'il est fort, son montage est trop fort, il dégage une joie de vivre, il y a un truc c'est cool. Si un jour je fais un live ou je commente un truc, j'aimerais de m'inspirer de cette vibe là.

Voilà c'est surtout les autres créateurs, et pas que sur youtube en vrai. Des fois tu vois des trucs passés sur instagram, sur Fb, Snapchat, c'est hyper large.

Pour revenir sur la plateforme en elle-même : est ce que tu t'es déjà senti limité par la plateforme ?

Ouai, je me suis senti ralenti ou limité mais ça n'a pas changé grand chose après. Je l'ai ressenti mais j'ai juste observé ma sensation,

Mais c'était à quelle occasion ?

Par exemple, tu te dis : si je fais pas de vidéos pendant deux mois, la prochaine fois que je sors une vidéo elle sera beaucoup moins vues. Bah ça fait chier, du coup tu as une sorte d'anxiété, de mal être à ne pas produire. Ca c'est un peu naze parce que je pense que quand tu es réalisateur, et que tu travailles dans le cinéma, on a pas entendu parler de toi pendant 5 ans t'arrive tu sors un truc qui démonte, bah c'est encore mieux. Alors que sur youtube : on a pas entendu parler de moi pendant 3 mois, puis j'ai sorti une vidéo Cyborg, qui est en terme de réalisation a demandé pas mal de ma personne, et elle a fait un truc genre 140 000 vues, alors que c'est la moitié de mes abonnés aujourd'hui. Donc ça je trouve ça un peu frustrant et chiant, youtube applique les mêmes règles aux chaînes qui font des vidéos qui mettent un jour à être faite, du vlog, que des vidéos comme les miennes qui peuvent prendre un mois, trois mois, deux semaines, mais pas un jour. On a les mêmes règles et c'est pas cool, c'est pas hyper juste et en même temps je leur en veux pas totalement parce que c'est un bordel un peu à organiser, ils peuvent pas créer des catégories. Comment tu fais comprendre à une intelligence artificielle que ma vidéo elle met 3 mois à être faite, alors que celle de bidule elle va mettre un jour. Comment tu lui fais comprendre ça, c'est pas possible. C'est ça le problème : tout ce qui est sur Youtube doit être forcément géré par des robots, parce que c'est trop gros, ça doit être déclinable, si ça marche pour un ça doit marcher pour 10, et ça doit marcher pour 10 000.

Pour toi il y a pas de modération possible ?

Oui et non, parce qu'il y a des gens qui créent des chaînes tout le temps. Aujourd'hui il doit y avoir 1000 chaînes qui ont été créées sur youtube, rien qu'aujourd'hui, donc c'est pas possible en fait. C'est les règles du jeu.

Et toi tu vis de youtube ?

Je vis pas de youtube, je vis de tout ce qu'il y a à côté, ça m'a donné l'opportunité de faire du contenu vidéo pour des gens, des entreprises, j'ai différents projets. Ca m'a donné assez de visibilité pour pouvoir sortir un jeu de société par exemple, ce genre de truc. Je vis grâce à tout ça. Youtube en soi, ça apporte très peu, je paye même pas mon loyer avec youtube.

Quand tu dis youtube, tu penses à la monétisation ?

oui, je pense à adsense. c'est à dire vraiment les pubs sur youtube. Depuis le début de l'année j'ai sorti 5 vidéos, c'est chaud. Une par mois quoi. Donc même si j'étais adepte du brand content, c'est à dire des placements de produits, etc, avec 5 vidéos à quel moment tu veux vivre de ça ? C'est pas possible.

Mais ça t'a mené vers d'autres choses ?

Oui, pleins de trucs trop cools. Et non seulement je vis mais je fais vivre des gens, je paye des gens, j'ai une stagiaire, un motion designer qui vient deux jours par semaine, j'ai un monteur, j'ai un auteur, là je suis en train de prendre une graphiste, donc je crée de la valeur comme on dit dans le jargon économique. Et moi je suis pas pétée de thune, je fais attention à mes dépenses, mais ça va, je suis content de faire un truc genre tous les matins je me lève et je suis heureux, et vendredi j'ai terminé à 21h30, hyper tard, mais ça va, je suis pas là le week end à me dire que je vais me suicider. Donc j'imagine que ça va, c'est cool.

Et comment tu vois le futur de ta chaîne ?

C'est une bonne question, le futur de ma chaîne, ça dépend des projets qui sont en cours. Là par exemple je suis en train de créer un média, un truc clairement à la Voxe, comme aux Etats-Unis, avec un autre youtubeur. Donc c'est pour ça que j'ai tout ces gens qui travaillent pour moi, et c'est ça qui me prend énormément de temps, c'est du temps investit parce que je vais pas être payé pour faire ça, je me lance il y a pas de revenus. Ca dépend si ce truc marche ou marche pas : si ça marche, ça va prendre plus d'importance que ma chaîne je pense. C'est comme l'Antisèche, ça a marché, ça se passe hyper bien, donc ça me prend du temps que je peux pas mettre dans ma chaîne, donc ça dépend si les projets que je lance durent. Et le paradoxe c'est que ces projets là je les ai grâce à ma chaîne, mais si ils perdurent, je nourris plus ma chaîne, donc je ne pourrai plus avoir ce genre de projets, et en même temps si je me mettais sur ma chaîne, je n'aurai pas d'argent. C'est toujours un équilibre à trouver pour pas oublier ma chaîne. Là je suis en train de travailler sur une mini websérie que je suis en train de tourner, 10 épisodes d'un coup, et à la rentrée les balancer sur ma chaîne, une toutes les deux semaines, comme ça je couvre déjà 6 mois. Je suis obligé de penser business.

