



HAL
open science

La participation des influenceurs digitaux aux processus de démocratisation de la santé mentale et de communication autour des soins thérapeutiques chez les jeunes Français : étude de cas des contenus francophones de la plateforme numérique YouTube

Zoé Nuel

► To cite this version:

Zoé Nuel. La participation des influenceurs digitaux aux processus de démocratisation de la santé mentale et de communication autour des soins thérapeutiques chez les jeunes Français : étude de cas des contenus francophones de la plateforme numérique YouTube. Sciences de l'information et de la communication. 2020. dumas-03258690

HAL Id: dumas-03258690

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03258690>

Submitted on 11 Jun 2021

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

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Management et culture

Option : Magistère, management et culture

La participation des influenceurs digitaux aux processus de démocratisation de la santé mentale et de communication autour des soins thérapeutiques chez les jeunes Français

Étude de cas des contenus francophones de la plateforme numérique YouTube

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

Tuteur universitaire : Pauline Escande-Gauquié

Nom, prénom : NUEL Zoé

Promotion : 2019-2020

Soutenu le : 24/09/2020

Mention du mémoire : Très bien

*« Notre rapport [aux] plateformes
est de l'ordre de la schizophrénie,
ou du pharmakon [...] :
elles sont à la fois le poison et le remède.*

*Nous connaissons leurs limites,
les entraves qu'elles font peser sur notre vie privée,
leur poids économique considérable,
mais nous reconnaissons aussi leur formidable capacité
à nous donner accès à des informations et des documents
qui auparavant auraient été impossibles à retrouver et lire.*

Nous savons leur formidable potentiel de facilitation, de mise en relation. »

- Olivier Ertzscheid¹

¹ Ertzscheid, Olivier, *L'appétit des géants. Pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes*, Caen, C&F éditions, 2017, <https://cfeditions.com/geants/ressources/geants_specimen.pdf>

REMERCIEMENTS

Je tiens à adresser mes remerciements aux personnes qui m'ont aidée dans la réalisation de ce mémoire et plus généralement soutenue durant cette année si particulière, riche en réflexions, en apprentissage... et en émotions.

Je remercie tout d'abord celles et ceux qui m'ont accompagné dans le cadre de ma scolarité : ma tutrice universitaire Pauline Escande-Gauquié pour ses orientations stratégiques, pistes bibliographiques et points de suivi ; mon tuteur professionnel Thibaut Thomas pour sa disponibilité, sa réactivité, sa vision, ses conseils et sa confiance ; ainsi que Laura Verquere pour ses cours méthodologiques et sa bienveillance.

Je remercie les professionnel·le·s avec lesquels j'ai eu la chance de pouvoir échanger : les youtubeurs Cyrus North et Julien Malara (Demos Kratos) pour le temps qu'ils ont consacré à nos entretiens ; Hana Nafa, interne en psychiatrie détentrice de la chaîne YouTube "Les Gracieuses", pour sa disponibilité, ses lumières et sa gentillesse ; la psychologue et art-thérapeute Marie-Liesse Leroux pour son écoute ; ainsi que mon ami psychologue clinicien Helder Baptista pour son entrain, sa générosité et ses réponses à mes nombreuses questions sur la santé mentale et la psychologie.

Je remercie mes camarades de classe - et tout particulièrement Coline Reille pour son soutien et ses remarques toujours pertinentes - avec lequel·le·s j'ai pu partager mes interrogations, échanger et débattre tout au long de l'année et qui m'ont conseillée durant la réalisation de ce mémoire.

Merci aux Utopien·ne·s d'ouvrir de nouvelles voies jour après jour en matière de développement durable pour les organisations et les individus. Une année riche en apprentissage, réflexions et réalisations avec des collègues merveilleux·ses et une politique de ressources humaines et qualité de vie au travail idéale, favorisant notre bien-être individuel et collectif... et notre santé mentale ! Une alternance qui a participé à ma manière d'envisager et de traiter mon sujet.

Je tiens également à remercier plus personnellement mes parents Isabelle Camps et Denis Nuel pour leur soutien sans faille et leur relecture assidue ; mes ami·e·s Guillaume Grandvillain et Suzanne Delon, compères de travail, Sarah Bonneton, Valentine Mousqué et Vicky Verhaegen pour leurs présence à mes côtés et leurs encouragements.

Et enfin, je remercie les youtubeurs et youtubeuses au cœur de mon travail. Si j'ai choisi de m'intéresser à ce sujet, c'est parce que mon parcours personnel m'a amenée à découvrir ces personnalités ouvertes, authentiques et engagées, et à apprécier la qualité des contenus qu'elles proposent, emplis de réflexions, de bonnes intentions et de remises en question. C'est donc avec une part d'émotion que j'ai mené à bien ce travail et que je tiens aujourd'hui à remercier ces personnes pour leur contribution sociale et relative à ce mémoire.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	5
TABLE DES MATIÈRES	7
INTRODUCTION	9
CHAPITRE 1 : L'influence digitale sur YouTube, instrument de démocratisation et de communication de la santé mentale auprès des jeunes	21
1. Quand les youtubeurs parlent de santé mentale : identité, motivations, influence et discours	24
A. Identités hétérogènes, motivations homogènes ?	24
B. Des mêmes leviers de confiance et de réassurance ?	26
C. Discours et communication : un système codifié ?	30
2. Réceptions, interactions et actions, tous influenceurs et influencés ?	34
A. Perception et ressentis des jeunes vidéonautes face aux contenus	35
B. De l'interaction au processus de soin, des youtubeurs psys ?	45
C. Jeunes vidéonautes, influenceurs à leur manière ?	52
3. Un processus de démocratisation qui a ses limites	55
A. Des maladresses qui stigmatisent	56
B. Mésinfluence, les dérives du "mieux-être"	58
C. Une plateforme qui ne se suffit pas à elle-même ?	60
CHAPITRE 2 : YouTube, un cadre économique et technologique entravant ?	67
1. Un organe hybride/aux multiples facettes	68
A. YouTube, simple outil technologique ?	68
B. Des contraintes réglementaires respectées ?	73
C. Des engagements marqués pour l'humain, paradoxe ?	75
2. Quand le pouvoir de la soumission passe par la censure	77
A. Un terrain propice à la confrontation et aux rapports de force	77
B. Un pouvoir qui masque une soumission ?	78
C. Censure : de l'interdiction évidente aux subtilités algorithmiques et monétaires	79
3. Conséquences socio-économiques et solutions alternatives	87
A. Pression économique et psychologique sur les entrepreneurs sur YouTube	87
B. Réactions des youtubeurs et solutions alternatives : rester ou sortir du cadre ?	89
C. La santé mentale, un business comme un autre sur YouTube ?	93
CHAPITRE 3 : Nos recommandations pour une meilleure démocratisation et communication de la santé mentale auprès des jeunes sur YouTube	99
1. Des grandes orientations stratégiques	99
A. Associer tous les acteurs	99
B. Diversifier les modes opératoires	100
C. Dépasser les mesures de régulation	100
2. Recommandations aux créateurs de contenu sur YouTube	101
3. Recommandations aux organisations	103
A. YouTube (Google)	104
B. Institutions publiques	107
C. Établissements et professionnels de santé et associations concernées	108
D. Médias	108

E. Entreprises et marques _____	109
CONCLUSION _____	111
RESSOURCES BIBLIOGRAPHIQUES _____	117
PRINT _____	117
Livre _____	117
Thèse _____	117
Presse _____	117
WEB _____	117
Articles scientifiques _____	117
Blog _____	120
Twitch, « The importance of mental health for every streamer », <i>Blog.Twitch.TV</i> , 30/04/2019, < https://blog.twitch.tv/en/2019/04/30/the-importance-of-mental-health-for-every-streamer-9db0346f6a4a/ > _____	120
Encyclopédies en ligne _____	120
Études et rapports _____	121
Médias _____	121
Sites internet _____	124
Thèse _____	126
Vidéos YouTube _____	126
ANNEXES _____	129
Corpus vidéo _____	129
Grille d'analyse sémiotique _____	129
Autres chaînes consultées avec des vidéos sur le sujet _____	130
Note d'analyse d'une série de 3 vidéos _____	133
Entretiens _____	139
Retranscription de l'entretien téléphonique avec le youtubeur Cyrus North le 14 août 2020 _____	139
Retranscription de l'entretien téléphonique avec le youtubeur Julien Malara (Demos Kratos) le 17 août 2020 _____	144
Retranscription des messages audio envoyés sur WhatsApp par la youtubeuse et psychiatre Hana Nafa (Les Gracieuses) le 17 août 2020 _____	149
Échanges d'e-mail avec Helder Baptista, diplômé en 2020 d'un Master en psychologie clinique à l'Université de Nanterre, le 16.07.2020 _____	157

INTRODUCTION

Affectives, ludiques, participatives, culturelles, politiques : nous vivons des vies intenses sur le Web. Des vies qu'il serait trompeur de qualifier de virtuelles. Qu'est en effet le numérique, si ce n'est la poursuite de la vie par d'autres moyens ?²

L'avènement du numérique et son ascension fulgurante dans notre société contemporaine a profondément transformé certains comportements humains. Une "révolution" plus proche du glissement progressif que du bouleversement qui modifie les pratiques et rythmes de vie de chacun³. Si pendant longtemps nombreux sont celles et ceux à avoir plaidé pour une vision dissociée voire opposée des mondes *réel et virtuel* - représentation d'un cyberspace ubiquitaire, désincarné et transcendant qui perdure encore -, aujourd'hui tout porte à croire qu'il n'en est rien et que plus qu'une simple question de (dé)matérialité spatiale, "la vraie vie" se situe autant en physique qu'en numérique⁴, dans une connexion et articulation étroites, voire un continuum. Ces technologies, bien humaines, ont d'abord pénétré la sphère domestique puis celle de nos corps, les vêtements qui les couvrent et les accessoires qui les accompagnent, s'ancrant jusque dans notre intimité la plus concrète et dans notre quotidien, opérant des changements à différents niveaux. Une *reterritorialisation* des usages informatiques à l'origine d'une *reconfiguration* des sphères publiques et privées aux frontières inévitablement brouillées.⁵ Pour l'écrivain et philosophe français Éric Sadin, l'expansion de la technologie numérique est synonyme d'asservissement, d'emprisonnement et d'appauvrissement, mettant en danger l'humanité. Une dystopie néocolonialiste reposant sur un « assistantat robotisé »⁶ qui nous ferait tendre vers la « décivilisation »⁷. Un monde idéal de connexion qui s'avèrerait être plus déconnecté que jamais. Loin de partager ce point de vue qu'il juge catastrophiste sur la question mais en prenant garde à en souligner les limites, le sociologue italien Antonio Casilli, ni technophile, ni technophobe, soutient une vision relativement positive et optimiste de l'impact du numérique dans nos sociétés, en relevant ses bienfaits individuels comme collectifs : « en se mettant en résonance avec nos émotions, nos plaisirs et nos dégoûts, l'expérience numérique – trop longtemps associée à des notions de déperdition de réalité, d'illusion, d'aliénation – finit par se faire porteuse de l'engagement à réaliser notre vie en société. [...] Les expériences d'"action connective" peuvent être reconnues comme des vecteurs de valeurs de liberté et d'inclusion portées par la société civile. »⁸ Le

² Anonyme, « Nos vies numériques », *Sciences Humaines Magazine*, 2011 (n° 229), p. 10, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/magazine-sciences-humaines-2011-9-page-10.htm>>

³ Casilli, Antonio, « Trois idées reçues sur Internet », *Sciences Humaines Magazine*, 2011 (n° 229), p. 11, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/magazine-sciences-humaines-2011-9-page-11.htm>>

⁴ *Idem*.

⁵ Casilli, Antonio, « Le lien social à l'ère du web 2.0 », <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01055880/document>>

⁶ Entretien de Sadin, Éric, réalisé par Marissal, Pierrick, « Le techno-capitalisme cherche à exploiter chaque séquence de l'existence », *Sociétés*, Mars 2015, N° 129, p. 73 à 77, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-societes-2015-3-page-73.htm>>

⁷ Marchand, Valérie, « La silicolonisation du monde : l'irrésistible expansion du libéralisme numérique d'Éric Sadin », Editions de l'Echappée, octobre 2016, *Humanites-Numeriques.AC-Versailles.fr*, 18/04/2019, <<https://humanites-numeriques.ac-versailles.fr/spip.php?article46>>

⁸ Casilli, Antonio, « Le lien social à l'ère du web 2.0 », art. cit.

chercheur invite ainsi à concevoir l'univers numérique comme une réalité augmentée : « l'informatique actuelle est capable de numériser la réalité non pas en la dématérialisant, mais au contraire en l'augmentant »⁹. Issues de ces progrès technologiques, les communications en réseaux, rendues possibles par Internet, reconfigureraient « certains équilibres – entre personnel et collectif, entre isolement et inclusion, entre liens forts et liens faibles »¹⁰, en s'ajoutant à la vie sociale en face à face¹¹, offrant de nouvelles modalités, nourrissant et complexifiant les relations¹², confortant des pratiques préexistantes à l'émergence du Web 2.0 : « les échanges entre pairs et le travail collectif ne sont pas nés avec les nouvelles technologies, mais ils ont atteint une autre dimension grâce à elles. »¹³ Pour le sociologue espagnol Manuel Castells, « les réseaux de communication » ont également l'avantage de mettre en scène « une diversité culturelle et une multiplicité de messages à une échelle beaucoup plus large qu'aucune autre forme de l'espace public dans l'histoire »¹⁴. Des dispositifs qui ouvrent de nouvelles voies et opportunités, donnant par exemple un terrain d'expression, un média et une voix à ceux qui n'en ont pas et dont la pensée et la parole ne sont pas représentées dans les médias traditionnels, permettant de partager et diffuser la connaissance, de créer des réseaux de solidarité... En d'autres termes et comme le dit bien le sociologue Fabien Granjon, il s'agit d'« une forme de réponse citoyenne à l'évolution de l'espace public médiatique dominant »¹⁵.

Transformation de notre rapport à l'information, aux autres, à nous-mêmes... Le « développement des infrastructures numériques »¹⁶ et la « numérisation de la société »¹⁷ permettraient également d'« optimiser » notre existence »¹⁸ en soutenant notre économie tertiaire. C'est ce que les sociologues français Beuscart et Flichy appellent la *plateformisation* de la société de services. Si le terme « plateforme » désigne dans le domaine de l'informatique un « ensemble d'outils (logiciels, matériels, systèmes d'exploitation, etc.) destinés au stockage et au partage de contenus virtuels (audio, vidéo ou autres) »¹⁹, sa polysémie lui octroie aujourd'hui la définition de « formes très variées de systèmes, [lieux de mise en relation] techniques et d'acteurs économiques, depuis les médias sociaux jusqu'aux systèmes d'exploitation, en passant par les magasins d'applications et les places de marchés. »²⁰ Dans le champ de la sociologie numérique, il désigne ainsi « une gamme d'agencements très variés qui, selon les terrains et selon l'angle de vue adopté, se caractérise par leur ouverture et leur plasticité, mais aussi par leur pouvoir de contrainte et de structuration des mondes sociaux. »²¹

⁹ Casilli, Antonio, « Trois idées reçues sur Internet », *Sciences Humaines Magazine*, art. cit.

¹⁰ Casilli, Antonio, « Le lien social à l'ère du web 2.0 », art. cit.

¹¹ Casilli, Antonio, « Trois idées reçues sur Internet », *Sciences Humaines Magazine*, art. cit.

¹² Halpern, Catherine, « Une réinvention du lien social », *Sciences Humaines Magazine.com*, 2010 (n° 220), <https://www.scienceshumaines.com/une-reinvention-du-lien-social_fr_26155.html>

¹³ Benghozi, Pierre-Jean, « Économie numérique et industries de contenu : un nouveau paradigme pour les réseaux », *Hermès, La Revue* 2011/1 (n° 59), pages 31 à 37, Cairn.info, <<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-31.htm>>

¹⁴ Granjon, Fabien, « Le web fait-il les révolutions ? », *SciencesHumainesMagazine.com*, Mensuel N°229, Août - septembre 2011, <https://www.scienceshumaines.com/le-web-fait-il-les-revolutions_fr_27535.html>

¹⁵ *Idem.*

¹⁶ Beuscart, Jean-Samuel et Flichy, Patrice, « Plateformes numériques », numéro 212, *Réseaux*, juin 2018, p. 9 à 22, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-reseaux-2018-6-page-9.htm>>

¹⁷ *Idem.*

¹⁸ Casilli, Antonio, « Le lien social à l'ère du web 2.0 », art. cit.