Mais après ça dépend des créateurs, genre Dirtybiology, il est dans une optique totalement différente parce que, vu qu'il a tipee et les gens lui filent 2000 balles par mois, ou par épisode, il est vraiment concentré que sur sa chaîne, et il va travailler masse pour peaufiner un épisode et faire ce qu'il veut, il est totalement libre là dessus. On a pris des business model totalement opposé lui et moi,

Mais parce que toi ça t'intéresse d'avoir ce côté business ?

Grave, je kiffe, là j'ai des bureaux maintenant, on est constamment au minimum 3 et au maximum 6, je trouve ça cool, j'ai monté une boîte, je trouve ça cool. Mais je pourrai pas faire ce que Léo fait, dans le sens où je pourrai pas physiquement le faire, j'ai pas les moyens pour le faire. C'est un peu Youtube et internet qui décident de ce qui va se passer pour toi, c'est un jeu d'adaptation. C'est à dire que si j'avais ouvert mon tipee, les gens auraient dit : ok faire un coup de phil c'est hyper compliqué, et si je l'avais lancé en premier, et si antoine daniel avait partagé ma chaîne, pleins de contextes à prendre, peut-être que j'aurai le même modèle que léo. Et peut-être que j'aurai vu les choses différemment.

Tu trouves le business model qui te correspond et en même temps ce business model il était à moitié imposé aussi.

C'est quoi exactement l'objectif de tes vidéos, et comment tu communique sur tes vidéos, c'est quoi ta stratégie de com ?

L'objectif de mes vidéos c'est transmettre un savoir aux gens, tout en les divertissant, qu'ils aient pas l'impression d'apprendre mais qu'ils apprennent quand même un petit truc.

T'a pas d'envies personnelles de toi d'abord ?

Non, j'ai même pas pensé, mais maintenant que tu le dis : à chaque fois l'objectif c'est quand même de faire un truc que j'aimerais voir sur internet. Qu'est ce qui manque selon moi, qu'est ce qui serait cool à voir sur la plateforme, c'est pour ça que je fais le truc à la Voxe. Ca manque sur internet en France, j'aimerais trop voir ça, pourquoi personne le fait ? Bon bah fais le.

Et donc ta stratégie de com ?

C'est tellement vaste cette question, on pourrait faire un workshop de 3h sur cette question. Je pense que c'est important de pas mettre tous ses oeufs dans le même panier. C'est pour ça que j'ai un youtube mais aussi un facebook, qui est un peu à l'abandon j'avoue, mais j'aime pas facebook, je trouve ça naze. J'ai aussi un instagram que j'utilise aussi en mode stories, un twitter, mais aussi une newsletter qui fait que j'ai 6000 adresses mail, des gens qui, si twitter et instagram ferment leur porte, sont toujours dans mes bases de données. Ca je considère que c'est hyper important.

En fait cette audience de centaine de milliers de personnes, le but c'est de les convertir en quelque chose. Parce que sur youtube c'est volatile, ça peut s'arrêter demain, et on le voit d'ailleurs, les algorithmes changent, il y a 3 ans, tout le monde faisaient ses vues, aujourd'hui ça n'a plus aucun

sens de faire ses vues. Même les Squeezie, et E-penser, s'ils font la moitié de leur nombre d'abonnés t'es content. Donc le but c'est que cette audience, il y a un moment où ils se sont intéressés à moi, il ne faut pas que youtube soit le seul intermédiaire entre eux et moi, tu peux pas donner ce pouvoir là à Youtube. Donc le but c'est de faire en sorte de les retrouver le plus facilement possible à chaque fois, qu'au moins ils sachent qu'il y a un nouveau contenu. Après ils le regardent ou pas, c'est leur problème, mais qu'au moins ils sachent.

Donc j'ai une newsletter, je passe beaucoup par twitter, j'ai été très très snapchat jusqu'à la mise à jour - tout le monde c'est de quoi on parle, on dirait l'apocalypse. Sur snapchat, j'ai tellement investi de temps, même si je le vivais pas comme ça, mais au final j'ai grave investi du temps pour au final l'application se fasse détruire et là je poste plus rien sur snapchat alors des fois mes stories montaient à 8 000 vues, sur une story snapchat c'est beaucoup parce que c'est pas comme une vue youtube, ce sont des vues assez engagée sur snapchat. Les 8 000 personnes, je leur disait : une vidéo vient de sortir bah il y avait une rafale sous la vidéo en mode team snapchat. Tout ça je l'ai perdu, parce que Snapchat a fait cette mise à jour.

Mais là il y a trop de truc, franchement trop de truc, j'ai presque envie de prendre quelqu'un pour gérer les réseaux, j'en peux plus.

Est ce que tu te considères sur un marché concurrentiel ?

Elle est hyper intéressante comme question. Parce que tout le monde dit non, souvent, en public, parce qu'ils disent : oui, si quelqu'un a le temps de regarder une vidéo d'un tel, il a aussi le temps de regarder la vidéo d'un tel. Mais je pense que je suis sur un marché concurrentiel mais pas avec les autres youtubeurs. Je crois que je suis plus en concurrence avec Netflix, avec la télé, les podcast, le foot, avec tout ce qui prend de l'attention, l'économie de l'attention. Je suis en concurrence avec tout ça, et aussi avec les autres youtubeurs, mais c'est pas eux qui prennent beaucoup d'attention. Oui c'est un marché concurrentiel faut pas se mentir, mais faut pas trop y penser parce que ce sont des concurrences sur lesquelles tu peux rien faire. C'est pas comme si t'es Xbox, et playstation arrive, et c'est clairement un concurrent, faut être malin, comment on va faire pour attirer les gens plus sur Xbox que sur playstation. Mais sur youtube comment tu fais pour faire une vidéo pour que les gens aient plus envie de la regarder qu'une autre, ou que leur série netflix, ou Topchef... Je pense que c'est un marché concurrentiel, mais que faut pas le penser comme tel, parce que tu peux rien y faire.

Est ce que tu fais partie de channels ou de google preferred ?

Non et je pense pas être dans google preferred.

Si tu devais changer l'algo de youtube, qu'est ce que tu changerais ?

J'ai discuté de ça déjà avec pas mal de gens, et j'avais trouvé de bonnes réponses. En fait j'aimerais que l'algorithme puisse détecter qu'une vidéo a été "crafted", c'est à dire "travaillé, il y a eu un effort, qu'elle a été pas produite de manière industrielle"... C'es très dur à déterminer, un humain le sait tout de suite, on a passé du temps dessus. Il y a deux youtubeurs ricains très connus, ils ont un show, et c'est une grosse prod, leurs vidéos sont très bien faites, mais du coup toi en tant qu'humain tu sais que c'est une grosse prod, mais du coup tu considères pas ça forcément comme crafted. Alors que, tu vois Scilabus ? Bah c'est vidéo sont beaucoup moins léchées mais tu sais en regardant que c'est crafted, parce qu'elle est seule, et tu sais qu'elle a galéré, et qu'elle a probablement fait le montage toute seule, etc. Je crois que je kifferai que l'algo prenne ça en compte.

Qu'il soit un peu plus humanifié ?

Oui... Et en même temps non, je retire ce que j'ai dis, c'est de la merde, non parce que c'est pas parce que Viviane est toute seule qu'elle est plus de vues, "tant pis pour elle" et tant pis pour moi, c'est ça ce que je veux dire. Il y a un moment, ce qui compte c'est le contenu, il faut pas être égoïste non plus, ce qui compte c'est que les gens aient du bon contenu. Que tu ais une grosse prod derrière ou que tu sois tout seul, c'est pas le problème de youtube, ni le problème des gens, c'est ton problème.

C'est assez syndrôme de notre époque de tout faire reposer sur nos épaules.

Mais c'est vrai non ? Enfin pas totalement mais moi c'est l'inverse qui m'insupporte.

Mais il y a tellement de contextes à prendre en compte... Mais ce que tu fais tu considères que c'est une création ou une production ?

C'est compliqué parce que je le considère comme les deux. Le premier « t'imaginer si » je le considère comme une création, le deuxième je le considère comme une production.

C'est quoi la différence entre les deux ?

Le deuxième je le pense beaucoup moins que le premier. Après les one shot je les considère comme des créations, comme le Nepal, cyborg, tout ça. Le coup de phil qui est un de mes trucs les plus créatifs, je le considère aujourd'hui comme une production, parce que je le pense en terme de process, je le pense en terme de recette de cuisine : il faut ça, ça et ça et ça marche. J'applique les ingrédients et ça fait le truc, alors que la création c'est plus : j'aimerais bien créer une nouvelle recette, qu'est ce que ça pourrait être ?

Je pense qu'une production c'est une création, mais que toutes les créations ne sont pas des productions. Je pourrais juste prendre mon téléphone, me filmer en verticale, et faire n'importe quoi et le poster : c'est une création, mais c'est pas une production du tout. Il y a pas de processus de production, c'est pas un produit, alors que n'importe quel produit abouti à quelque chose qui est créé soit une création.

Ca dépend du contexte aussi, une création est prise dans un contexte.
Dis moi une production qui n'est pas une création ?

Maintenant est ce que tu considères que l'algo t'influence ?

oui, mais ça m'influence, ça va pas drastiquement changer mon contenu mais je le prends en compte.
Forcément.

Entretien avec Manon, de la chaîne « C'est une autre histoire », réalisé le 6 juillet 2018

Quel est ton parcours et qu'est ce qui t'a donné envie de lancer ta chaîne ?

Moi j'ai un parcours un peu éclectique : j'ai été d'abord prof des écoles, j'ai pas fait beaucoup d'histoire avant mon master, j'ai un bac S, ensuite j'ai fait une prépa littéraire pendant 1 an, et ensuite j'ai fait une L2 d'histoire, puis une L3 qui préparait au concours de prof des écoles, parce qu'à l'époque il fallait juste la licence, et ensuite j'ai eu le concours, et quand j'ai commencé à bosser, j'ai repris mes études en même temps, en mettant à mi temps, et j'ai fait une master d'histoire, en 3 ans, et ensuite j'ai pu aller en thèse et j'ai arrêté de travailler en temps que prof pendant 3 ans et pendant ma thèse j'ai ouvert la chaîne. Et maintenant ça fait un an et demi que je vis de la chaîne.

Qu'est ce qui t'a donné envie de lancer ta chaîne ? Car tu avais participé au concours ma thèse en 180 secondes ?

ouai j'ai fait ça, c'était en avril 2015, et du coup t'avais une formation à la vulgarisation un peu, c'était léger mais c'était quelques jours et moi j'avais trouvé ça cool, et puis moi je fais du théâtre par ailleurs donc j'avais beaucoup aimé l'expérience, d'aller sur scène pour parler de nos sujets de prédilections, et ensuite dans la foulée j'ai fait une vidéo avec un pote sur la ville de Toulouse, c'était pour un petit concours de court métrage d'une asso étudiante, et ensuite quand on l'a mise en ligne pour la montrer aux potes ça a fait un buzz mais genre 80 000 vues en une semaine quand même. Et puis on était des inconnus totaux, on l'avait mis sur Vimeo. Et du coup avec ces deux expériences, car la vidéo on l'a posté en juin 2015, avec mon pote qui filme on s'est dit : ah mais une chaîne youtube ça pourrait être fun, ce serait l'occas d'allier des domaines qui sont plus les miens, la vulgarisation et l'expérience vidéo.