¹⁹ « Plateforme », *Larousse.fr*, 29/08/2020, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/plateforme/61532>>

²⁰ Beuscart, Jean-Samuel et Flichy, Patrice, « Plateformes numériques », art. cit.

²¹ *Idem.*

La multiplication de ces plateformes entrainerait un phénomène protéiforme car il n’y aurait « pas un mouvement unique de plateformes du monde, mais plusieurs, concurrents, portés par des acteurs et des utilisateurs différents. »²² La sémiologue française Pauline Escande-Gauquié reprend les travaux d’Éric Sadin pour évoquer l’ « industrialisation de la vie », sa « conquête intégrale [...] par le digital » et comment les points, qui étaient alors « aveugles », car de l’ordre de l’intime, sont rendus « monnayables, exploitables, quantifiables et de manière à créer de la valeur ajoutée. »²³ L’ensemble de la vie doit-elle être utile et utilisée ? Depuis le début de la décennie, l’omniprésence de ces plateformes intériorisée par les usagers qui voient leurs besoins assouvis par ces services instantanés²⁴ est de plus en plus critiquée. Abus de pouvoir, incarnation de l’exploitation du capitalisme numérique, la thèse du *digital labor*²⁵ du chercheur-activiste américain Trebor Scholtz²⁶ étend cette emprise du numérique à toutes les activités humaines²⁷. Une plateformes *ubérisant*²⁸ les marchés du travail, contournant les réglementations et collectant un nombre incalculable de données personnelles²⁹, transformant « l’utopie première du Web et son idéal de décentralisation en une verticalité qui donne le vertige et du haut de laquelle le moindre faux pas ressemble à une chute infinie »³⁰, avec des conséquences socio-économiques profondément précarisantes.

Comme tous les pans de l’existence dans notre société de service, le domaine de la santé possède son pendant dématérialisé. S’immisçant dans nos vies, il modifie notre rapport à notre corps et à notre esprit et influe sur leur état. Désormais banalisée, la e-santé, faite de sites et applications spécialisés tels que le forum d’informations Doctissimo³¹, le service de prise de rendez-vous médicaux en ligne Doctolib³² ou l’application de suivi d’Apple Santé³³, rencontre un fort succès, notamment de par son accessibilité, sa praticité et sa gratuité. En tant qu’assistante disponible 24h/24, elle fait maintenant partie intégrante, à différents niveaux, de notre parcours de soin. Avec des conséquences plus ou moins positives comme le souligne la journaliste Catherine Halpern : « chercher en ligne des informations sur la santé et les pathologies est devenu une activité très commune. Non sans défiance de la part des médecins qui redoutent les automédications fantaisistes et qui voient plus souvent arriver dans leurs cabinets des patients qui se sont forgés une idée bien précise de leurs problèmes. En réalité, il n’y a pas incompatibilité entre les usages informatiques et la médecine. Grâce à Internet, des malades, notamment ceux atteints de maladies rares, peuvent participer à des forums d’entraide,

²² *Idem.*

²³ La Ruche Média TV, « Les youtubeurs vus par la sémiologue Pauline Escande-Gauquié. », *Youtube.com*, 13/06/2017, <<https://www.YouTube.com/watch?v=Mtq9P8BeMpg>>

²⁴ Casilli, Antonio, préface dans Ertzscheid, Olivier, *L’appétit des géants. Pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes*, op. cit.

²⁵ D’après *Wikipédia.org*, le travail numérique est un « concept apparu à la fin des années 2000 [qui] désigne l’ensemble des pratiques liées au numérique qui produisent de la valeur, qui sont soumises à un encadrement contractuel et à des métriques de performance ».

²⁶ En 2012, les actes de la première conférence sur le *digital labor* aux États-Unis en 2009, ont été publiés sous le titre *Digital Labor. The Internet as playground and factory*, sous la direction de Trebor Scholz.

²⁷ Beuscart, Jean-Samuel et Flichy, Patrice, « Plateformes numériques », art. cit.

²⁸ *Larousse.fr* définit l’ « ubérisation » comme la « remise en cause du modèle économique d’une entreprise ou d’un secteur d’activité par l’arrivée d’un nouvel acteur proposant les mêmes services à des prix moindres, effectués par des indépendants plutôt que des salariés, le plus souvent via des plateformes de réservation sur Internet. », « Ubérisation », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/ub%C3%A9risation/188213>>

²⁹ Beuscart, Jean-Samuel et Flichy, Patrice, « Plateformes numériques », art. cit.

³⁰ Ertzscheid, Olivier, *L’appétit des géants. Pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes*, op. cit.

³¹ Doctissimo, <<https://www.doctissimo.fr/>>

³² Doctolib, <<https://www.doctolib.fr/>>

³³ Apple Santé, <<https://www.apple.com/fr/ios/health/>>

rompre avec la solitude, avoir une meilleure information sur leurs traitements... »³⁴. Casilli, qui s'est également penché sur la question, analyse avec nuance que « les nouvelles tendances de la médecine en réseau sont lisibles autant comme des manifestations d'une volonté de "capacitation" des patients que comme ruses du libéralisme économique, déplaçant les coûts de la santé publique des États vers les citoyens ». ³⁵ Quoi qu'il en soit, tout le monde semble trouver son compte avec la e-santé.

Au même titre que la santé physique plus visible, la santé mentale constitue-t-elle un service dématérialisé comme un autre ? Avant toute chose et car elle est au cœur de notre sujet, il paraît nécessaire de poser le contexte de la santé mentale aujourd'hui en France. Notion relativement récente car ayant émergé au cours du XIX^{ème} siècle aux États-Unis, le terme "santé mentale" est vaste, polysémique et quelque peu imprécis. Si d'après *Wikipédia*, elle définit « le bien-être psychique, émotionnel et cognitif ou une absence de trouble mental », d'après l'Organisation Mondiale de la Santé, elle « englobe la promotion du bien-être, la prévention des troubles mentaux, le traitement et la réadaptation des personnes atteintes de ces troubles. »³⁶ Dans un cas, elle est le bien-être psychique lui-même, dans l'autre, elle en fait la promotion. Dans tous les cas et malgré la différence des approches, on s'accordera à dire qu'une bonne santé mentale équivaut à un bien-être psychologique et une forme d'épanouissement personnel, en opposition à un mal-être et une souffrance psychique, l'idée étant de se diriger de l'un vers l'autre, vers une meilleure santé. Souvent associée à la psychiatrie et à son altération, la santé mentale couvre un spectre bien plus large et concerne absolument tout être humain, au même titre que la santé physique, ce qui justifie l'absence de données chiffrées précises dans notre travail, les études s'intéressant à des sujets déterminés tels que le nombre de pathologies diagnostiquées, de burn-outs ou de suicides.

Enjeu majeur de santé publique, la santé mentale est avant tout prise en charge par les services publics, à différentes échelles (État, hôpitaux, collectivités, écoles...) et à différents niveaux : des statistiques, comme on a pu le voir avec l'enquête *Coviprev* menée par l'organisme Santé Publique France pour suivre l'évolution des comportements et de la santé mentale pendant l'épidémie de Covid-19 ; à la recherche, en passant par l'information, la sensibilisation et l'aide au soin. Rien d'étonnant lorsqu'on sait que les problèmes de santé mentale sont systémiques, permettant de soulever des dysfonctionnements sociétaux, et reposant ainsi sur une responsabilité plus collective qu'individuelle, comme le soulignait déjà Serge Lellouche en 2001 : « loin de se réduire à une affaire "privée", le trouble mental est aujourd'hui une question sociale, politique et culturelle »³⁷, qui nécessite donc de bousculer le clivage existant entre l'individu et la société, la psychologie et la sociologie, en restituant « les pathologies mentales "contemporaines" [...] dans un contexte collectif »³⁸.

³⁴ Halpern, Catherine, « Une réinvention du lien social », *Sciences Humaines Magazine.com*, art. cit.

³⁵ Casilli, Antonio, « Usages numériques en santé : conflictualité épistémique et sociale dans les communautés de patients en ligne », *HAL.Archives.Ouvertes*, 05.02.2012, <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00666614>>

³⁶ « Santé mentale », Organisation Mondiale de la Santé, *WHO.int*, <[³⁷ Lellouche, Serge, « La Maladie mentale en mutation Psychiatrie et société », *SciencesHumainesMagazine.com*, Mensuel N°117, Juin 2001,](https://www.who.int/topics/mental_health/fr/#:~:text=La%20sant%C3%A9%20mentale%20englobe%20la,personnes%20atteintes%20de%20ces%20troubles.></p></div><div data-bbox=)

<https://www.scienceshumaines.com/la-maladie-mentale-en-mutation-psychiatrie-et-societe_fr_1442.html>

³⁸ *Idem*.

Si elle s'avère essentielle car omniprésente dans nos vies, au cœur des consciences et comportements des individus en société, la santé mentale et les maladies qui lui sont associées sont encore mal connues et perçues en France et ailleurs, l'érigeant pour beaucoup au rang de tabou³⁹. Alors que les difficultés d'accessibilité aux soins sont multiples - économiques (coût des thérapies), temporelles (plannings des praticiens chargés, disponibilités peu adaptées et rendez-vous espacés) et culturelles (méconnaissance des différents types de thérapies existantes - psychologie, psychiatrie, psychanalyse, etc. - et problèmes d'orientation), des freins sociaux et mentaux viennent s'ajouter au tableau. Dépression, bipolarité, schizophrénie, addictions, troubles du comportement alimentaire, anxiété, phobies... « Si leur nom est bien connu, il reste que [des] idées fausses circulent sur certaines maladies. »⁴⁰ Dotés d'une perception parfois erronée et souvent péjorative car empreinte de nombreux stéréotypes, les troubles mentaux ont effectivement des images qui leur collent à la peau (folie, danger, manipulation...). Cette stigmatisation des personnes qui en souffrent est un phénomène social qui regroupe un ensemble d'attitudes sociales négatives allant du stéréotype au préjudice et jusqu'à la discrimination⁴¹ ici appelée "psychophobie", oppression qui inclut inégalités sociales et déséquilibres de pouvoir⁴². Le « processus de stigmatisation [...] inclut différentes phases, de l'identification, l'étiquetage, l'application de stéréotypes et la séparation eux-nous, à différentes répercussions émotionnelles chez les stigmatisateurs et les stigmatisés (autostigmatisation). »⁴³ Elle est effectivement à l'origine de maux qui ne font qu'aggraver la souffrance des personnes et perpétuer leur mal-être : de la honte et la peur du jugement et du rejet, à la culpabilité en passant par le déni, la fuite et le refus d'affronter ses problèmes psychologiques. Ces barrières mentales au soin et à la prise en charge médicale ou paramédicale sont nombreuses et créent de la souffrance. Les représentations des troubles, des personnes qui en sont atteintes et des thérapeutes qui viennent les soulager, sont nourries par des discours freinant la guérison ou le rétablissement. Représentations et discours qu'on retrouve beaucoup dans les médias qui participent activement à cette mésinformation, montrant la société telle qu'elle les perçoit et contribuant ainsi à les faire perdurer, les amplifier et les répandre à grande échelle, en privilégiant souvent « le côté spectaculaire et la simplicité des messages »⁴⁴. Et puisque ce sont « les moyens de communication [qui] jouent, dans nos sociétés, un rôle important dans la reproduction et le renforcement » de ces stigmas⁴⁵, ils constituent inévitablement un levier essentiel à prendre en compte pour y remédier. D'après Marcelino Lopez, psychiatre et sociologue espagnol, il faudrait à la fois « adopter une attitude vigilante devant des flagrants attentats à la dignité des personnes et face à des informations notoirement erronées, discriminatoires et stigmatisantes » et « promouvoir

³⁹ « Sujet qu'il serait malséant d'évoquer en vertu des conventions sociales et morales », « Tabou », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/tabou/76319>>

⁴⁰ Mohen-Vincent, Aline, « La santé mentale au-delà des idées reçues », *SciencesHumainesMagazine.com*, Mensuel N°217, Juillet 2010, <https://www.scienceshumaines.com/la-sante-mentale-au-dela-des-idees-recues_fr_25735.html>

⁴¹ López, Marcelino, « Moyens de communication, stigmatisation et discrimination en santé mentale : éléments pour une stratégie raisonnable », *L'Information Psychiatrique*, Volume 83, 2007, p. 793 à 799, *Cairn.Info*, <<https://www.cairn.info/revue-l-information-psychiatrique-2007-10-page-793.htm>>

⁴² « Psychophobie », *Wikipédia.org*, <<https://fr.wikipedia.org/wiki/Psychophobie>>

⁴³ López, Marcelino, « Moyens de communication, stigmatisation et discrimination en santé mentale : éléments pour une stratégie raisonnable », *L'Information Psychiatrique*, art. cit.

⁴⁴ *Idem*.

⁴⁵ *Idem*.

l'information et des reportages qui offrent une image équilibrée et positive des personnes avec de graves troubles psychiques, les présentant comme des citoyens ayant le droit et la possibilité réelle d'exercer des rôles sociaux normaux et non seulement celui de malades. »⁴⁶ En résumé, il faudrait selon lui mettre en place des moyens de communication qui influent positivement sur les attitudes (stéréotypes, préjugés et discrimination) afin d'éviter, prévenir et minimiser les risques de discrimination dans l'accès aux services et à la vie citoyenne des personnes ainsi que leur autostigmatisation (démoralisation, isolement et perte d'opportunités).

Comme nous le voyons, l'enjeu de démocratisation de la santé mentale est primordial. Les processus d'information, d'éducation, de prévention et de sensibilisation qui en découlent nécessairement, sont principalement pris en charge par les organes publics, reposant sur des mesures gouvernementales qui visent à porter une vision positive et « changer le regard sur la santé mentale et les personnes atteintes de troubles psychiques »⁴⁷. Une mission d'utilité sociale immense qui n'est que partiellement remplie et explique l'apport conséquent des associations, ONG et fondations qui jouent un rôle crucial pour répondre aux besoins. Des acteurs rejoints par des médias engagés qui adaptent leur contenu, et des entreprises et marques qui prennent publiquement position et tentent d'apporter leur pierre à l'édifice via la philanthropie, le mécénat, le marketing et la communication.

Chez les adolescents et jeunes adultes, la santé mentale prend une dimension particulière dans la mesure où il s'agit d'une période cruciale dans leur développement, augmentant les risques de mal-être à un « âge auquel surviennent souvent les premiers troubles mais où la méconnaissance entretient les clichés et les retards de diagnostic. »⁴⁸ Démocratiser la santé mentale auprès des jeunes, c'est leur permettre de mettre des mots sur ce qu'ils ressentent, leur donner des clés et moyens de se sentir mieux et enfin améliorer la prise en charge de leur souffrance psychique quand cela est nécessaire par des professionnels. On dit du monde digital qu'il « est celui du plein accès »⁴⁹. Démocratiser semble donc tout à fait dans ses cordes et il s'avère que la dématérialisation touche particulièrement cette cible, génération “digital native”, habituée des technologies numériques. Quoi de mieux que de s'adresser à ces derniers via leurs médias de prédilection, lorsqu'on sait que les médias sociaux permettent de partager les faits et vécus et sont ainsi vecteurs de libération de la parole ? Le psychiatre Jean-Victor Blanc explique à ce propos que « les jeunes qui ont des troubles psychiques ne sont pas différents des autres, [que] c'est sur les réseaux sociaux qu'ils s'informent en majorité [et que] si on veut leur parler, il faut adopter leurs codes et dépoussiérer l'image de la santé mentale, qui fait parfois peur »⁵⁰. Si les organisations l'ont bien compris et investissent les plateformes, les “nouveaux influenceurs”, individus relais et leaders d'opinion sur les médias sociaux, s'expriment également sur le sujet.

⁴⁶ *Idem.*

⁴⁷ « Santé mentale et psychiatrie : changer le regard sur la santé mentale et les personnes atteintes de troubles psychiques », 24/08/2018, ARS.Santé.fr, <<https://www.ars.sante.fr/sante-mentale-et-psychiatrie-changer-le-regard-sur-la-sante-mentale-et-les-personnes-atteintes-de>>

⁴⁸ AFP, « Séries, immersions et hashtags: parler des troubles mentaux aux jeunes », *LaDepeche.fr*, 10/10/2019, <<https://www.google.fr/amp/s/www.ladepeche.fr/amp/2019/10/10/series-immersions-et-hashtags-parler-des-troubles-mentaux-aux-jeunes,8471673.php>>

⁴⁹ Beckouche, Pierre, « Les nouveaux territoires du numérique. L'univers digital du sur-mesure de masse », *Éditions Sciences Humaines.com*, janvier 2019, <https://editions.scienceshumaines.com/les-nouveaux-territoires-du-numerique_fr-710.htm>

⁵⁰ AFP, « Séries, immersions et hashtags: parler des troubles mentaux aux jeunes », *LaDepeche.fr*, art. cit.

Les initiatives qui s’attachent à parler aux 15-25 ans de santé mentale fleurissent, de la série-fiction “Mental” produite par France tv Slash⁵¹ qui raconte la vie de jeunes internés dans une clinique pédopsychiatrique, à la campagne “Et toi ça va ?” de la Fondation Pierre Deniker pour la recherche et la prévention en santé mentale, excellent exemple de prise en compte de ces nouveaux moyens de communication par une organisation. En créant Antoine, un faux profil Instagram⁵² relayé par des influenceurs, la fondation a su sensibiliser les plus jeunes à la dépression sur leur propre terrain⁵³, en usant subtilement des mécanismes horizontaux propres à Internet. Cela va d’ailleurs dans le sens des préconisations de Marcelino Lopez qui, pour lutter contre la stigmatisation, affirme qu’« il semble important de donner des informations, mais [qu’]il est préférable de les intégrer dans les canaux habituels, en diversifiant les messages, [plutôt] que de faire des « grandes campagnes » avec des objectifs et des auditoires très généraux et raccourcis dans le temps »⁵⁴. S’il cite notamment des formats audiovisuels de divertissement comme la télévision et les films, il paraît naturel d’élargir cette approche aux plateformes numériques telles que les médias sociaux audiovisuels. La vidéo, devenue un format incontournable car apprécié par les internautes, crée de l’engagement, surtout auprès des 15-24 ans qui sont chaque jour 70% à visiter des pure players vidéo ou des sites de chaînes de TV.⁵⁵ Des jeunes médias natifs tels que *Konbini* ou *Brut*. proposent sur les plateformes sociales de plus en plus de contenus vidéo au format interview-témoignage, montrant des célébrités et citoyens aborder les sujets tabous des troubles mentaux avec une mission claire de déstigmatisation des malades et des maladies. Et comment parler de vidéo sur Internet sans mentionner YouTube ? Le leader mondial américain est considéré comme un média social dans la mesure où il concentre « un phénomène massif de participation sur Internet »⁵⁶ et est classé dans la revue *Hermès* dans la catégorie des sites de partage de contenu avec plus de 2 milliards d’utilisateurs connectés chaque mois⁵⁷. En dévoilant que « 8 Français sur 10 (80,2%) âgés de 15 ans et plus [le] consultent chaque mois (41 259 000 vidéonautes uniques par mois), la société de sondages Médiamétrie vient confirmer son plébiscite par les jeunes. »⁵⁸ Au-delà de sa fonction de plateforme médiatique (plateforme de diffusion audiovisuelle, de média⁵⁹ et plus particulièrement social – un média pourrait-il être asocial ?), YouTube est une société, une marque commerciale, un écosystème communautaire... Une même entité aux identités multiples et aux contours malléables selon les caractéristiques qu’on lui prête et les aspects qu’on souhaite traiter. Objet d’étude

⁵¹ Média public numérique 100% vidéo consacré à la jeunesse et disponible sur les plateformes YouTube, Instagram et Snapchat.

⁵² « antoine.dprs », *Instagram.com*, <<https://www.instagram.com/antoine.dprs/>>

⁵³ « Et toi ça va ? », *Fondation Pierre Deniker.fr*, <<https://www.fondationpierreddeniker.org/campagne-depression-2019>>

⁵⁴ López, Marcelino, « Moyens de communication, stigmatisation et discrimination en santé mentale : éléments pour une stratégie raisonnable », *L’Information Psychiatrique*, art. cit.

⁵⁵ « Vidéo sur internet : mieux comprendre les pratiques », *Médiamétrie.fr*, 14/11/2019, <<https://www.mediametrie.fr/fr/video-sur-internet-mieux-comprendre-les-pratiques>>

⁵⁶ Stenger, Thomas, « Introduction », *Hermès, La Revue* 2011/1 (n° 59), pages 9 à 17, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-9.htm>>

⁵⁷ « YouTube en chiffres », YouTube pour la presse, *YouTube.com*, <<https://www.youtube.com/intl/fr/about/press/>>

⁵⁸ Médiamétrie, novembre 2019, *op. cit.*

⁵⁹ *Larousse.fr* définit le média comme un « procédé permettant la distribution, la diffusion ou la communication d’œuvres, de documents, ou de messages sonores ou audiovisuels. », « Média », *Larousse.fr*, <[15](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/m%C3%A9dia/50085#:~:text=Proc%C3%A9d%C3%A9%20permettant%20la%20distribution%2C%20la,r%C3%A9l%C3%A9distribution%2C%20r%C3%A9l%C3%A9matique%2C%20r%C3%A9l%C3%A9communication.>></p>
</div>
<div data-bbox=)

intéressant pour sa capacité à incarner la « numérisation de l'écrit, du son et de l'image »⁶⁰, son foisonnement de contenus, la diversité de ses utilisateurs et son fort taux d'engagement, elle l'est plus spécifiquement en matière de santé car de plus en plus reconnue pour proposer des informations accessibles : visionnage moins cher qu'une consultation (cf. non-recours aux soins) et format plus propice au ludique et à la vulgarisation qu'un article scientifique. Dans une société hypermédiatisée, entre médias dits "de masse" et médias Internet, la circulation du sens se voit transformée par l'émergence de nouveaux énonciateurs.⁶¹ Énonciateurs qui ont trouvé leur place sur la plateforme, espace où des créateurs de contenu influenceurs aussi appelés *youtubeurs* ont su se faire leur place, acquérant une forte popularité au point d'en devenir pour certains des célébrités. Individus participant activement à la logique de plateformes évoquée précédemment et à laquelle YouTube n'échappe évidemment pas. D'après Pauline Escande-Gauquié, « la réussite de [la plateforme] participe à cette réussite insolente de l'industrie numérique » qui intègre la vie quotidienne dans une logique marchande. « Le youtubeur, en habitant chez lui, en [racontant] ses états d'esprit, ses relations, etc., est dans du quotidien, avec un registre langagier qui est celui de l'humour, de l'accompagnement ou du conseil. »⁶²

Si la nécessité de démocratiser la santé mentale et de visibiliser les soins⁶³ thérapeutiques⁶⁴ associés n'est plus à prouver, et alors que le développement des outils numériques et les changements de comportements associés offrent de nouvelles possibilités de communication, plus particulièrement chez les jeunes, l'enjeu de notre travail a consisté à nous demander en quoi les influenceurs digitaux présents sur les réseaux sociaux participent à ce processus d'accessibilisation. Nous nous sommes ainsi intéressés plus particulièrement aux contenus francophones disponibles sur la plateforme numérique YouTube consultés par les Français de 15 à 24 ans, qu'ils résident en France ou à l'étranger, sans distinction socio-économique ni comportementale au premier abord. Pourquoi cette tranche d'âge ? Car nous souhaitons nous concentrer sur un public d'adolescents et de jeunes adultes, par sensibilité personnelle et pour les raisons évoquées précédemment, et car la plupart des travaux scientifiques considèrent comme "jeunes" les personnes âgées de 15 à 24 ans. Il s'agit effectivement de la définition des Nations Unies ainsi que l'intervalle le plus utilisé par l'Insee. Pourquoi francophones ? Car YouTube, comme Internet, n'est pas délimité par des frontières nationales, et les utilisateurs privilégient les contenus dans leur langue. Sans exclure le visionnage de vidéos en anglais⁶⁵, dans la langue maternelle ou

⁶⁰ Entretien de Sadin, Éric, réalisé par Marissal, Pierric, « Le techno-capitalisme cherche à exploiter chaque séquence de l'existence », *Sociétés*, art. cit.

⁶¹ Carlón, Mario, traduction Gomez-Mejia, Gustavo et Cortinovis, Odile, « Sur les pas de Verón... Une approche des nouvelles conditions de circulation du sens à l'ère contemporaine », *Communication & langages*, Numéro 196, février 2018, p. 99 à 120, *Cairn.Info*.

<https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages-2018-2-page-99.htm?contenu=resume>

⁶² La Ruche Média TV, « Les youtubeurs vus par la sémiologue Pauline Escande-Gauquié. », *Youtube.com*, *op. cit.*

⁶³ *Larousse.fr* définit les « soins » comme des « actes de thérapeutique par lesquels on veille au bien-être de quelqu'un », « Soins », *Larousse.fr*, <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/soins/73237?q=soins#72407>

⁶⁴ *Larousse.fr* définit la « thérapie » comme un « traitement médical en général et, en particulier, [la] psychothérapie », « Thérapie », *Larousse.fr*, <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/th%C3%A9rapie/77751?q=th%C3%A9rapie#76832>

⁶⁵ Le niveau d'anglais serait en constante progression en France : Anonyme, « Le niveau d'anglais en France est en hausse », 05/11/2019, *Studyrama.com*, <https://www.studyrama.com/actualite/le-niveau-d-anglais-en-france-est-en-hausse-106403>

toute autre langue avec la fonctionnalité à l'usage croissant des sous-titres, poser cette limite nous a semblé nécessaire pour délimiter notre corpus.

En ce qui concerne la terminologie, nous parlerons d'*utilisateurs* pour désigner toutes les personnes qui utilisent la plateforme quelle que soit leur action dessus, de *youtubeurs* pour désigner les créateurs de contenu ou vidéastes qui disposent de leur propre chaîne et donc canal de diffusion sur la plateforme, de *vidéonautes* pour décrire ceux qui consomment du contenu dessus, d'*audience* pour situer ceux qui regardent les vidéos d'une chaîne donnée, de *communauté* pour nommer l'ensemble des personnes abonnées à une chaîne, et de *fans*, pour distinguer les admirateurs qu'on peut retrouver en leur sein. Ajoutons qu'il est également important de faire preuve de prudence en notant que parmi l'audience, certaines personnes peuvent consulter régulièrement des contenus sans pour autant le faire publiquement, en n'étant pas abonnées ou en ne possédant pas de compte YouTube, et qu'une communauté constitue un ensemble de personnes le plus souvent bien distinctes et qui se renouvelle constamment, empêchant tout profilage et catégorisation simplistes.

Nous nous intéressons uniquement à YouTube, mais il paraît important de noter que la plupart des influenceurs sont souvent présents sur d'autres médias sociaux, y proposant un contenu adapté avec des modalités d'interactions différentes et parfois plus poussées. Nous avons choisi de prendre en compte cette complémentarité et interconnexion entre les différentes plateformes sociales dans une logique trans média social car il est essentiel d'envisager notre sujet dans son écosystème bien que notre média de prédilection reste YouTube. Nos résultats ne pourront ainsi être extrapolés que de manière très limitée aux autres plateformes.

Nous avons formulé trois hypothèses principales, des axes de recherche qui ont permis de structurer notre travail, dans l'objectif de répondre à notre problématique. Nous avons tout d'abord constaté qu'il existait des discours sur la santé mentale émanant de différentes figures d'influence sur YouTube et qu'ils semblaient participer au processus de démocratisation de la santé mentale et à la communication autour des soins thérapeutiques auprès des jeunes en utilisant les dispositifs propres à Internet. Nous avons aussi constaté à première vue que les jeunes utilisateurs constituant l'audience semblaient également participer à ce processus d'influence. Puis nous avons remarqué que le contenu étudié s'inscrivait dans un cadre économique et technologique particulier car censé produire de la valeur et qui semblait à l'inverse s'y opposer.

Notre précédent mémoire portait sur l'influence positive des organisations et posait la question de savoir s'il était réellement possible de communiquer "pour la bonne cause". Afin d'y répondre, nous avons cherché à définir ce que serait une influence dite « positive » avant de nous intéresser à son application au sein de tous les grands types d'organisation en matière d'influence sur les pouvoirs publics, les opinions publiques et la consommation, pour finir sur une analyse de la théorie du *nudge*. Notre travail s'était achevé sur une conclusion fortement nuancée et avait donné l'occasion d'ouvrir la réflexion aux enjeux de l'influence positive citoyenne, terrain que nous tenions à soulever dans notre prochain écrit. En réduisant, orientant et sélectionnant le champ du sujet en fonction de la plus-value et du regard que nous pourrions apporter dans un domaine qui

nous plaît - et ô combien d'actualité en temps de Covid-19⁶⁶ -, nous sommes partis à la découverte de nouveaux mécanismes d'influence propres à une plateforme, une audience et un domaine particulier, empruntant la voie ouverte par ce premier travail.

Notre approche méthodologique a consisté à dépasser le sujet de la santé mentale qui nous passionnait, pour aller analyser les mécanismes communicationnels, infra-ordinaires, tangibles et intangibles, en tentant de procéder à une analyse systémique du fond et de la forme. Après avoir défini et cadré notre sujet et élaboré notre problématique, nous avons procédé à une recherche bibliographique visant la polyphonie des sources, à une exploration de la plateforme, à des visionnages de vidéos, des lectures, des conversations... Nous avons recueilli observations, notes et réflexions, en vue de formuler des hypothèses de recherche et de constituer un corpus de vidéos et d'entretiens pertinents à analyser pour y répondre. Nous avons créé une grille d'analyse sémiotique spécifique pour étudier le contenu audiovisuel et textuel, les discours et interactions générées, en les positionnant parfois sous le prisme des concepts théoriques identifiés en amont. Nous avons sélectionné et contacté des personnes que nous jugions pertinentes d'interroger pour avoir leur regard sur la question.

Notre travail s'inscrit dans le champ des sciences humaines et sociales et plus particulièrement des sciences de l'information et de la communication (SIC). Si notre sujet aurait pu faire l'objet d'une recherche sociologique, anthropologique, psychologique, philosophique, ou bien croisée, nous nous sommes inspirés de ces différents champs d'études pour l'approcher, en ayant davantage recours aux travaux sur les humanités numériques, la sociologie des usages et les *media studies*. Par exemple, nous n'allons pas nous intéresser aux mécanismes sociaux et psychologiques à l'œuvre dans les processus de démocratisation et de communication analysés.

Puisque, comme précisé à juste titre par notre tuteur professionnel Thibaut Thomas, « dans les sciences humaines, tout ce qu'on peut faire, c'est écrire noir sur blanc ses biais », il nous faut maintenant insister sur les biais cognitifs et sociaux que comportent notre travail et nos observations. De par notre expérience, propre perception de la santé mentale, utilisation de la plateforme YouTube, connaissance antécédente des contenus et des youtubeurs, algorithmes liés à notre compte..., il est évident que notre regard de jeune femme francilienne de 23 ans, issue de classe moyenne et en fin d'études supérieures, transparait grandement dans les lignes qui vont suivre, malgré tout le recul et la distanciation que nous avons tenté d'adopter.

Nous avons constitué deux corpus, l'un centré sur des chaînes et vidéos YouTube⁶⁷, l'autre constitué d'entretiens menés auprès de youtubeurs et professionnels de la santé mentale⁶⁸. Pour le premier, nous avons tenté d'approcher une représentativité du contenu traitant de santé mentale et adressé aux jeunes disponible sur la plateforme, mais le contenu étant quasi illimité, notre analyse est inévitablement partielle car concentrée sur

⁶⁶ En 2020, le contexte de crise sanitaire lié à la pandémie de Covid-19, le confinement total de la population et les répercussions économiques entraînés par celle-ci, ont accru les risques psychologiques et visibilisés les besoins en matière de santé mentale.

⁶⁷ Liste des chaînes et vidéos et grille d'analyse sémiotique disponibles en annexes.