Tu t'es lancé d'abord sur Vimeo ? Pourquoi tu as choisi la plateforme Youtube ?

Je me suis pas lancée sur Vimeo c'est juste que j'avais un compte Vimeo où je mettais mes vidéos de vacances, de potes, et tout. Du coup je l'avais mise là pour montrer aux potes : au début quand je l'ai mise en ligne c'était pour montrer aux copains. Après comme ça a plu, je me suis dit : ah bah on pourrait faire une chaîne youtube, parce youtube c'est plus viral que vimeo, c'est une plateforme que plus de gens pratiquent. Du coup j'ai ouvert la chaîne en été et la première vidéo a été postée en septembre 2015.

Tu regardais déjà des vidéos youtube de vulgarisateurs ou pas du tout ?

Pas beaucoup, je connaissais les gros vulgarisateurs, enfin plutôt les très grosses chaînes genre Norman, Cyprien, et tout. Et quelques vulgarisateurs mais vraiment les plus connus genre le fossoyeur de film, E-penser, et c'est à peu près tout, je regardais vraiment pas beaucoup de truc. Et c'est en commençant youtube que j'ai commencé à regarder vraiment des contenus, à m'y intéresser.

Qu'est ce qui te motive à continuer ta chaîne sur youtube ?

Du coup maintenant c'est mon travail donc c'est trop cool, et puis c'est une activité que j'aime beaucoup. Ce sont es conditions de travail à partir du moment où ça marche, parce que c'est dur d'en vivre au début mais qui sont vraiment trop cools : tu vis de ta passion, tu travailles d'où tu veux quand tu veux, faut juste avoir de quoi filmer, un ordi et internet. Et après c'est toi qui gère tes horaires, il y a des écueils aussi, tu peux aussi tout le temps travailler ou tu peux rester un peu cloîtré chez toi, tu as pas trop de collègues ni de lieu de travail, mais c'est quand même une super liberté par rapport à pleins d'autres jobs. Tu bosses quand tu veux, comme tu veux, si tu as envie de faire une pause tu en fais une, donc c'est vrai que les conditions de travail me plaisent beaucoup. C'est un travail créatif, c'est quand même hyper gratifiant de monter ton truc à toi à la façon exactement comme tu as envie de le faire, c'est ton bébé, et puis tu apprends, dans la limite de tes compétences techniques tu arrives à faire ce que tu peux mais tu le fais exactement comme tu as envie par rapport

à la fac où je suis obligée d'avoir un ton forcément académique et compagnie, là je parle comme j'ai envie sur la chaîne, et ça c'est trop cool. Du coup tu as que les propres limites que tu te mets toi ou tes compétences techniques qui freinent le truc mais sinon tu fais exactement ce que tu veux. En plus, quand ça plaît aux gens, c'est vraiment le combo.

Je trouve que c'est hyper épanouissant du coup j'aime ça ! Je préfère ça à la recherche, vraiment, ça me permet de quand même continuer à me documenter sur les sujets qui m'intéressent, mais le transmettre aux autres, et de m'amuser, j'aime l'activité en elle-même, j'aime tourner, j'aime faire le montage, j'aime ça quoi.

Et est-ce que tu vois youtube comme une fin, la plateforme en elle-même, ou est-ce que pour toi c'est une manière d'accéder à d'autres activités, ou alors de faire autre chose à travers ton activité de youtubeuses ?

Alors pour moi c'est une fin en soi : genre la télé, ou les trucs comme ça, ça m'intéresse pas plus que ça, après s'il y a des opportunités cools qui me permettent de faire ce que j'ai envie ailleurs, pourquoi pas, mais c'est vraiment pas un objectif en soi, pas du tout, même si c'est cool car tu as l'occasion de te diversifier, tu peux être amené à faire des livres, des trucs comme ça, c'est chouette. Mais juste vivre des vidéos comme j'ai envie, c'est très bien et la télé c'est vraiment pas un objectif, j'ai fait des tests quelques fois pour des chroniques, ça n'a pas du tout marché, ou pris, et en fait avec le recul je regrette pas du tout, parce que tu es formaté par un style, c'est particulier comme milieu. Alors que sur youtube tu fais comme tu as envie.

Tu disais que tu étais formatée par la télé, par un format, est-ce que tu n'es pas aussi d'une autre manière formatée sur youtube ?

Oui il y a pleins de codes et tout, que tu choisis de respecter ou non, t'es pas obligé, parce qu'à la fois il y a des codes youtube c'est clair, et à la fois il y a une variété incroyable : il y a pleins de gens, pleins de formes différentes qui existent quand même. Juste dans le domaine de la vulgarisation, entre mon style qui répond à certains codes youtube, avec beaucoup de jumpcut, des blagues... je sais pas un peu youtube, et tu prends un autre extrême de forme style Nota Bene ou Axolot, qui sont d'autres styles, un peu plus classiques pour le coup, tu peux vraiment avoir un panel assez large. Oui il y a des codes mais tu peux t'en affranchir quand même.

Mais comment tu peux t'en affranchir ? Est-ce qu'ils te gênent un peu ces codes ?

Bah tu fais ce que tu as envie de faire en fait. Après c'est toi qui vois si tu as envie d'avoir plus de vues, alors je vais faire plus comme ce qui se fait, mais tu peux décider que tu t'en fous, et pas faire comme ça, de faire comme tu as envie de faire.

Est-ce que tu as déjà fait des vidéos pour qu'elles soient vues, recommandées par l'algo, etc ?

Pas comme ça, par contre je me suis dit des fois : ah, ce sujet il y a moyen qui marche. Mais j'ai pas choisi le sujet pour qu'il marche, c'est à dire que, évidemment que dès que je choisis un sujet qui parle de sexe, très probablement ça risque de faire des vues, et encore des fois t'es surpris, c'est pas obligé. Mais je me dis pas : ah, ça fait longtemps que j'ai pas fait un truc qui buzz, vas-y je vais prendre un sujet qui va buzzer. Quand je choisis le sujet, je pense à... probablement ça va faire beaucoup de vues, donc ça oui, mais encore une fois tu maîtrises pas tout donc ça se passe pas souvent comme tu l'as anticipé en vrai. Mais voilà je suis pas là à me dire : je vais reparler de bite parce que ça fait trop longtemps que j'ai pas fait plus de vues que mon nombre d'abonnés par exemple.

Mais donc pour toi tu t'es jamais senti limité ou ralenti par la plateforme youtube en elle-même ?

Bah tu sens que l'algorithme il bouge, et que clairement on est tous sujet à un ralentissement des vues en ce moment, ça c'est clair. En ce moment je trouve que c'est assez fort, on a un peu tous ça, même mes potes qui, quoiqu'ils faisaient, continuaient à faire des vues, là ils sont assez... depuis quelques mois c'est particulièrement ralenti, je sais pas à quoi c'est dû, c'est toujours un peu mystérieux c'est trucs là, donc ouai ça fait pas trop plaisir en soi c'est sur, t'es un peu deg parce que c'est plus comme avant. Mais moi franchement, même si tu as un petit truc d'égo qui fait que oui tu aurais bien aimé qu'il y ait autant de vues que ton nombre d'abonnés, je me dis moi que tant que financièrement c'est viable, je m'en fous quoi. Je peux continuer à le faire, mais si le financement était dû qu'aux publicités de youtube, ce serait un problème parce qu'en effet je pourrai plus continuer à en vivre. Mais c'est pas du tout ça qui me fait vivre, donc c'est pas trop grave, tant que les gens n'arrêtent pas de donner, je peux continuer à faire des sujets que j'ai envie, même si bien sur, t'es plus content quand tu fais plus de vues. Mais c'est pas ça qui est vraiment important, c'est que le soutien est toujours là, et à partir de là... si demain tout le monde arrête de donner, en effet j'aurai un problème et il faudra que je me débrouille, il y a un truc qui fonctionne pas, mais là la perte de vue est assez générale, ça touche un peu tout le monde, donc en dehors du fait qu'il faut se remettre en cause et se questionner sur pourquoi cette vidéo là n'a pas plu, mais là c'est assez général et je pense qu'il y a des facteurs qu'on peut pas trop maîtriser malheureusement.

Et youtube vous prévient pas du tout des changements autour de la plateforme, de l'algo ?

Non mais ils savent pas eux-mêmes en fait, passé 100 000 abonnés tu as le droit à un code youtube, avec qui tu peux organiser des rdv, pour discuter de ce genre de truc, moi j'en ai fait, et clairement j'ai pas appris grand chose. Deux trois trucs sur comment lire tes analytics qui sont un peu compliqué à déchiffrer des fois, et puis en gros mon coach m'a dit : non mais c'est cool, alors que mes vues elles diminuent. Et lui m'a répondu : non au contraire, c'est positif par rapport à d'autres. Bon bah, ok, mais j'ai pas appris grand chose et eux ils savent pas non plus, en tout cas les intermédiaire que tu as, ils savent pas te dire c'est quoi la recette magique, ou alors des conseils un peu tout fait qu'on a déjà entendu, un peu calqué sur McFly et Carlito, qui ont explosé cette année : il faut publier tous les jours à la même heure... bon fin c'est pas vraiment applicable pour moi par exemple, et puis ce n'est pas parce que ça a marché pour eux que ça va marcher pour toi, il y en a pleins qui essayent, avoir la date fixe et tout, et c'est pour ça que McFly et Carlito ont fait 3 millions d'abonnés en un an.

Mais est ce que tu sais lire tes analytics ? C'est important pour toi, tu checkes souvent ?

Je regarde un peu le nombre d'abonnés quotidiens, de temps en temps, pour voir, pour essayer d'observer quelle type de vidéos ça plaît ou ça a l'air de moins plaire, mais décortiquer les analytics vraiment en détail c'est pas facile, et j'y comprends pas forcément grand chose.

Tu sens que dans ta manière de faire des vidéos, ça t'influence un peu ou t'a abandonné l'idée parce que c'es trop flou et compliqué ?

Bah je sais pas, ça m'influence un peu sans trop que je me fasse la réflexion... Ouai, une des dernières que j'ai faite, qui a fait vraiment pas beaucoup de vues, c'était un dessin animé avec mon pote, et là vraiment il y a très peu de vues par rapport au chiffre que ke fais d'habitude, et du coup je me suis dit : là c'est pas que l'algo, il y a aussi un truc où ça a pas plu aux gens, il doit y avoir 20 000 vues quoi, alors que j'ai 130 000 abonnés, c'est vraiment un des scores les plus bas que j'ai, et c'est sorti il y a un mois tu vois, donc elle sera pas plus vues, mais du coup je me dis, bon ça fait un enchaînement de facteurs combinés, un peu difficiles à maîtriser, donc oui j'ai un peu réfléchi. Je me suis dit, ce format là il plaît pas aux gens, est ce que je l'arrête ou pas ? Mais moi je l'aime bien en fait, j'aime bien donc j'ai plus envie d'essayer de persévérer un peu, au mois quelques temps et puis si au bout d'un moment... le truc c'est qu'il me coûte un peu cher ce format, parce que je dois payer un graphiste, et si je m'y retrouve pas financièrement je vais peut-être pas le continuer, je verrai, c'est juste que financièrement, il faut que ce soit viable aussi. Mais je sais pas... là par exemple j'ai le vlog, j'ai prévu d'aller jusqu'au bout, jusqu'à la fin de la thèse, il y en a un dernier qui va sortir pour parler de la soutenance, mais je sais que c'est un format qui très paradoxalement plaît beaucoup à la fan