⁶⁸ Re transcription des entretiens disponibles en annexes.

un nombre restreint de contenus. Par vidéo, nous entendons le support audiovisuel lui-même, ainsi que les éléments visuels et textuels associés, tels que la miniature, la barre d'informations, les commentaires et échanges générés. Par chaîne, nous entendons l'espace complet d'un youtubeur et donc la description de la chaîne, les playlists constituées, l'ensemble des vidéos et ce qu'elles comprennent. Ce premier corpus est homogène par le contenant — il s'agit d'une même plateforme numérique, YouTube — ainsi que par l'audience atteinte, des Français de 15 à 24 ans. Mais il est hétérogène dans la source avec des youtubeurs de nationalité, genre, âge, profession, ancienneté sur YouTube, taille et nature de l'audience et de la communauté, récurrence et traitement du sujet, format, ton différents. Ainsi que dans la forme avec des contenus variés et dans l'audience avec différents âges, CSP, à l'intérieur des Français de 15 à 24 ans. Le corpus est synchronique car actuel, contemporain. Les vidéos datent de 2014 à 2020 et ont été analysées entre les mois de mai et août 2020. Il est également comparatif car chaque élément analysé a par la suite été confronté aux autres. Il est important de noter que le rythme s'est accru sur Internet et que ce qui était valable hier ne l'est plus forcément aujourd'hui et le sera sûrement encore moins demain, c'est pourquoi notre travail nécessite d'être constamment contextualisé.

Notre corpus d'entretiens comporte deux retranscriptions d'entretiens téléphoniques de youtubeurs, une retranscription de messages vocaux envoyés sur WhatsApp et enregistrés sur la base d'un formulaire Google Forms communiqué en amont à une youtubeuse interne en psychiatrie, ainsi qu'un e-mail rédigé par un jeune psychologue. Ces diverses sources d'informations nous ont permis de confirmer ou non les hypothèses précédemment évoquées.

Notre mémoire s'articule en trois grandes parties. La première s'intéressant à l'influence digitale sur YouTube comme instrument de démocratisation et de communication de la santé mentale auprès des jeunes ; la deuxième au cadre économique et technologique entravant qu'est YouTube ; et la troisième s'attachant à fournir des recommandations aux différents acteurs impliqués dans ce processus afin de participer humblement et à notre échelle à améliorer l'accès à une meilleure santé mentale pour les jeunes grâce aux médias sociaux.

CHAPITRE 1 : L'influence digitale sur YouTube, instrument de démocratisation et de communication de la santé mentale auprès des jeunes

Avant toute chose, il nous semble essentiel de situer précisément la notion d'« influence » à travers ses multiples définitions, formes et enjeux. Le dictionnaire Larousse définit le mot « influence » de trois manières différentes⁶⁹. Tout d'abord comme une « action, généralement continue, qu'exerce quelque chose sur quelque chose ou sur quelqu'un », autrement dit, un impact, inscrivant la notion dans une temporalité relativement durable. Claude Revel s'exprime d'ailleurs ainsi à propos de l'influence : « Elle est une pensée opérationnelle qui débouche sur l'action, [...] un phénomène aussi ancien que le monde. »⁷⁰ La seconde définition est l'« ascendant de quelqu'un sur quelqu'un d'autre », permettant de mettre en avant la notion de pouvoir et de relation subordonnée entre deux parties. Il est question d'émetteur et de récepteur de l'influence, d'influenceur et d'influencé, schéma que nous aurons l'occasion d'aborder et de questionner par la suite. Enfin, la troisième définition décrit l'influence comme le « pouvoir social et politique de quelqu'un, d'un groupe, qui leur permet d'agir sur le cours des événements, des décisions prises, etc. » ce qui s'insère dans une toute autre échelle, beaucoup plus globale et relative à l'organisation structurelle. Bruno Racouchot, directeur de Comes Communication, dit d'ailleurs qu'influencer, c'est « détenir la capacité à peser sur l'évolution des situations »⁷¹. L'influence se définit de multiples manières, autant qu'elle s'applique à des domaines différents, les plus importants d'entre eux étant l'influence psychologique, l'influence sociale (ou pression sociale) et l'influence politique. Nous remarquerons que ces trois domaines mettent en évidence l'aspect relationnel de l'influence dans un crescendo allant de la psychologie de l'individu, à l'individu politique, en passant par l'individu en société. L'influence sociale est définie comme étant « l'influence exercée par un individu ou un groupe sur chacun de ses membres dont le résultat est d'imposer des normes dominantes en matière d'attitude et de comportement »⁷². Si nous nous référons aux premières définitions énoncées, nous nous apercevons que l'emploi du terme influence se fait également à travers une dimension sociale, et même sociétale, car elle s'intéresse au rapport entre les individus et met en exergue un jeu de pouvoir. Un rapport le plus souvent vertical mais qui peut également s'avérer horizontal, entre l'influenceur et l'influencé. Notons qu'influencer peut impliquer de susciter la confiance et/ou l'admiration de sa cible et qu'une figure d'autorité exercera, elle, une pression naturelle de par sa position structurelle. Être influent signifie donc avoir du pouvoir, un pouvoir

⁶⁹ « Influence », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/influence/42976>>

⁷⁰ Revel, Claude, « La France, un pays sous influences ? », 2012, cité dans Comes Communication, « Influence, lobbying, public diplomacy... la France face aux armes du smart power : le décryptage de Claude Revel », *Communication & Influence.com*, newsletter N°34, juin 2012, <http://www.comes-communication.com/files/newsletter/Communication&Influence_juin%202012_Claude_Revel_Bruno_Racouchot.pdf>

⁷¹ *Idem*.

⁷² « Influence sociale », *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Influence_sociale>

d'action et de changement sur les gens et sur l'environnement. Car en effet, « celui qui cherche à avoir de l'influence se situe dans une dynamique qui vise à orienter ou à déterminer l'opinion de celui auquel il s'adresse. »⁷³ Dans notre société, les individus considérés comme les plus influents sont notamment les personnalités politiques, médiatiques et artistiques. Plusieurs formes d'influence sociale se dessinent. Parmi les théories les plus populaires, celle de Deutsch et Gerard, chercheurs en psychologie, selon lesquels il existerait deux types d'influence sociale : l'influence informationnelle consistant à « accepter l'information obtenue de quelqu'un d'autre comme preuve de la réalité » et l'influence normative consistant à « se conformer aux attentes positives de quelqu'un d'autre (individu ou groupe) »⁷⁴. Ces visions s'appuient l'une et l'autre sur le besoin d'appartenance à un groupe auprès duquel un individu souhaite être reconnu, apprécié et valorisé. Ce sont ces motivations qui le poussent à se conformer au groupe visé, via un processus de compliance - changement de comportement mais pas des croyances -, d'identification - changement de comportement et des croyances - ou d'intériorisation - changement de comportement en accord avec le système de valeurs initial⁷⁵. D'après Claude Revel, influencer une ou plusieurs personnes passe par la séduction pour générer de l'émotion et par la conviction empreinte d'argumentation et de démonstration pour atteindre la raison. « L'influence, c'est vouloir convaincre en donnant envie. [Elle] est l'art de faire faire à quelqu'un quelque chose que vous voulez voir fait, parce qu'il a envie de le faire... [...] Une certaine force mentale, de caractère, de persuasion vise [...] à opérer – de façon détournée [...] – une pression sur autrui pour l'amener à revoir son jugement, sa perception des faits et donc son analyse et son positionnement. »⁷⁶

Et si tout le monde peut influencer, le terme influenceur revêt aujourd'hui un sens bien particulier. Toutes les définitions s'accordent à dire qu'un influenceur est une personne qui exerce de l'influence sur quelqu'un ou quelque chose et qu'en cela réside en lui une forme de pouvoir, d'ascendant, sur l'être ou l'objet de l'action d'influence, ce qui justifie la dénomination alternative de “leader d'opinion”. Si le terme a depuis été réinvesti par les secteurs des médias et du marketing comme désignant une personne qui diffuse et relai ses opinions vis-à-vis de marques et produits via une plateforme sociale en ligne, étant ainsi capable d'influencer les modes de consommation de ses cibles grâce à « son statut, sa position ou son exposition médiatique »⁷⁷, nous nous intéresserons davantage à la définition de l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité) pour laquelle un influenceur est « un individu exprimant un point de vue ou donnant des conseils, dans un domaine spécifique et selon un style ou un traitement qui lui sont propres et que son audience identifie. »⁷⁸ Il convient d'employer le terme composé désormais courant d'"influenceur digital" pour désigner tout particulièrement

⁷³ Marie-France Garaud citée dans Comes Communication, « Stratégies d'influence, le décryptage de Marie-France Garaud », *Communication & Influence.com*, newsletter hors-série N°4, janvier 2011, <www.comes-communication.com/files/newsletter/Communication&Influence_HS_4_Bruno_Racouchot.pdf>

⁷⁴ Morton Deutsch et Harold Benjamin Gerard, « A study of normative and informational social influences upon individual judgment », *Journal of Abnormal Psychology*, American Psychological Association, volume 51, numéro 3, novembre 1955, p. 629-636 cité dans Anonyme, *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Influence_sociale>

⁷⁵ Kelman, Herbert, « Compliance, identification and internalization: Three processes of attitude change », *Journal of Conflict Resolution*, 1958, 10 p., <https://scholar.harvard.edu/files/hckelman/files/Compliance_identification_and_internalization.pdf>

⁷⁶ Comes Communication, « Influence, lobbying, public diplomacy... la France face aux armes du smart power : le décryptage de Claude Revel », art. cit.

⁷⁷ « Influenceur », *Wikipédia.org*, <<https://fr.wikipedia.org/wiki/Influenceur>>

⁷⁸ « Communication d'influenceurs et marques », *ARPP.org*, <<https://www.arpp.org/actualite/communication-influenceurs-marques/>>

ce type d'influenceurs présents sur les plateformes numériques. Ces influenceurs qui, pour être désignés comme tels de façon publique, bénéficient généralement d'une notoriété importante, au-delà des cercles familiaux, amicaux et professionnels qui composent leur entourage. Ils disposent d'une audience, à savoir l'ensemble des personnes touchées par leur communication. À l'intérieur de cet ensemble, les vidéonautes qui les apprécient, eux et leur contenu, et qui leur sont fidèles sont désignés par la terminologie déjà évoquée en introduction de "communauté". Une communauté est définie comme « un groupe de personnes qui interagissent entre elles, partagent et utilisent des informations en relation avec leurs centres d'intérêts, caractéristiques démographiques ou activités professionnelles, communes. Une communauté se caractérise normalement par un sentiment d'appartenance ressenti par ses membres. »⁷⁹ Le développement d'Internet a favorisé l'apparition de nombreuses communautés virtuelles. Sur les réseaux sociaux, autrement appelés "plateforme communautaire du Web", chaque influenceur aurait sa propre communauté d'abonnés, un groupe social sur lequel il aurait une influence plus importante, voire une autorité de par l'admiration qu'il génère, et dont les membres interagiraient ensemble. Les influenceurs digitaux dont il est question ici sont, à première vue du moins, des youtubeurs : « émergeant en tant qu'influenceurs, [les youtubeurs] sont capables de créer des nœuds reconnaissables dans les réseaux non linéaires et non rationnels qui se forment en ligne. Leur influence dépend de leur aptitude à transférer des informations relationnelles et expérientielles à un maximum de personnes connectées qui vont y trouver leur plaisir ou leur intérêt »⁸⁰. Si un lien existe entre ces derniers et leur audience, il peut être régi – dans le cadre d'une vidéo donnée - par un contrat de conversation⁸¹. Une forme de contrat de lecture adaptée à la plateforme qu'est YouTube : « un modèle dialogal à la fois technologique et sociologique », « l'idée d'un espace sémiotique désormais davantage co-construit par le média et le public, ce dernier n'étant plus seulement inscrit dans une logique d'adhésion aux représentations proposées par le média, mais co-producteur de celles-ci ». Un schéma de communication plus complexe qui ne réduit donc pas le parcours d'un message aux seules émission et réception.

Qui parle de santé mentale aux jeunes sur YouTube, pourquoi, comment et en quoi cela permet-il de démocratiser le sujet auprès des jeunes, de décomplexer et d'ouvrir la parole jusqu'à potentiellement les orienter vers des parcours de soin et des professionnels de santé adaptés ? C'est à ces interrogations que nous allons tenter de répondre dans cette première partie. Dans un premier temps, nous sommes amenés à nous intéresser aux identités des youtubeurs qui parlent de santé mentale aux jeunes sur YouTube. Qui sont-ils ? Pourquoi évoquent-ils ces sujets ? Comment s'expriment-ils et comment parviennent-ils à toucher leurs cibles ? Dans un deuxième temps, nous nous intéresserons à la réception, aux interactions et actions générées par le visionnage de ces contenus. Quel est leur impact sur la santé mentale des jeunes ? S'inscrivent-ils dans un processus de soin ? En quoi les jeunes vidéonautes ont également une part d'influence ? Dans un troisième

⁷⁹ « Communauté », *Définitions-Marketing.com*, <<https://www.definitions-marketing.com/definition/communaute/>>

⁸⁰ Frau-Meigs, Divina, « Les youtubeurs : les nouveaux influenceurs ! », *Nectart*, Numéro 5, 2017, p. 126 à 136, *Cairn.Info*, <<https://www.cairn.info/revue-nectart-2017-2-page-126.htm#>>

⁸¹ Granier, Jean-Maxence, « Du Contrat de Lecture au Contrat de Conversation », 2011, *Cairn.Info*, <<https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2011-3-page-51.htm>>

temps, nous nous pencherons sur les dérives provoquées par la diffusion de ces contenus et les limites de la plateforme qui les héberge. Alors qu'on parle beaucoup des dangers liés au cyberharcèlement et ses impacts sur la santé mentale des internautes, nous allons nous intéresser à des contenus qui se veulent bienveillants et à ce qu'ils génèrent de positifs sur la santé mentale des jeunes.

1. Quand les youtubeurs parlent de santé mentale : identité, motivations, influence et discours

Le phénomène des youtubeurs a commencé au tournant des années 2010 aux États-Unis et se répand depuis. Il s'appuie sur la possibilité pour les membres du grand public de créer leurs propres chaînes vidéo sur la plateforme médiatique YouTube (qu'on pourrait traduire par "TuFaisTaTélé"). [...] Le phénomène va croissant en France, avec des youtubeurs dans les mondes de la musique, de la mode, des produits de beauté, etc.⁸²

Youtubeurs, vidéastes, créateurs de contenu... Les termes varient, désignant parfois la même chose, différant parfois selon le contexte de leur emploi. La figure du youtubeur serait impossible à définir car « elle regroupe une pluralité de sensibilités et de profils qui interdit la réduction, voire la définition. »⁸³ Il s'agirait globalement d'« une figure identifiée dans l'espace social et discursif comme allant de soi »⁸⁴, ou plus techniquement de « personnalités qui émergent en ligne du fait du nombre de vues cumulées que leurs chaînes génèrent »⁸⁵, allant jusqu'à se professionnaliser, devenant acteurs à part entière de cette nouvelle économie numérique.⁸⁶ Phénomène d'exposition de soi⁸⁷ bien contemporain où ce qui appartenait alors à la sphère privée « s'épanouit désormais sur la scène publique », à l'heure de la télé-réalité, de la presse people et des réseaux sociaux, l'intimité dévoilée par les youtubeurs suscite nombreuses « réactions critiques [...], naviguant entre soupçons d'exhibitionnisme, de narcissisme ou d'impudeur ; pis, certains constats alarmistes [concluant] à la « mort » de l'intimité – qui, en s'exposant, deviendrait simulacre »⁸⁸, une apparente intimité qui n'en serait finalement que trop éloignée. Simulacre ou pas, cette intimité construite et bien effective offre des opportunités d'influence, notamment dans le domaine de la santé mentale, que nous allons tenter de détailler ci-après.

A. Identités hétérogènes, motivations homogènes ?

⁸² Frau-Meigs, Divina, « Les youtubeurs : les nouveaux influenceurs ! », art. cit.

⁸³ Jahjah, Marc, « Logiques marchandes et désir de distanciation : l'ambiguïté des youtubeurs », *LaRevueDesMedias.INA.fr*, 06/03/2017, <<https://larevuedesmedias.ina.fr/logiques-marchandes-et-desir-de-distanciation-lambiguite-des-youtubeurs>>

⁸⁴ *Idem.*

⁸⁵ Frau-Meigs, Divina, « Les youtubeurs : les nouveaux influenceurs ! », art. cit.