base très fidèle parce qu'il y a le côté vie intime qui leur plait, mais en vrai à chaque fois que j'en fais un ça me fait aussi perdre des abonnés. C'est assez drôle ce format là parce que c'est le plus réclamé parce que les gens qui s'expriment sont les très très fan, par contre en vrai ça n'intéresse pas la majorité de mes abonnés. Il y a un gros paradoxe qui fait que quand je le sors, ça fait pas énormément de vue et perdre un peu d'abonnés, mais par contre c'est une des vidéos qui me fait gagner le plus d'argent car les fans qui regardent ça, ils ont envie de donner des sous après.

Du coup ce format là je suis contente d'arriver au bout et de le cloturer là plus parce que le côté afficher la vie perso, je commence à avoir ma dose un peu, après je suis allée jusqu'au bout pour aller au bout du truc, avec la fin de la thèse, mais je me dis : il plait plus trop aux gens, moi j'en ai marre aussi, c'est pas plus mal d'arrêter là.

Est-ce que tu t'es senti enfermer dans ce format ? Parce que ce sont souvent des plaintes formulées par des youtubeurs ?

Alors enfermée non, en fait le truc d'être enfermé c'est comme moi j'ai fait par exemple au début c'est à dire de définir des types d'émission sur ta chaîne. Moi j'ai commencé comme ça, il y avait trois formats principaux, j'avais rajouté le truc des vlogs, et du coup quand tu as envie de faire autre, que tu as un sujet mais que tu arrives pas à le caler dans une des émissions que tu as déjà sollicité, tu es là : merde, je sais pas comment l'amener, et en fait, c'est con parce que déjà tu fais ce que tu veux, et ensuite ceux qui ont pas forcément définis un format précis, mais qui propose une thématique de chaîne, ils font ce qu'ils veulent et les gens suivent. Alors que là quand tu as commencé avec des émissions précises, les gens ils se sont abonnés pour des émissions précises, ce qui est logique, et du coup si tu proposes autre chose ils te suivent un peu moins, parce qu'ils sont venus pour un truc à la base, et ils s'y retrouvent pas forcément si tu n'en fais plus. Mais c'est ça qui est un peu enfermant c'est à dire que tu essayes de te plier au truc que tu avais déjà fait avant, et des fois tu as envie de faire autre chose. Donc oui parfois tu peux avoir ce sentiment donc j'ai décidé que maintenant je commencerai à faire des sujets qui collaient plus dans les émissions, et puis je mettais pas un nom d'émission précis, juste je sortais la vidéo et puis basta. Mais après ça suit pas.

Pourquoi tu t'es lancé dans 3 formats au tout début du coup ? Tu t'es lancé dans ces formats pour des raisons précises ? Est ce que ça faisait partie des codes de youtube ?

C'était pour avoir des grilles de choses à proposer, pas juste une chaîne d'histoire, parce que c'est vague, ça répondait à mes recherches, mais du coup ça me paraissait logique d'arriver en proposant ce genre de vidéo. Et puis en fait en avançant je me suis dit : c'est pas grave, je peux faire d'autres trucs si j'ai envie de faire d'autres trucs. Au début j'essayais de les caler un peu dans un truc précis, et bien vite je me suis dit : tant pis, cette vidéo n'a pas un nom d'émission particulier, mais elle est là, dans les vidéos de la chaîne, et puis voilà.

Et tes abonnés ont suivi dans ces nouveaux formats ?

Souvent il y a la découverte du format pour la première vidéo et ça suit à fond, pour la curiosité du truc, et après ça fait un peu moins, parce que les gens veulent surtout le format principal que j'ai commencé, qui est le relooking mythologique, et d'ailleurs ça fait plus d'un an que j'en ai pas fait. Ça va revenir, c'est juste que ce sont des formats plus longs à produire et avec la fin de la thèse je pouvais pas, mais ça va revenir tranquillement. Mais du coup quand il y a un truc nouveau, genre le dessin animé j'en ai fait deux : le premier il a bien marché, parce que je pense que les gens avaient la curiosité de découvrir le truc, et puis peut-être qu'en fait il préfère les formats de vidéos classiques, et du coup ils ont beaucoup moins regardé le deuxième, après le deuxième avait un sujet beaucoup moins funky dans le titre. Je pense que c'est un ensemble de truc qui fait ça.

Et est-ce que ta communauté t'influence dans ta production de vidéo ? Dans les commentaires ou les messages ?

En fait je note un peu ce que demande les gens, c'est écrit quelque part dans ma tête, mais j'en fais pas forcément quelque chose tout de suite. Par exemple le relooking mythologiques, ça fait un moment que les gens : oh ça fait longtemps que tu n'en as pas sorti. Et oui je le sais, mais je peux pas, j'ai pas le temps, donc ça reviendra plus tard car j'aime ça et j'ai envie d'en faire d'autres mais là maintenant je peux pas. Et d'autres gens me disent : oh tel sujet ce serait bien, ou tel sujet, et dans le tas je relève ceux qui me plaisent aussi, et si ça m'intéresse pas je le fais pas. C'est quand même moi qui choisis en premier. Une fois j'ai fait le truc de leur demander : est ce qu'il y a un truc qui vous plairait ? Et j'ai choisi parmi les propositions. Et je l'ai fait en me disant que c'était sympa d'avoir l'interaction avec le public, d'impliquer les gens dans le processus de création de la chaîne, mais sinon voilà.