⁸⁶ Baudry, Paul, Demay, Amélie et Vinel, Margaux, « La youtubeuse : une figure féminine médiatique », *Effeillage-La-Revue.fr*, <<https://effeuillage-la-revue.fr/portfolio-item/la-youtubeuse-une-figure-feminine-mediatique/>>

⁸⁷ Aupeix, Anaïs, *Expositions de soi : journal intime et reconfiguration de l'intimité à l'heure d'Internet, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication sous la direction de Pierre Molinier et de Marlène Coulomb-Gully*, 2013, 681 p.,

<<http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=04f2b4a6-53ff-463f-80b3-17026ad8db6c%40pdc-v-sessmgr04&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHNNoaWIsdWlkJmxbmc9Znlmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZyY29wZT1zaXRl#AN=halir.tel.01159877v1&db=ir01198a>>

⁸⁸ *Idem.*

Qui sont les youtubeurs qui parlent de santé mentale aux jeunes et quelles sont leurs motivations ? Notre observation des contenus sur la plateforme et la constitution de notre corpus qui s'est voulue aussi représentative que possible permettent d'affirmer qu'il existe différents profils - en termes de genre, d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de personnalité, de centres d'intérêt, etc. -, proposant différentes catégories de contenu à différents types d'audience, les amenant à avoir différents niveaux de notoriété. Des grandes influenceuses *lifestyle* Marie Lopez (EnjoyPhoenix) et Horia Ben Brahim (Horia) au duo de psychiatres Geoffrey Marcaggi et Christophe Debien (Le Psylab), en passant par l'ex-passionné de politique Julien Malara (Demos Kratos), l'amateur de maquillage à l'humour noir Lucas (Lucasdorable), l'étudiante belge en sociologie Carolina Gonzalez (La Carologie) ou encore le "Braintertainment Creator" Cyrus North, la diversité n'est plus à démontrer. Nous l'avons évoqué, la santé mentale nous touche tous. Il semble normal de constater que les profils sont diversifiés. La plupart du temps, ils sont relativement jeunes – autour de 18-35 ans -, un atout si ce n'est une nécessité pour parler à leurs pairs : « pour atteindre cette communauté qui autrefois s'appelait audience, les influenceurs doivent présenter des caractéristiques proches de leurs abonnés, les 12-35 ans, nés au tournant du millénaire et de l'Internet commercial, ou "milléniaux". »⁸⁹ Si l'on croit au premier abord que la santé mentale est un sujet presque exclusivement traité par des femmes – davantage à l'écoute de leurs émotions, aux meilleures capacités d'empathie, traditionnellement éduquées pour les métiers du *care*... -, on s'aperçoit que ce n'est pas si simple. Les hommes qui traitent le sujet le font davantage avec distance à travers la vulgarisation, sauf lorsqu'ils sont plus jeunes et *LGBT friendly* où ils laissent plus de place à l'émotionnel. Parfois plusieurs derrière une même chaîne, comme Le Psylab, ils sont le plus souvent des individus uniques. Ils forment ensemble un écosystème de youtubeurs – le YouTube game - composé de sous-écosystèmes. Ils se connaissent de près ou de loin et, selon leur catégorie de contenu échangent, collaborent, deviennent amis, évoluent ensemble... et créent des réseaux qui parlent de ces sujets et se répondent. Professionnels de santé, amateurs ou novices ; des chaînes spécialisées sur le sujet aux plus généralistes ; tous sensibles à ces problématiques, ils ont en commun le fait d'oser, plus que d'autres, de parler de sujets perçus comme tabous.

Pourquoi parlent-ils de santé mentale sur leur chaîne YouTube ? Avant toute chose, comme « la plupart des créations numériques déposées sur les plateformes du Web, [elles] sont animées par un désir de réalisation de soi et de reconnaissance qui doit d'abord se comprendre comme une forme de socialisation des individus dans les univers connectés. »⁹⁰

Nous avons identifié une dizaine de motivations chez les youtubeurs à produire et diffuser du contenu sur la santé mentale. Tout d'abord, (s')aider. S'aider soi, aider les autres. En se confiant comme Horia dans sa vidéo sur l'automutilation qui « ressentai[t] juste le besoin d'en parler » ; en cherchant à obtenir des partages d'expérience ou des conseils comme Julien Malara (Demos Kratos) dans un live sur sa dépression dans lequel il voulait échanger, « discuter avec vous sans filtre de ce qui se passe dans ma tête » ; ou tout simplement à

⁸⁹ Frau-Meigs, Divina, « Les youtubeurs : les nouveaux influenceurs ! », art. cit.

⁹⁰ Cardon, Dominique, « Comment devenir célèbre sur le web ? », *SciencesHumainesMagazine.com*, Mensuel N°278, Février 2016, <https://www.scienceshumaines.com/comment-devenir-celebre-sur-le-web_fr_35690.html>

aller mieux comme Lucasdorable (« Vous parler, faire une vidéo, va forcément me remonter le moral »). Les youtubeurs sont conscients des vertus thérapeutiques du partage d'expérience et du témoignage, dans un sens comme dans l'autre. Et plus que s'aider eux-mêmes, ils insistent souvent sur l'apport positif qu'ils cherchent à avoir sur le bien-être de leur audience comme Horia pour laquelle « ce n'est pas grave que je passe pour une folle, si je peux aider ne serait-ce qu'une seule personne avec cette vidéo, j'aurai tout gagné » ou Sullivan Gwed qui, en parlant de son anxiété, souhaite aider les personnes dans la même situation. Ils souhaitent libérer la parole autour d'eux et plus encore : « Le but de cette vidéo est aussi d'en parler avec quelqu'un d'autre que moi » (Horia). Lorsque leur état mental s'est amélioré, ils se veulent sources d'inspiration, diffusant un message positif, d'espoir, comme Horia qui tient à prouver à ceux qui la regardent qu'il est possible « d'être fort et de s'en sortir ». Autre motivation qu'on retrouve fréquemment : le besoin d'informer, d'éduquer, de sensibiliser. La Carologie, La Psy qui Parle, Le Psylab, Les Gracieuses, Lolita (« J'espère que cette vidéo aura pu vous être utile, vous informer »)... Les youtubeurs abordent frontalement les troubles mentaux pour les démocratiser. Selon la nature de leur relation avec leur communauté, ils en parlent parfois comme pour rendre des comptes à leurs abonnés, justifiant leur absence temporaire sur YouTube (Lucasdorable), clarifiant ou rassurant leurs fans, comme Raïssa Gloria : « J'ai besoin de m'expliquer, j'ai besoin de parler. [...] Je vais mieux. » Pour d'autres, comme Léa Choue ou Lolita, il s'agit de répondre aux demandes de contenu qu'ils reçoivent de la part de leurs abonnés. Pour ceux qui abordent le sujet avec plus de distance, il peut s'agir de réagir à l'actualité comme Cyrus North (« J'ai vu le dernier épisode de Game of Thrones et il faut qu'on en parle »), ou être l'occasion de (se) divertir et faire rire comme Squeezie qui s'adonne à des tests pseudo-psychologiques en ligne. Cela peut être en réponse à une opportunité de partenariat, tel que Sullivan Gwed, contacté par France tv Slash dans le cadre du lancement de la série "Mental" suite à une publication sur Instagram où il se confie sur son anxiété. Les problématiques de santé mentale peuvent aussi tout simplement s'insérer dans le quotidien - présumé "sans filtre" - du youtubeur, pour lequel l'activité sur la plateforme est souvent génératrice de déprime, d'angoisse ou de burn-out, un quotidien qu'ils expriment, comme l'analysent les chaînes Dirty Biology⁹¹ et Adam Bros⁹². Si les youtubeurs peuvent être en partie motivés par la création de contenu dans un but de rentabilité économique – sujet que nous aborderons dans la deuxième partie -, parler de santé mentale sur leur chaîne est avant tout un moyen de s'offrir une visibilité en réponse et pour pallier les manques de représentation et de traitement du sujet dans la société, dans les médias et sur Internet. Des motivations qui, nous l'avons vu, montrent globalement le besoin de se sentir utile, d'apporter quelque chose de positif, et qui donc à la fois tournées vers soi et vers les autres.

B. Des mêmes leviers de confiance et de réassurance ?

⁹¹ Dirty Biology, « Les Youtubeurs et leurs problèmes psychologiques - DBY #47 », *YouTube.com*, 02/09/2018, <https://www.youtube.com/watch?v=6k1J_h4OxQg>

⁹² Adam Bros, Le problème des Youtubers ! (avec @Alexandre Calvez), *YouTube.com*, 07/06/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=ySol7Ph4qTs>>

Pour bénéficier d'une fine écoute, transmettre et faire intégrer aux mieux leurs messages, et ainsi favoriser le processus de démocratisation de la santé mentale et de communication autour des soins thérapeutiques associés, les youtubeurs ont besoin d'instaurer une relation de confiance avec leur audience. En quoi sont-ils rassurants pour les jeunes ? Comment les touchent-ils d'un point de vue à la fois cognitif et affectif ? Utilisent-ils tous – consciemment ou non – les mêmes leviers pour y parvenir ? Oui. Et non.

Ce sont des conventions à la fois esthétiques, sociales et communicationnelles, propres aux dynamiques sociales "classiques" et à celles induites par l'utilisation de la plateforme. Le premier levier à l'œuvre est le processus psychologique d'identification théorisé par la psychanalyse freudienne et « par lequel une personne se transforme, de façon provisoire ou permanente, en assimilant un trait ou un attribut, partiel ou total, d'une autre personne ». Quasiment systématique dans notre cas car d'autant plus prééminent chez les jeunes en construction à la recherche de modèles pour se trouver eux-mêmes, il repose sur la ressemblance – quelle qu'elle soit – entre le youtubeur et son audience. Faut-il être jeune pour parler aux jeunes sur YouTube ? Il se pourrait bien que cela soit le cas, d'où l'importance de l'âge des youtubeurs évoqué précédemment.

Dans la continuité de l'identification, la proximité entretenue avec l'audience (de manière générale et au sein d'une vidéo) est primordiale. YouTube est un espace propre à l'intimité et à l'horizontalité qui peut faciliter les échanges sur un sujet controversé tel que celui de la santé mentale. L'engagement et l'apparente sincérité des youtubeurs et le sentiment de protection que procure Internet pour les utilisateurs "cachés" derrière leur écran, favorise les marques d'affection et témoignages personnels, participant à instaurer une relation de confiance entre eux. Comme le résume bien Julien Malara (Demos Kratos), « c'est ça que les gens cherchent sur YouTube aussi, c'est que des gens deviennent leurs amis et qu'ils leur racontent des choses, pas des vidéos impersonnelles qu'on pourrait voir sur France 2. » Des plans vidéo "face cam" (visage face à la caméra) omniprésents, un langage familier et des pronoms personnels à foison qui participent à ce processus de rapprochement. Les youtubeurs rappellent et énoncent en permanence le rapport qu'ils entretiennent avec leur communauté. D'après Pauline Escande-Gauquié, « pour créer ce phénomène d'interaction, il y a un montage minimum, un enregistrement dans une logique de plan-séquence, aucun montage qui cherche à créer un effet poétique ou expressionniste. Au niveau du cadre, c'est très auto-centré, focalisé sur le visage du youtubeur, visage très important car cela crée tout de suite de la proximité avec lui, de l'intime, et cela permet de maintenir le contact. En communication, beaucoup de choses passent par le visage. Au niveau de l'aménagement du décor, c'est plutôt une stylisation minimale, un décor où le youtubeur invite chez lui, dans son monde intime. [...] La voix est très importante. La plupart des youtubeurs sont dans une logique phatique, il y a beaucoup d'interpellations [...] avec une logique de créer un moment bienveillant, de conseil. [...] L'accompagnement est très important. »⁹³ Si c'est selon elle un « simulacre de dialogue et d'interaction »⁹⁴, il n'en reste pas moins que cela fonctionne car des liens de proximité se créent et se renforcent, et c'est d'ailleurs ce qui attire les marques et justifie l'existence du marketing d'influence. Nous noterons néanmoins

⁹³ La Ruche Média TV, « Les youtubeurs vus par la sémiologue Pauline Escande-Gauquié. », *YouTube.com, op. cit.*

⁹⁴ *Idem.*

que cette proximité semble différer selon la posture du youtubeur et son nombre d'abonnés, le lien social étant probablement plus étroit entre un micro-influenceur lifestyle et sa communauté, qu'entre un macro-influenceur vulgarisateur scientifique. Pourquoi ? Premièrement, parce que les gens les plus proches de nous exercent une plus grande influence vis-à-vis de nos choix. Plus un influenceur a d'abonnés, moins il aura d'influence sur son audience comme le prouve la diminution du taux d'engagement⁹⁵ au-delà de 1 000 abonnés d'après une étude conduite par l'agence Markely sur Instagram⁹⁶. Ensuite, parce qu'un youtubeur qui se livre personnellement sur son trouble mental provoquera plus d'empathie et de volonté de s'ouvrir chez le vidéonaute, qu'un youtubeur qui explique théoriquement et de façon distanciée les mécanismes de ce même trouble, bien que – nous le verrons par la suite – les deux approches soient complémentaires et nécessaires pour atteindre l'objectif de démocratisation et de mieux-être mental chez les jeunes.

L'authenticité prêtée aux youtubeurs attire et configure également la perception qu'on a d'eux et la relation qu'ils établissent avec leur audience : « une étude du magazine international Campaign [...] a montré que l'authenticité et l'honnêteté sont les facteurs-clés chez les internautes avant de décider de suivre, ou non, un influenceur »⁹⁷. Si l'on revient sur les derniers propos de Pauline Escande-Gauquié et qu'on s'intéresse aux travaux de Gustavo Gomez-Mejia sur la question de la mise en scène de soi, on en vient rapidement à remettre en question cette authenticité exacerbée, à la nuancer. La création d'un cadre, la préparation des vidéos et l'attention portée à son apparence, contribueraient-elle à la construction d'un faux soi ? Un soi qui serait contrôlé et donné à voir ? D'un côté, les youtubeurs qui proposent ces contenus se montrent tels qu'ils sont à la différence de beaucoup sur Internet avec l'anonymat et le pseudonymat : on voit de « vraies » personnes parler de leur « vraie » vie et de leurs sentiments. De l'autre, ils se présentent au monde de la manière dont ils le souhaitent, disant eux-mêmes que la réalité n'est pas aussi rose qu'on pourrait le penser et qu'ils se montrent sous leur meilleur jour. Ce « récit de soi » participe à la création d'une identité virtuelle projetée⁹⁸, à la fois dynamique car l'identité est une notion en mouvement perpétuel et figée au sein des contenus sur la plateforme. Cette fausse authenticité critiquée par beaucoup est justifiée par la youtubeuse étudiante en psychologie Léa Choue comme étant synonyme d'une réalité parfois fantasmée et dépersonnalisée par le public. Un public aux attentes ambiguës car désireux d'avoir accès à un contenu à la fois plus « professionnel », qualitatif, esthétique et travaillé, et en même temps authentique. Dans ces conditions, comment se positionner en tant que youtubeur ? Il semblerait qu'il faille parvenir à la tâche ardue qu'est celle de trouver le juste milieu. Soulignons également l'importance des vidéonautes dans le processus de démocratisation car elle vient compléter, en

⁹⁵ « Le taux d'engagement correspond au nombre de gens qui ont aimé, partagé, commenté ou cliqué sur une publication par rapport au nombre total de gens qui ont vu cette publication. », « Taux d'engagement Facebook », *1min30.com*, <<https://www.1min30.com/dictionnaire-du-web/taux-engagement-facebook#:~:text=%E2%80%93%20D%C3%A9finition%20par%20l'agence%201min30,pour%20une%20publication%20en%20particulier>>

⁹⁶ Un profil avec 1 000 followers enregistre un taux d'engagement de 8%, tandis qu'à partir de 10 000 followers ce taux chute à 4%, Anonyme, « Instagram Marketing: Does Influencer Size Matter? », *Markerly.com*, <<https://markerly.com/blog/instagram-marketing-does-influencer-size-matter/>>

⁹⁷ Bisailon, Erika, « Réseaux sociaux : les « mésinfluenceurs » et les influenceurs du mieux-être », *L'Exemplaire.com*, 13/01/2020, <<https://www.exemplaire.com.ulaval.ca/reportages/les-mesinfluenceurs-et-les-influenceurs-du-mieux-etre/>>

⁹⁸ Le placement de YouTube sur le mapping de Gustavo Gomez-Mejia inspiré par les typologies des plateformes relationnelles de D. Cardon dans *Le design de la visibilité* en 2008 (document confidentiel)

partie, ce manque d'authenticité avec la moindre exposition dont ils bénéficient du fait de leur (pseudo-)anonymat.