C'est quoi l'objectif de tes vidéos en premier ?

Bah c'est de faire passer un truc en s'amusant. Clairement j'essaye de faire un truc drôle, il y en a une ou deux qui prêtaient pas trop à l'humour mais pas beaucoup, et puis de faire... alors le mot "pédagogie" c'est un grand mot parce que c'est pas des cours, tu retiens pas comme tu apprendrais en cours à la fin d'une vidéo, ça va trop vite, mais bon tu as au moins un truc de curiosité, d'intéressé, tout en te marrant, et pour dérider l'histoire, dépoussiérer tout ça car pour pleins de gens c'est un truc chiant, et ça les faisait chier au collège.

Et pour toi c'est important de dépoussiérer tout ça, c'est une des thématiques qui t'importe ?

C'est ça, c'est pour ça que je parle comme je parlerai à des potes, qu'il n'y pas des musiques du moyen âge en fond musical et une carte du monde derrière moi. On est dans la rue, on change un peu les vieux clichés, moi j'en ai un peu marre de ça, les émissions France 5, c'est bon quoi. C'est pour ça qu'il y a une musique hiphop, qu'on essaye de changer et de faire les choses différemment.

Et comment tu l'illustres dans la charte graphique de ta chaîne par exemple, ou dans la manière de faire des vidéos : comment ça se transcrit visiblement dans ta chaîne ?

Ca va être déjà dans ma façon de parler, la musique que j'utilise qui est hiphop, les décors, on tourne dehors, et on tourne dans les musées quand on peut. Après dans la charte graphique il y a pas spécialement de chose, j'ai une police un peu neutre, il n'y a pas... En tout cas c'est clair que j'ai pas envie de foutre de la musique médiévale en fond sonore et un décor avec un globe sur le bureau.

Cette charte tu l'as définis en regardant d'autres youtubeurs, en prenant ce qui te plait ou non ? Est ce que les autres youtubeurs t'influencent en fait ?

D'une manière générale, la forme un peu traditionnelle de présentation d'histoire les docus France 5, ça c'est un truc que j'ai pas envie de faire. Par contre, c'est pas que j'en regarde pas, j'aime aussi les gens qui font ça, c'est juste que j'ai envie de faire autrement que ce truc là qui parfois est un peu chiant je trouve.

Et au niveau de la plateforme youtube il n'y a pas de youtubeurs qui t'aient particulièrement influencés ?

Je pense qu'au début, mais pour d'autres raisons, une de mes plus grosses influences c'est Nattoo, mais plus pour le truc de meuf qui se prend pas au sérieux et qui fait des grimaces et des blagues, plus ce genre de truc. Mais sinon, une de mes plus grosses influences pour le format des villes c'est Etranges Escapes de Patrick Baud, par contre je l'ai fait vraiment à ma façon. On a un ton qui est totalement différent.

Et comment cette envie là se traduit dans ta communication, dans ta stratégie de diffusion de tes vidéos ou de ta chaîne ?

C'est toujours dans le langage, moi je fais des tweets, des post facebook, pour partager des vidéos qui sont à priori drôles et pas institutionnelles.

Tu t'utilises beaucoup les réseaux ?

Oui, inégalement mais beaucoup Twitter, Facebook pas beaucoup, et j'essaye de me mettre à instagram parce qu'apparemment c'est the place to be, mais j'ai pas encore trop les réflexes des stories et des machins mais j'essaye.

Tu t'es mis sur insta pour ta chaine ?

Oui, mais j'avais un compte insta d'avant, d'il y a très longtemps, mais perso, et du coup j'ai ouvert le compte pour la chaine que en octobre dernier.

Ta pratique de youtube t'a un peu influencé dans ta manière de communiquer ?

Pour les réseaux sociaux c'est plus que je m'y suis mise, j'ai fait des pages pour partager la chaine, et des vidéos, quand j'ai ouvert la chaine. Du coup oui j'essaye de communiquer, d'être là où il faut, et c'est aussi parce que tes partenariats et compagnies ils vont attendre de toi d'avoir une certaine visibilité, et tu peux monétiser aussi ces partages. Donc c'est bien d'avoir une communauté un peu conséquente et d'être actif dessus pour que ça marche, plus t'a de monde, plus quand tu partages tu auras des vues, et puis plus tu peux faire valoir auprès des institutions : moi j'ai 100 000 followers sur twitter donc un tweet ça coûte tant.

Est-ce que sur youtube tu te considères sur un marché concurrentiel ?

Plutôt pas trop, mais en fin de compte je sais pas. Pendant longtemps je me disais non, on est pas en concurrence parce que tu n'as pas de limites d'abonnement, et au contraire, plus tu te partages, plus ça fournit du trafic, et plus on est recommandations sur les côtés des autres. Mais c'est vrai que quand même, il y a forcément un effet de, les gens ils ont un temps limité, ils vont regarder en prio tel ou tel truc, et si tu es sur le même créneau que quelqu'un sur le même type de sujet, c'est probable que malgré tout, il y ait une forme de concurrence là dessus. Parce que tu vas regarder en premier ton préféré, et puis éventuellement tu iras pas voir l'autre. Mais en vrai, on connaît tous ce truc d'être happé par youtube et tu commences à regarder une vidéo, puis tu en as une autre qui t'es suggéré, et t'enchaînes. Je sais pas si on se fait concurrence ou si on se porte les uns les autres. Je sais pas, mais en tout cas l'existence des autres ne t'empêche pas d'exister, il n'y a pas de limites de nombre d'abonnement par personne, ou ce genre de truc.

Ce marché plus ou moins concurrentiel sur la plateforme ne t'influence pas tant que ça dans la production de tes vidéos ?

Je sais pas... Le seul truc par contre c'est j'essaye de regarder, quand je veux faire un sujet, s'il a déjà été traité, et s'il a déjà été traité, d'ailleurs ça m'est déjà arrivé d'écrire tout une vidéo, de la préparer, et de vérifier sur youtube après, et de voir que ça avait déjà été fait. Et du coup là, alors qu'en vrai tu as le droit de traiter un sujet

Pour parler de la plateforme Youtube en elle-même : toi qu'est ce que tu penses de la plateforme, de l'algorithme, des gens de youtube, etc ?

Il y a ce double rapport qui est particulier : c'est à dire qu'ils mettent pleins de trucs en place pour nous aider, passer un certains nombre d'abonnés encore une fois, en même temps ils peuvent pas aider toutes les chaines de 1000 abonnés, mais tu as quand même le Youtube Space, avec du matos, ils mettent en place des formations gratos, un jour j'ai fait une formation individuelle pendant 1h30 pour apprendre à utiliser un logiciel, c'est quand même hyper stylé. Tu as pleins de matos à disposition, ils essayent de faire pleins de trucs, ils essayent de proposer des coaching. Par contre en

vrai les gens du youtube space ils sont un peu comme nous, ils savent pas trop comment l'algo ça se passe, il y a pas de recettes miracles. Ils essayent tu vois, et c'est cool ces initiatives, mais il y a pas de recettes magiques, et ils sont un peu comme nous, ils disent : nous aussi ça nous fait chier les tendances parce que c'est de la merde, et on sait pas trop exactement comment ça marche.

S'il n'y avait pas youtube, est ce que tu aurais fait ce que tu fais aujourd'hui, mais ailleurs ?

S'il y avait une autre plateforme de cette ampleur là, peut-être, mais sinon s'il n'y avait pas d'équivalent je crois pas. Je serai peut être plus sur la scène du coup. Mais s'il y avait pas un truc énorme comme Youtube pour partager des vidéos, s'il y avait que des petits dailymotion et compagnie, je sais pas si j'aurai... Parce que ça ne suscite pas d'engouement. Je sais pas si j'aurai eu la même envie d'essayer.

Et qu'est ce qui te plaît dans la plateforme ?

C'est que tu fais ce que tu veux quoi, tu fais exactement ce que tu veux, et le succès virale....

Et qu'est ce qui te déplaît dans la plateforme ?

Bah c'est ce petit côté impuissance que tu as par rapport à certains paramètres que tu maîtrises pas, encore une fois cette algorithmie il est assez chelou, il y a des trucs un peu bizarre, il y a des gens qui me disent : ah c'est bizarre j'ai été désabonné... il y a des trucs comme ça tu sais pas trop, mais bon...

Tu sais pas trop finalement pourquoi tu réussis et pourquoi tu réussis pas ?

Oui voilà, c'est un peu le côté obscur du truc, ça c'est un peu spécial. L'interaction avec les gens elle est particulière aussi, c'est à travers les commentaires, mais c'est un peu... C'est pas comme quand tu es sur scène, où tu as une réaction et un retour direct des gens, et quand tu discutes avec eux, même s'ils ont pas aimé, ils vont être moins violents que sous anonymat par exemple. Donc c'est un peu des dérives de ce truc là, le système des commentaires il est bien parce qu'on peut un peu communiquer mais il est pas idéal non plus, mais je sais pas ce qu'on pourrait faire d'autres.

Mais sinon c'est assez ouf de pouvoir faire globalement à peu près tout ce que tu veux, sans censure, faut vraiment être très très très incorrect pour être censuré.

Et si tu devais changer quelque chose de la plateforme, qu'est ce que tu changerais ?

Je sais pas trop, bah ce serait cool qu'on est à nouveau un algorithme qui au moins te permet de faire tes vues parce que clairement avant ça le faisait, tu faisais à peu près le même nombre de vues que tu avais d'abonnés, et ça c'était quand même un peu plus gratifiant. A la limite, si ça avait toujours été comme ça, je pense qu'on aurait été habitué, on trouverait ça normal que ce soit comme ça. C'est juste ce contraste, le changement qu'il y a eu ces derniers mois, tu te dis merde, les gens ils aiment plus. En fait non, c'est tout le monde, mais du coup c'est avoir connu l'autre mode avant qui fait que ça fait bizarre mais à la limite si on avait toujours eu cette écart de vue, entre les abonnements et tout, je pense qu'on trouverait ça normal.

Est ce que tu te renseignes un peu sur cet algorithme, autrement qu'en en parlant avec d'autres créateurs ?

Non pas vraiment.

Ca t'influence pas vraiment finalement ?

Bah... oui on discute un peu entre nous, en mode : bon est ce que là c'est parce que là mon sujet est pas intéressant, est ce que c'est parce que la vidéo est trop longue, que les gens ont pas kiffé, etc.

Mais il y a pas trop de miracle, et s'il y avait une solution miracle, on serait tous "un peu des glandus" et voilà quoi.

Pour toi l'algo influence tes créations ?

Oui, moi franchement j'essaye de réfléchir à mes titres, en disant : ce titre sera mieux que celui là peut être pour donner envie aux gens de cliquer, et donc si les gens ils cliquent tu es un peu plus suggéré par l'algorithme. Mais franchement, quand j'ai fait ça, ça n'a pas forcément marché, et inversement, c'est assez obscur en vrai. Du coup, je pense que pour pas être trop miné par ça, parce que ça peut vite être un peu déprimant, je pense que ce n'est pas plus mal de s'en détacher un peu et de se dire : écoute, en premier je fais un truc que j'aime, qui me plait comme ça, et je le fais comme ça, et pour l'instant tant que le soutien suit, à partir de là, c'est le principal !