Pour leur accorder leur confiance, le discours des youtubeurs doit être perçu comme légitime par leur audience. La légitimité n'est pas universelle et attribuable à un individu ou une organisation, elle n'existe pas en tant que telle. Pour l'opinion publique, les instances médicales, institutions publiques, associations ou médias, en tant qu'instances plus institutionnelles et ancrées dans le temps, sont considérés de fait comme plus légitimes pour parler de santé mentale que les individus qui s'expriment sur Internet. Mais la légitimité qui importe ici est celle donnée par les jeunes vidéonautes à ceux dont ils regardent le contenu sur YouTube. En l'absence de légitimité évidente, c'est aux youtubeurs de se légitimer. Par eux-mêmes, par leur audience, par les experts, par les médias, par les institutions. Alors que ces nouvelles prises de parole ne se conforment pas aux codes institutionnels, quels processus de (auto-)légitimation sont à l'œuvre en matière de santé mentale ? Comment un youtubeur trouve-t-il une légitimité à parler de ces sujets ? Et comment celle-ci est-elle perçue ? Pour chacun les enjeux sont différents, selon qu'ils soient professionnels, amateurs ou *pro-am*⁹⁹. Un youtubeur médecin ou thérapeute aura des facilités à légitimer son discours en mentionnant son statut et en usant d'une terminologie professionnelle qui accompagne et justifie cette revendication. La récente libération de la parole a ouvert la voie à des non-experts pour aborder ces sujets. Les vulgarisateurs scientifiques vont, par exemple, se construire progressivement un statut d'expert. Le youtubeur Cyrus North se confiait en entretien : « Je pense que la légitimité se bâtit avec le temps. Aujourd'hui, j'ai acquis une forme de légitimité sur des thématiques alors que je ne parlais de rien. Et quelque part, j'ai tellement lu et travaillé mes sujets, alors je ne suis pas un expert mais je n'y connais pas rien. Je suis assez team "c'est en forgeant qu'on devient forgeron". Des propos confirmés par l'autrice Pauline Adenot sur « l'émergence des amateurs de vulgarisation scientifique et de la constitution progressive d'un ethos de l'expertise »¹⁰⁰ : « Il ne lui [suffit] pas pour autant de prétendre à la légitimité pour l'obtenir : le vulgarisateur scientifique va devoir conquérir peu à peu en construisant un personnage crédible, autrement dit en construisant l'ethos de l'expert pro-am, entendu ici comme expert non pas nécessairement d'une discipline particulière mais d'une forme de vulgarisation et donc de pédagogie. » Les youtubeurs non-professionnels qui n'ont pas vocation à vulgariser ces sujets ou à obtenir le statut d'expert auprès de leur audience, alternent entre arguments d'autorité (études, citations de thérapeutes...) et d'expression personnelle (partages d'expérience, témoignages...) pour légitimer leur discours. Leur manière d'aborder ces sujets et la fréquence ont un rôle important dans ce processus. La youtubeuse La Carologie a récemment acquis une certaine légitimité à parler de ces sujets de par la fréquence de ses publications et de l'attention portée à prodiguer une information et des témoignages qualitatifs. Recourir à des partenariats avec des organisations ou des professionnels de santé dont la légitimité est reconnue peut s'avérer idéal pour permettre à ces youtubeurs de gagner en légitimité - comme l'est d'ailleurs l'inverse pour gagner en authenticité. Nous avons par exemple observé des partenariats entre youtubeurs non-pro et youtubeurs

⁹⁹ Adenot, Pauline, « Les pro-am de la vulgarisation scientifique : de la co-construction de l'ethos de l'expert en régime numérique », *Itinéraires*, 2016, <<http://itineraires.revues.org/3013>>

¹⁰⁰ *Idem*.

psychiatres comme Cyrus North et Le Psylab ; ou La Carologie et Les Gracieuses ; et un partenariat entre un youtubeur et un média avec Sullivan Gwed et France tv Slash. Lors de notre entretien, Hana Nafa (Les Gracieuses) nous confie les propos de Carolina à l'origine de leur collaboration autour des idées suicidaires : « ce qui serait vraiment chouette et me rassurerait ce serait qu'on fasse un partenariat et qu'en même temps que je poste ma vidéo, toi tu postes une vidéo en tant que psychiatre ». D'après Hana Nafa, « elle avait un peu envie de cadrer son propos car je pense que ça la stressait un peu de parler de cette thématique ». Les vidéos créées séparément mais dans une volonté de complémentarité, soulignent pour nous deux légitimités essentielles dans le domaine de la santé mentale sur YouTube : une légitimité de la connaissance et une légitimité du vécu. La présence quasi systématique de *disclaimers*¹⁰¹ vient appuyer la nécessité qu'ont les youtubeurs de situer leur position et leurs aptitudes à parler d'un tel sujet, et permet d'éclairer l'audience sur le type de légitimité qu'elle souhaite leur conférer. Dans la même veine, la crédibilité repose principalement sur la légitimité perçue mais également sur la réputation du youtubeur (historique, éventuelles polémiques, contenu...) et la forme du contenu, le pseudoscientifique pouvant aller jusqu'à déroger le scientifique si la forme de son discours est plus attrayante¹⁰².

Autres leviers identifiés : l'autorité et l'admiration qui accentuent le pouvoir d'influence, et le sentiment de privilège. Il arrive que les youtubeurs produisent leurs propres discours d'escorte en parlant des coulisses de YouTube et de l'impact de leur activité sur la plateforme sur leur santé mentale. Une forme de mise en abyme qui vient assouvir la curiosité et renforcer un sentiment de privilège pour l'utilisateur qui peut avoir l'impression d'accéder à quelque chose de secret, à une sphère qui lui est en principe inatteignable, surtout s'il admire et affectionne particulièrement le youtubeur en question, qui lui dévoile une part de son intimité.

À ces caractéristiques identitaires principalement déclaratives car délivrées délibérément par l'utilisateur et qui correspondent à la "représentation de soi", peuvent s'ajouter deux autres composantes complémentaires théorisées par que la Maître de conférences en SIC Fanny Georges¹⁰³ : l'identité agissante (mention explicite des activités du youtubeur par la plateforme) et l'identité calculée (chiffres apparaissant sur le profil du youtubeur). Il est important de garder à l'esprit que notre analyse s'effectue au sein d'un système technologique qui possède ses propres attributs et déterminants.

Identification, proximité, authenticité, légitimité, crédibilité, autorité et admiration. Les clés pour une démocratisation de la santé mentale par les youtubeurs ?

C. Discours et communication : un système codifié ?

¹⁰¹ Définition de *CambridgeDictionary.org* traduite de l'anglais au français : une déclaration formelle indiquant que vous n'êtes pas légalement responsable de quelque chose, comme les informations données dans un livre ou sur Internet, ou que vous n'y êtes pas directement impliqué, « Disclaimer », *Cambridge-Dictionary.org*, <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/disclaimer>>

¹⁰² Kammerer, Béatrice, « Crédibilité des experts : la forme compte », *SciencesHumainesMagazine.com*, Mensuel N°305, Juillet 2018, <https://www.scienceshumaines.com/credibilite-des-experts-la-forme-compte_fr_39783.html>

¹⁰³ Cours de Gustavo Gomez-Mejia citant Georges, Fanny, « Les composantes de l'identité dans le web 2.0, une étude sémiotique et statistique. Hypostase de l'immédiateté », *HALArchives-Ouvertes.fr*, 18/08/2017, <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00332770v2/document#:~:text=A%20la%20diff%C3%A9rence%20de%20l,produit%20imm%C3%A9diat%20de%20son%20activit%C3%A9.>>>

À l'image des youtubeurs *gamers*, *beauté* ou *humour* et des usages attendus chez eux, le dispositif dans lequel le youtubeur parle de santé mentale est-il régi par un système fait de codes, d'une grammaire, d'un langage, d'un lexique spécifiques ? Existe-t-il un nouveau genre d'expression personnelle médiatisée sur ce sujet ? Une forme de discours qui permettrait au destinataire d'identifier directement le type de contenu. Pourrait-on parler de standardisation de ces contenus ? En bref, le youtubeur "santé mentale" existe-t-il ?

Pour y répondre, nous nous sommes intéressés au fond, à la forme et à la temporalité des contenus étudiés. Lorsque les youtubeurs parlent de santé mentale, de quoi parlent-ils exactement ? Principalement de mal-être psychologique, de souffrances liées au rapport au corps, au regard des autres, aux relations toxiques, de dépression, d'addictions, de troubles du comportement alimentaires (TCA), d'anxiété et d'angoisse, de troubles mentaux, ou à l'inverse de bien-être psychologique avec le développement personnel et la psychologie positive. Les sujets prédominants sont à la fois représentatifs des réalités de notre société, des maux psychologiques qui touchent les jeunes et de ceux induits par les réseaux sociaux basés sur l'image, ainsi que l'acceptation sociale de ces sujets. Des sujets plus "tendus" et tabous car moins connus et perçus comme plus violents tels que l'automutilation et le suicide ont également leur place dans ces contenus, même s'ils se font bien plus rares. Lorsqu'ils parlent de santé mentale, les youtubeurs mentionnent-ils les thérapies associées au soin des mal-être et troubles psychologiques ? Ils sont nombreux à le faire mais ce n'est pas systématique, ce qui parfois se comprend. Parfois, cela manque au contenu ; et parfois, cela pourrait être amélioré. Nous aurons l'occasion d'approfondir la question par la suite.

Lorsque les youtubeurs parlent de santé mentale, à quelle fréquence le font-ils ? Certaines chaînes traitent uniquement ce sujet (Le Psylab, La Psy Qui Parle), quand d'autres le comptent parmi leurs thématiques de prédilection (La Carologie, Les Gracieuses, Vivre Avec, Antastesia), quand d'autres encore l'abordent de manière occasionnelle (Ayo Coralie, Cyrus North, Demos Kratos, Sullivan Gwed, Léna Situations, Anthonin) voire très occasionnelle (Horia, EnjoyPhoenix, Sandra). Nous pouvons déjà souligner des différences intéressantes concernant les profils des youtubeurs. Les premiers sont des professionnels de santé ; les deuxièmes intéressés par des sujets divers et plutôt militants ; les troisièmes proposent un contenu spécialisé (respectivement maquillage, philosophie et politique) et l'évoquent quand l'occasion se présente (live spontané de Demos Kratos, réaction à l'actualité de Cyrus North) ou alors sont des jeunes qui livrent leur vie sur YouTube ; et les quatrièmes sont des "stars" de YouTube.

Lorsque les youtubeurs parlent de santé mentale, comment en parlent-ils ? Il y a plusieurs manières d'aborder le sujet : le faire directement ou en parler indirectement en mentionnant sa propre santé mentale. Entre contenus spécifiques avec des formats dédiés et contenus plus classiques avec des formats habituels, il ne semble pas y avoir de format réellement "type" mais certains traits récurrents méritent d'être soulignés. Les scénographies sont relativement similaires et propres aux codes sur la plateforme : le youtubeur est en "face cam" devant son "YouTube background", l'espace qu'il a choisi et aménagé pour réaliser sa (ou ses) vidéo(s). Sinon la mise en scène est modeste à l'exception de quelques vidéos plus scénarisées, le degré de préparation et la temporalité sont variables, et comme le reste des contenus, certaines vidéos sont plus ou moins structurées, argumentées et faites avec recul, ou spontanées. Et quand certains s'éloignent de cette simplicité, ils y

reviennent à grands pas, comme Julien Malara qui, lors de notre entretien et au sujet de sa vidéo live sur la dépression, l'admet : « je ne faisais vraiment plus de vidéos personnelles sur la chaîne donc je ne parlais jamais aux gens. Quand je faisais des vidéos face cam, je pouvais toujours glisser une blague, je pouvais parler naturellement... Alors qu'avec toutes les vidéos montées, les documentaires, je ne pouvais plus parler librement, j'étais cantonné à des scripts. Et quand j'ai fait le live, je me suis senti tellement bien car j'ai pu renouer un contact avec les abonnés. » Ce genre de vidéos tournées "sur le moment" est plus rare mais existe bel et bien et sous d'autres formes, comme Lucasdorable et sa vidéo « J'avais besoin de vous parler (et de m'appliquer plein de makeup sur la tronche) »¹⁰⁴ ou les "Vlogs à l'arrache"¹⁰⁵ de La Carologie. Le plus souvent, les youtubeurs – de par la nature du format ancré de la vidéo - ont la volonté de publier des réflexions plus abouties et donc moins instantanées que sur d'autres plateformes comme Instagram mais ils sont de plus en plus nombreux à souhaiter montrer leurs bas comme leurs hauts, les réalités qu'ils traversent au-delà de l'idéalisation qu'ils provoquent. Pour Cyrus North, « notre rôle en tant que créateur/influenceur, et plus influenceur là je crois, c'est de parler de ces choses-là, pas de parler que des trucs positifs qui nous arrivent, parler aussi des problèmes, j'ai l'impression que ça se fait déjà et de plus en plus. Plus le lien est fort avec la communauté, plus on est enclin à le faire. Je pense qu'il faut continuer dans ce sens. » Assumer complètement son identité, une manière d'affirmer son authenticité et de gagner en proximité ? Les trois registres les plus présents sont les registres didactique, pathétique et humoristique, et il est intéressant de les voir se mélanger : didactique et pathétique chez La Carologie, didactique et humoristique chez Cyrus North, ou encore les trois chez Horia. Voici quelques formats types que nous avons identifiés : le format "storytime/solutions," initié en 2014 par EnjoyPhoenix avec sa vidéo sur le cyberharcèlement¹⁰⁶, qui souligne le besoin de (se) raconter et d'apporter en même temps une plus-value à son audience, et qui est par exemple repris par Horia dans sa vidéo sur l'automutilation¹⁰⁷ ; le format "chit chat" (de l'anglais, signifiant "conversation sans importance"), autre forme de témoignage et de partage d'expérience sur le ton léger de la confidence autour d'une autre activité comme le pratique Lucasdorable avec le maquillage ; le format "révélation" lorsque le sujet est traité frontalement et de manière inattendue par un youtubeur qui parle de sa santé mentale ; le format "sensibilisation", parfois uniquement fondé sur de la théorie mais le plus souvent contrebalancé par un apport personnel et émotionnel du youtubeur ou d'une personne qu'il interviewe sur sa chaîne comme La Carologie ; le format "pédagogie & divertissement" adopté par les youtubeurs qui vulgarisent à grand renfort de pop culture comme La Psy Qui Parle avec le personnage du Joker¹⁰⁸, Le Psylab avec le rock¹⁰⁹ ou Cyrus North

¹⁰⁴ Lucasdorable, « J'avais besoin de vous parler (et de m'appliquer plein de makeup sur la tronche) », *YouTube.com*, 06/10/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=jYSpK3UMQhY>>

¹⁰⁵ La Carologie, « VLOG À L'ARRACHE #2 », *YouTube.com*, 02/05/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=5zWgwzqFQ7Y>>

¹⁰⁶ EnjoyPhoenix, « Le harcèlement au Lycée | Mon histoire et mes solutions ! », *YouTube.com*, 29/10/2014, <<https://www.youtube.com/watch?v=AWpkDtbM90s>>

¹⁰⁷ Horia, « L'AUTO-MUTILATION - ShareHoria », *YouTube.com*, 15/01/2017, <<https://www.youtube.com/watch?v=5j-xGCQfnKc&t=11s>>

¹⁰⁸ La Psy Qui Parle, « L'avis PSY sur le JOKER (2019) », *YouTube.com*, 08/12/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=3h09nseVUCA>>

¹⁰⁹ Le Psylab, « Un festival de Rock pour prévenir le suicide ? », 12/09/2020, *YouTube.com*, <https://www.youtube.com/watch?v=x7hzSS_gRnA>

avec la série *Game of Thrones*¹¹⁰ ; le format “lyrique” au montage et mises en scène de soi étudiées à la manière d’un contenu autobio-cinématographique comme Léna Situations¹¹¹ et Raïssa Gloria¹¹² ; ou encore le format “Q&A” (de l’anglais “questions and answers”, signifiant “questions et réponses”) très interactif et directement tourné vers la communauté du youtubeur à laquelle il répond. Pédagogie ou divertissement ? Vulgarisation scientifique ou témoignage personnel ? Approches théoriques et factuelles ou pratiques et émotionnelles ? Pourquoi choisir ? Les youtubeurs nous montrent qu’il est possible de tout associer, soit sur une même chaîne, en variant les formats de contenu, soit au sein d’un même contenu avec une liberté dans la posture adoptée. Les tons employés sont plus ou moins positifs et enjoués, variant selon l’angle adopté plus que selon le sujet choisi. Lorsque les youtubeurs se livrent, leur discours est empreint de peine, de difficultés à s’exprimer sur ce qui les traverse. Ils cherchent leurs mots et laissent libre cours à leurs émotions “en direct”, comme Antastesia et ses vidéos “*raw emotions*” (de l’anglais, signifiant “émotions brutes, crues”). Mais contrairement à ce que l’on pourrait penser, il est également possible d’aborder un sujet considéré comme “sérieux” avec humour, ironie et autodérision. À ce propos, le vulgarisateur Cyrus North « pense qu’il y a assez de témoignages, de tons solennels, qui correspondent aussi à cette thématique qui est dure, la plupart des contenus ont ce ton-là », raison pour laquelle il tente de proposer quelque chose de différent. Une manière de dédramatiser, de distancier, d’alléger... de se protéger ? Nous avons observé que le lexique de la santé mentale était plus ou moins employé selon le degré d’expertise du youtubeur. Comme évoqué en amont, les disclaimers sont quasiment omniprésents pour justifier sa position et anticiper les réactions critiques.

S’il est primordial d’analyser le comportement des youtubeurs dans leurs vidéos, nous avons également prêté attention aux autres éléments constitutifs des dispositifs étudiés. Le titre et la miniature sont essentiels pour permettre aux vidéonautes d’identifier le sujet et de comprendre en un coup d’œil le ton, l’approche et l’intensité avec lesquels le youtubeur va l’aborder.

La santé mentale, un sujet militant ? Notre analyse nous a permis de soulever des similitudes avec des vidéos sur des sujets liés aux champs de la lutte contre les discriminations (sexisme, racisme, LGBTphobies, validisme, etc.), à la diversité, à l’inclusion sociale. Cela nous invite à tisser un parallèle avec les territoires d’expression des minorités, avec une différence majeure : il n’y a pas de mouvement social, de groupes identifiés comme luttant pour une meilleure prise en compte de la santé mentale dans la société. Les chaînes de réflexion qui parlent de santé mentale traitent d’ailleurs également ces sujets militants (Antastesia, La Carologie, Antitésie, Les Gracieuses...), et ce n’est pas pour rien d’après Hana Nafa (Les Gracieuses), qui lie par exemple étroitement les sujets d’identité de genre et orientation sexuelle et de santé mentale : « Évidemment, quand on est transgenre, homosexuel, ou quoi que ce soit qui n’entre pas dans la norme de ce côté-là, on est en proie à des difficultés de santé mentale car on vit le rejet, la culpabilité, la honte, etc. ». La

¹¹⁰ Cyrus North, « Il manque un psy dans *Game of Thrones* 🔥 », *YouTube.com*, 23/05/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=R-UAdogsaw&t=36s>>

¹¹¹ Léna Situations, « LE BLUES || Léna Situations », *YouTube.com*, 03/02/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=VP0o-0jOM0M>>

¹¹² Raïssa Gloria, « MOI ET MES PENSÉES. | MademoiselleGloria », *YouTube.com*, 29/09/2019, <https://www.youtube.com/watch?v=gqNWckeE0_k&fbclid=IwAR1Jbb17Jg5t7EGcEv3nTryCwKXODsdcBGAJWcJhPOwIXv0k7mqe1tbCLhk>

différence, ce qui sort du cadre ordinaire de la société, si elle est tolérée, est difficilement acceptée, et représente un vivier pour les discriminations quelles qu'elles soient. De plus, le militantisme qui demande beaucoup d'énergie est parfois source de stress et de déprime, ce n'est pas pour rien qu'on parle de luttes. L'éco-anxiété ou solastalgie, relative à une lutte sociale et environnementale en est le parfait exemple. C'est un mal actuel qui touche notamment Julien Malara (Demos Kratos) et est à l'origine de son livre sur la dépression.

Notre analyse tend à démontrer qu'il n'y aurait pas un mais des systèmes, une pluralité et différents niveaux de codes : les codes propres à YouTube, les codes propres à la catégorie de contenu des youtubeurs (vulgarisation, lifestyle, divertissement, réflexion, psychologie...) et leurs codes personnels. Même si « on retrouve un "langage YouTube", quel que soit le contenu »¹¹³, on note une diversité de "sous-langages". Les "grands" youtubeurs dits *mainstream* vont avoir tendance à aborder le sujet de manière similaire, tout comme les youtubeurs professionnels de santé, les youtubeurs vulgarisateurs, les jeunes youtubeurs « millenials friendly », etc. Nous avons commencé à dessiner les lignes d'une typologie de contenus, mais établir une vraie typologie de youtubeurs aurait été contre-productif, limitant notre appréhension du sujet. Selon nous, l'existence de ces codes, différents et complémentaires, permet justement de favoriser la démocratisation de la santé mentale. Hypothèse qui trouve sa réponse dans la partie suivante.

2. Réceptions, interactions et actions, tous influenceurs et influencés ?

Quelle est l'influence directe et indirecte de l'activité des youtubeurs sur la santé mentale des jeunes qui visionnent leur contenu ? Comment sont perçus et reçus ces contenus ? Comment circulent-ils ? Quelles interactions et processus d'influence en découlent-ils ? Cette partie se penchera sur ces questions, se basant notamment sur une analyse partielle des commentaires disponibles publiquement sous les vidéos. Notons que ceux-ci représentent une infime partie des réactions des visionneurs car la majorité est silencieuse – les personnes regardent le contenu sans commenter ni même liker - et que les échanges issus de nos entretiens avec des youtubeurs viendront apporter davantage de matière à nos propos.

Quelles motivations ont les jeunes quand ils regardent des vidéos sur YouTube ? Que recherchent-ils, qu'apprécient-ils ? Le divertissement, l'évasion, la découverte, l'apprentissage, le bien-être... L'enjeu pour les youtubeurs est donc de réussir à capter et garder l'attention sur des sujets souvent perçus négativement. Mais avant de savoir comment ils y parviennent, demandons-nous comment le contenu vient-il à être visionné. Le youtubeur Adam Bros différencie le « youtube grand public » du « youtube de niche »¹¹⁴. Les vidéonautes sont effectivement plus ou moins adeptes et sensibles à ces sujets. Quand certains taperont des mots-clés pour en savoir plus, d'autres tomberont dessus par hasard... L'idéal étant de s'adresser, d'atteindre et d'intéresser ces différents publics. Il existe plusieurs clés d'entrée plus ou moins éloignées de la question. Les plus directes :

¹¹³ La Ruche Média TV, « Les youtubeurs vus par la sémiologue Pauline Escande-Gauquié. », *YouTube.com*, *op. cit.*

¹¹⁴ Adam Bros, La fin de YouTube. (réponse JDG, Léna Situations etc.), *YouTube.com*, 29/12/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=jFmLXUHvIXM>>

des jeunes intéressés par le sujet qui effectuent des recherches par mots-clés sur la plateforme ; d'autres intéressés par le youtubeur mais pas particulièrement par le sujet, qui auront l'opportunité de le découvrir ; d'autres encore intéressés par le youtubeur car il évoque ce sujet régulièrement. Les moins directes, qui nécessiteront une médiation, l'intervention d'un tiers - humain ou technologique - pour visionner la vidéo, qu'il s'agisse de son partage par un proche ou d'une recommandation algorithmique.

A. Perception et ressentis des jeunes vidéonautes face aux contenus


Regarder ces vidéos va déclencher des émotions, pensées et réactions chez ceux qui les visionnent. Comment le contenu est-il reçu et perçu par les jeunes utilisateurs ? Les réactions sont la plupart du temps positives et bienveillantes. Elles diffèrent selon le youtubeur et le contenu, mais se recoupent pour l'essentiel de la manière suivante :

- Identification au sujet/vécu du youtubeur

Commentaires présents sous la vidéo « Avoir des pensées suicidaires » de La Carologie¹¹⁵



¹¹⁵ La Carologie, « Avoir des pensées suicidaires », *YouTube.com*, 30/04/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=zT2Y-MVq6CQ&t=195s>>

 **Un Monde Plus Beau** il y a 1 jour

Je me retrouve tellement dans tout ce que tu as dit. J'écoute particulièrement tes vidéos du moment car ta situation je la vis depuis quelques mois en force même si c'était déjà le cas avant depuis des années et j'étais dans le déni de mes propres souffrances et ma mère l'a été aussi..... Je me suis retrouvée en réa après une tentative cet été et depuis j'essaie t'en bien que mal après 3-4 mois d'isolement quasi totale. Et j'ai été interné sans mon consentement alors que j'étais majeure.

Quand tu dis que les autres nous reproches et nous culpabilise lorsqu'on pleure ect ça renforce le fait que nous osons encore moins en parler. Je comprend tout a fait ce que tu ressens et combien je sais à quel point les autres ne peuvent comprendre le fond de notre mal-être car comme tu l'as si bien dit, parfois on ne sait pas nous-mêmes expliquer concrètement le pourquoi du comment et d'autant plus difficile à vivre.....

Ça me fait tellement de bien d'entendre une autre personne ressentir exactement les mêmes choses. Tellement ce besoin d'en parler et peu sont là pour vraient essayer de comprendre et de surtout prendre le temps de m'écouter..... et la peur de saouler les autres avec nos histoires, de ne pas se sentir légitime surtout quand on est en couple et que la personne ne supporte pas ou plus nos états dépressifs sur le long terme ça peut gâcher des relation et avoir un impact réel sur notre cercle social.


Merci à toi d'avoir parlé de ce sujet en public surtout avec ce que tu vis en ce moment.... c'est vrai qu'avec le confinement c'est encore plus dure, le fait de ne pas pouvoir de ressourcer dans la nature, qui pour moi est primordial à mon bien être psychologique.

Les câlins c'est la vie et je t'en envoie tout pleins virtuellement ♥ Gros bisous

Moins


👍 1 🗨️ RÉPONDRE

Commentaires présents sous la vidéo « JE SUIS ANGOISSÉ ! » de Sulivan Gwed¹¹⁶

 **lolus pocus** il y a 5 mois


je me suis reconnue à 100% et c'est trop agréable que des mots soient posés là dessus prcq c'est si confus quand j'essaye de me l'expliquer

👍 🗨️ RÉPONDRE

 **RACHA RABII** il y a 5 mois


SAME!!

👍 🗨️ RÉPONDRE

 **Amaïa Jeon** il y a 5 mois


Le sujet ne peut pas être mieux abordé que par une personne qui l'a vécu, superbe vidéo !

👍 🗨️ RÉPONDRE

 **James le Quaenixe** il y a 5 mois


On est bientôt en 2020, j'ai le même âge que toi et je te suis depuis 2015. J'ai grandi avec toi donc merci pour tout ce que tu nous apportes ♥

👍 🗨️ RÉPONDRE

 **Tilla Dcp** il y a 5 mois


Ta vidéo ne peu pas mieux tomber 😞

👍 🗨️ RÉPONDRE

 **Dolce QBC** il y a 5 mois


Première fois que qlq arrive à expliquer ce que je ressens à ma place wow

👍 🗨️ RÉPONDRE

 **Coumba Cisse** il y a 5 mois

J'ai l'impression que grâce à cette vidéo je viens d'apprendre que je suis anxieuse 😊

👍 🗨️ RÉPONDRE

 **Thelma Galinier** il y a 5 mois


MERCI BEAUCOUP, vraiment. merci de mettre des mots sur ce que je ressens.

👍 🗨️ RÉPONDRE

¹¹⁶ Sulivan Gwed, « JE SUIS ANGOISSÉ ! », *YouTube.com*, 30/04/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=MWpoYwYpUMA>>

- Témoignages personnels

Commentaires présents sous la vidéo « Avoir des pensées suicidaires » de La Carologie¹¹⁷

 **Pénélope Desbuissons** il y a 5 mois

Je me sens tellement concernée par cette vidéo que je souhaite parler un peu de mon expérience aussi Depuis début collège je souffre aussi d'anxiété, je déteste en parler car j'ai peur que les gens me prennent pour une malheureuse, pauvre. Que les gens me disent que j'en fais trop pour avoir des gentillesse de tout le monde. Je suis peut être encore jeune pour parler de mon expérience mais cette anxiété me gâche la vie. A chaque nouveautés, chaque épreuves, de ma vie je souffre, je ne suis plus moi mêmes. Je ne peux pas expliqué cette sensation mais dans ces moments, je ne peux rien faire je pleure et cela me rend malade. J'ai vu de nombreuses personnes pour changer se comportement, entre autre psychologue mais c'est un hypnothérapeute qui m'a fait changer. Aujourd'hui mon anxiété est toujours présente mais j'arrive mieux à la maîtriser. Merci Sullivan Pour cette vidéo <3 <3

Moins


👍 6 🗨️ RÉPONDRE

 **Iremtuglu W** il y a 5 mois

Moi aussi je souffre d'anxiété et j'ai le même problème je sais pas depuis quand 😊😭😭😭

👍 44 🗨️ RÉPONDRE

▼ Afficher les 11 réponses


 **saigocha damida** il y a 1 jour

en ce qui me concerne, j'ai eu des envies suicidaires suites au décès d'un ami qui s'était pendu, j'étais loin géographiquement d'ou c'était arrivé, j'étais la seule personne la ou je vivais à l'avoir connu, j'avais donc du mal à trouver le soutien d'on j'avais besoin à ce moment la... la seule chose qui me retenait, c'était de laisser mes proches, mes parents, mon chien... ce qui a coupé net ces pensées la c'est lorsque que deux semaines après avoir appris le décès de mon ami, j'ai découvert dans le bois a cotes de la ou je vivais le corps pendu d'un autre ami... ça a été un choc très dur mais ça m'a fait réaliser que je ne voulais pas être comme ça, le fait de voir pour la première fois un cadavre humain ça m'a clairement fait me dire que la vie était précieuse et méritait d'être vécue. Cependant, je n'en sors pas sans aucunes séquelles, j'en fait encore des cauchemars et je vis avec l'angoisse de perdre à nouveau un proche de cette manière la, de pas voir venir le truc, de pas être la au bon moment... des que un de mes proches va mal je l'imagine pendu... mais j'ai du mal à en parler, comme tu dis j'oses pas en parler à cause de pleins de raisons débiles... j'espere que ta vidéo m'aideras à en parler avec mes proches lorsque je m'inquiète pour eux

Moins

👍 6 🗨️ RÉPONDRE

Commentaires présents sous la vidéo « JE SUIS ANGOISSÉ ! » de Sullivan Gwed¹¹⁸

 **une personne** il y a 1 jour

Je me reconnais tellement mais tellement dans ce que tu dis !

J'ai commencé a avoir des pensées suicidaires vers 11 ans. Je souffrais énormément j'étais harcelée, physiquement j'ai une maladie très douloureuse et handicapante qui a fait que j'ai du arrêter tout mes loisirs (j'étais très sportive) et quand j'essayais de parler à mes parents de mon mal être, de à quel point j'avais mal physiquement c'était toujours moi qui exagérait... Le harcèlement c'était « juste des blagues de jeune » j'avais pas d'amis parce que j'étais trop timide, j'étais trop fragile pour supporter la douleur et ma maladie c'était pas grand chose à côté de ceux qui avait un cancer par exemple... Donc j'ai arrêté d'en parler pendant des années. Comme tu le racontes, je pensais à passer sous le camion qui arrivait ou encore à me pendre avec mes lacets, à boire des produits toxiques, à m'étrangler avec mon écharpe l'hiver ect

C'était horrible mais je me sentais prise au piège. Si j'en parlais à mes parents ça serait pas grave, ça serait ma faute, je serais juste lâche et égoïste. Et si j'en parlais à mes amis, j'avais peur de les décevoir, de les blesser, qu'ils puissent me forcer à aller en hôpital psychiatrique (alors que j'ai un très gros traumatisme des hôpitaux à cause de ma maladie) ect

Du coup j'ai rien dit, j'ai tout gardé pour moi pendant près de 6 ans. Je cachais à quel point j'allais mal. En parallèle j'ai commencé à trainer sur un forum parlant de politique sur internet, j'ai sympathisé avec des gens dessus et un jour j'ai eu le courage d'en parler à un membre avec qui je m'entendais bien. Ça a été très difficile, mais ça m'avait alors énormément soulagée. J'ai réussi quelques mois plus tard à en parler à mon meilleur ami que je connais depuis longtemps en qui j'ai totalement confiance. Je savais qu'il serait assez calme, qu'il ne chercherait pas à me faire culpabiliser et ne minuterait pas mais ne serait pas non plus dans la panique totale. Ça a été aussi très dur, mais ça m'a encore une fois vraiment aidée et depuis je commence à remonter la pente. Mon prochain objectif après le confinement sera d'en parler à ma psy...

Moins

👍 2 🗨️ RÉPONDRE

- Réflexions en lien avec le sujet évoqué

¹¹⁷ La Carologie, « Avoir des pensées suicidaires », *YouTube.com, op. cit.*

¹¹⁸ Sullivan Gwed, « JE SUIS ANGOISSÉ ! », *YouTube.com, op. cit.*

Commentaire présent sous la vidéo « DOUZE HEURES AUX URGENCES » de La Carologie¹¹⁹



Le Muscardin il y a 3 semaines (modifié)

À la fin de la vidéo, tu dis qu'il ne faut pas hésiter à demander à se faire hospitaliser si tu en ressens le besoin, même si t'es pas au bout de ta vie.

Alors je sais pas comment ça se passe à Genève, mais je peux te dire que dans le canton de Vaud, vaut mieux arriver en t'étant déjà fait du mal (visible) sinon c'est retour chez toi direct, sauf si tu as la "chance" de ne pas avoir de famille pour t'aider. Et même si tu dis que tu as envie de mourir ET de passer à l'acte, ils voudront pas...

Je suis persuadée que les êtres humains qui travaillent dans le milieu hospitalier psy ne veulent pas mal faire. Mais la psychiatrie hospitalière actuelle a deux problèmes majeurs:

1. Pas assez de moyen. Et clairement c'est con à dire mais s'ils avaient plus de budget ils auraient plus de personnel, plus de lits. Plus de temps à nous consacrer, humainement. Au lieu de ça, ils n'y a pas de temps pour des entretiens en cas de crise alors ils te donnent un médicament pour te calmer, t'assommer, te zombifier...

2. Ils sont dans le paradigme de la culpabilité. Au lieu de soutenir les gens, ils les culpabilisent pour les 'responsabiliser' sauf qu'ils le font toujours d'une manière ultra trash et infantilissante. Par exemple, si tu te coupes lors d'une crise, ils te donnent de quoi te soigner mais c'est à toi de te faire ton bandage... Imaginez qu'on fasse pareil avec quelqu'un qui vient d'avoir un accident et qui s'est ouvert la jambe. On lui dirait qu'il n'avait qu'à faire attention et qu'il aurait quand même pu éviter d'avoir cet accident... Il y a vraiment une différence de perception entre le physique et le psychique.

Les malades psy n'ont clairement pas le droit à des soins dignes.

Moins

👍 44 🗨️ RÉPONDRE

- Gratitude, reconnaissance et remerciements

Commentaires présents sous la vidéo « Avoir des pensées suicidaires » de La Carologie¹²⁰



Tatiana Vaillant il y a 1 jour

J'ai pleuré de soulagement tout le long et je n'ai qu'une chose à dire : merci Caro. ♥♥♥

👍 12 🗨️ RÉPONDRE



Lan Yën il y a 1 jour

Merci, Merci d'avoir eu le courage d'en parler, merci d'avoir contourné l'avis de la société pour oser aborder ce sujet. Merci d'avoir mis le doigt sur ce qui fait mal, merci d'avoir été franche et transparente. Je me suis énormément retrouvée dans cette vidéo merci pour toutes ces vérités

👍 2 🗨️ RÉPONDRE



Juliette Berbé il y a 1 jour

Merci d'avoir parlé de ça ❤️

👍 2 🗨️ RÉPONDRE



Human Wild il y a 1 jour

Merci infiniment 🙏

👍 2 🗨️ RÉPONDRE



Tiphaine Pcd il y a 22 heures

c'est tellement important d'en parler, merci pour ça

👍 1 🗨️ RÉPONDRE



C M il y a 1 jour

Juste... merci

👍 2 🗨️ RÉPONDRE



Julie il y a 8 heures

Merci pour cette vidéo ❤️

👍 1 🗨️ RÉPONDRE



maeh 974 il y a 1 heure

Merci pour ta vidéo, je me rend compte que je suis pas la seule alors à ressentir ça !

👍 🗨️ RÉPONDRE



Léandre il y a 1 jour

Merci ! 🍀

👍 1 🗨️ RÉPONDRE

- Félicitations, soutien et encouragements

Commentaires présents sous la vidéo « Avoir des pensées suicidaires » de La Carologie¹²¹


¹¹⁹ La Carologie, « DOUZE HEURES AUX URGENCES », YouTube.com, 23/08/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=Jr2MyCFSsQU>>

¹²⁰ La Carologie, « Avoir des pensées suicidaires », YouTube.com, op. cit.

¹²¹ Idem.

 Ana Morel il y a 1 jour
Une vidéo que je n'ai jamais vu auparavant sur YouTube et qui manquait grandement. Ça fait vraiment du bien d'entendre tout ça et de se sentir moins seule, merci mille fois pour cette expérience qui n'est pas facile à livrer. Cette vidéo va en aider plus d'un 🙏❤️

👍 6 🗨️ RÉPONDRE

 Ana Chalimar il y a 1 jour
Wow, c'est incroyable cette capacité que tu as à libérer la parole, à normaliser ces choses tellement intimes, tu exprimes des choses pour beaucoup, ce qui permet de prendre conscience de certaines choses en nous, et nous aide à avoir de la compassion envers nous-même. Merci et tout mon soutiens.

👍 6 🗨️ RÉPONDRE


- Conseils et recommandations au youtubeur et/ou aux vidéonautes

Commentaire présent sous la vidéo « ANXIÉTÉ / ANGOISSE : Mon expérience » de La Carologie¹²²

 léana a il y a 1 an
Je te conseille l'épisode " a quoi tu penses ?" De tranfert ! C'est différent mais ça parle d'une phobie qui consiste à avoir des images dans la tête. Bisouuus

👍 1 🗨️ RÉPONDRE

Commentaires issus du live « Je fais une dépression » de Demos Kratos¹²³

 Coline Gilbert va chez un psychologue, ça aide bien. je suis sortie de plusieurs dépressions grâce à une super psy. Et si tu veux, on peut en discuter.


« le psychiatre à un diplôme de médecin (spé psy) là où le psychologue n'a qu'un diplôme d'universitaire mais pas de formation médicale. »

« c'est faux archifaux le psychiatre traite les causes et les symptômes si tu n'as pas envie de prendre de médicaments il ne t'en donnera pas voilà!!!! »

« Globalement psychiatre -> va pouvoir te donner un traitement médial et psychologue -> ne peut pas. Mais un psychiatre peut lui aussi travailler sur les causes et non que sur les symptômes ! »

- Citations de propos du youtubeur considérées comme inspirantes

Commentaires présents sous la vidéo « JE SUIS ANGOISSÉ ! » de Sulivan Gwed¹²⁴

 Camille Jünger il y a 5 mois
"La vie c'est des montagnes russes et la santé mentale c'est comme des montagnes russes. Il y a des moments où ça peut aller au top, il y a des moments où ça peut moins aller. Et c'est vraiment le plus important, c'est vraiment d'accepter ça. Et de comprendre. Et si ça va pas à un certain moment de ta vie faut pas que tu te dises oh mon dieu je suis un fou psychopathe [...] Ça arrive et c'est normal. [...] Chaque personne est unique. Connaître ses faiblesses, c'est pas être un faible, c'est pas genre être comme un faible. C'est justement être quelqu'un de fort parce que t'es au courant de ce qui va pas et tu travailles avec ça. Tu te caches pas, t'es pas dans le déni, t'es pas dans l'isolement de la chose. Parlez-en"

J'ai trouvé ça très beau, merci pour les conseils ça m'a beaucoup aidé ! 🙏🙏

Moins

👍 3 🗨️ RÉPONDRE

Commentaire présent sous la vidéo « MOI ET MES PENSÉES. | MademoiselleGloria » de Raïssa Gloria¹²⁵

¹²² La Carologie, « ANXIÉTÉ / ANGOISSE : Mon expérience », *YouTube.com*, 30/03/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=gCXHl0cSvFw>>

¹²³ Demos Kratos, « Je fais une dépression », *YouTube.com*, 22/01/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=rNÀpmWp7GFA&t=2592s>>

¹²⁴ Sulivan Gwed, « JE SUIS ANGOISSÉ ! », *YouTube.com*, *op. cit.*

¹²⁵ Raïssa Gloria, « MOI ET MES PENSÉES. | MademoiselleGloria », *YouTube.com*, *op. cit.*



- Commentaires sur le concept et l'approche de la vidéo

Commentaires présents sous la vidéo « Il manque un psy dans Game of Thrones 🔥 » de Cyrus North¹²⁶



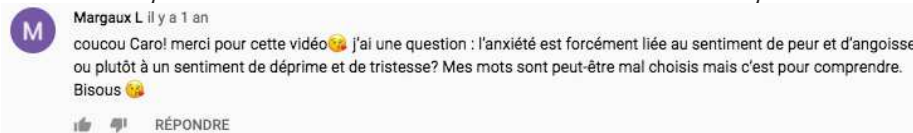
- Commentaires humoristiques (plutôt dans le cas de vulgarisation)

Commentaire présent sous la vidéo « Il manque un psy dans Game of Thrones 🔥 » de Cyrus North¹²⁷



- Questions au youtubeur

Commentaire présent sous la vidéo « ANXIÉTÉ / ANGOISSE : Mon expérience » de La Carologie¹²⁸



Commentaire présent sous la vidéo « DOUZE HEURES AUX URGENCES » de La Carologie¹²⁹



- Demandes de conseil

Commentaires présents sous la vidéo « IDÉES SUICIDAIRES pt 2 : Que faire pour s'en sortir ? feat La Carologie » des Gracieuses¹³⁰

¹²⁶ Cyrus North, « Il manque un psy dans Game of Thrones 🔥 », *YouTube.com, op. cit.*

¹²⁷ *Idem.*

¹²⁸ La Carologie, « ANXIÉTÉ / ANGOISSE : Mon expérience », *YouTube.com, op. cit.*

¹²⁹ La Carologie, « DOUZE HEURES AUX URGENCES », *YouTube.com, op. cit.*

¹³⁰ Les Gracieuses, « IDÉES SUICIDAIRES pt 2 : Que faire pour s'en sortir ? feat La Carologie », *YouTube.com*, 01/05/2020, <
<https://www.youtube.com/watch?v=c0FMOMr3u0w&t=2s>>



- Suggestions/Corrections terminologiques et clarification de maladroresses

Commentaires présents sous la vidéo « JE SUIS ANGOISSÉ ! » de Sullivan Gwed¹³¹



- Marques d'affection à l'égard du youtubeur

Commentaire présent sous la vidéo « ANXIÉTÉ / ANGOISSE : Mon expérience » de La Carologie¹³²



- Prises de conscience et auto-diagnostics

Commentaire présent sous la vidéo « Avoir des pensées suicidaires » de La Carologie¹³³



Commentaires présents sous la vidéo « JE SUIS ANGOISSÉ ! » de Sullivan Gwed¹³⁴

¹³¹ Sullivan Gwed, « JE SUIS ANGOISSÉ ! », *YouTube.com, op. cit.*

¹³² La Carologie, « ANXIÉTÉ / ANGOISSE : Mon expérience », *YouTube.com, op. cit.*

¹³³ La Carologie, « Avoir des pensées suicidaires », *YouTube.com, op. cit.*

¹³⁴ Sullivan Gwed, « JE SUIS ANGOISSÉ ! », *YouTube.com, op. cit.*

 lam_Angelina il y a 5 mois
Bon beh tu vient de me faire découvrir un truc sur moi même 😂😂 merci ma g's et courage aussi
❤️❤️❤️👍
👍 🗨️ RÉPONDRE

 Mathis Gttr il y a 5 mois
Ah mais c'est donc de l'anxiété ce que je ressens h24
👍 🗨️ RÉPONDRE


Commentaire présent sous la vidéo « Souffrir du trouble de la personnalité Borderline » de Lolita¹³⁵


 Glory Spears il y a 6 mois
Purée je me retrouve dans la plupart des choses que tu émetts.. je vais essayer de me faire suivre par un psy
👍 31 🗨️ 🇧🇪 RÉPONDRE


 Atsi A il y a 6 mois
Je lis des commentaires « ohlala je me reconnais c'est sur je suis borderline » NON déjà on destress et on fait pas d'auto-diagnostic. Ta un doute ? Va voir un psy ;))
👍 65 🗨️ 🇧🇪 RÉPONDRE

- Demandes de sujets à aborder, de vidéos à créer

Commentaires présents sous la vidéo « IDÉES SUICIDAIRES pt 2 : Que faire pour s'en sortir ? feat La Carologie » des Gracieuses¹³⁶

 Alex Nihilo il y a 12 heures
salut, merci pour ces vidéos.
j'ai du mal à voir en quoi un professionnel de santé pourrait m'aider. dans les périodes où j'ai des idées suicidaires je suis tellement dans un "à quoi bon" de tout ("à quoi bon faire ceci", "à quoi bon faire cela" puis de fil en aiguille "à quoi bon vivre", "à quoi bon en parler") que j'ai du mal à voir ce qu'il pourra me dire (à part "ok" et donner des médicaments). Mes raisons de recourir à la mort semblent si solides à ces moments là qu'aucun argument ne pourrait être assez puissant pour me convaincre qu'il vaut mieux ne pas mourir. Et puis certains psy sont si incompetents qu'en sortant de consultation j'étais parfois encore plus convaincue que personne ne pourrait jamais m'aider.
L'argument financier entre aussi en compte. Les psychiatres sont remboursés ok mais j'ai cette image de psychiatre = médicament, ou = se sent supérieur, savant en blouse blanche. Et même avec les psy je me sens stupide à parler alors que la personne ne s'intéresse pas vraiment à moi, elle est là parce que c'est son taf.
bref c'est un peu décousu, désolée. tout cela pour dire que ce serait chouette d'avoir une vidéo sur "pourquoi consulter un psy si vous avez des idées suicidaires", en expliquant plus concrètement en quoi iel peut aider.
Moins
👍 5 🗨️ RÉPONDRE
▲ Masquer 3 réponses

 Les gracieuses il y a 12 heures (modifié)
Bonjour et merci !
C'est compliqué de faire une telle vidéo parce que ça dépend vraiment de chaque cas personnel (de la présence d'une maladie psy associée ou non et laquelle, de l'histoire de la personne, de son environnement, etc). Ce sont les limites d'une vidéo grand public sur internet pour parler d'un cas général...
Le suivi thérapeutique permet de préciser les besoins et la demande de la personne et d'y apporter une réponse sur-mesure. Il y a beaucoup d'outils thérapeutiques disponibles, cela passe par les médicaments dans certains cas, cela peut-être la psychothérapie (il y en a une infinité de types différents), et ça peut être aussi d'autres types d'interventions, avec d'autres professionnels. Le psychiatre peut permettre de faire une évaluation pour orienter/orchestrer les soins, et cela ne débouche pas forcément sur un suivi au long court par un psychiatre.
Par contre là où tu as raison et ce qui est indispensable, c'est qu'il faut être en confiance avec le professionnel. Il n'est pas normal de ne pas se sentir écouté ou de se sentir jugé avec un médecin. Je suis désolée pour les mauvaises expériences qui te sont arrivées et ça ne se passe heureusement pas comme ça avec tous les médecins/psychologues.
Je ne peux que te conseiller les autres vidéos de La Carologie où elle parle de son expérience avec la dépression et avec sa psychiatre ("toucher le fond" et "mon traitement"), mais là encore, cela correspond à son cas personnel en tant que personne qui a eu un épisode dépressif et cela ne correspond pas forcément à ton cas.
En tout cas, bon courage à toi <3
Moins
👍 3 🗨️ RÉPONDRE

 Les gracieuses il y a 12 heures
Par contre, je réfléchis à faire une vidéo "comment bien choisir son psy", parce que c'est une étape complètement clé et malheureusement très compliquée en France...

- Mentions du tabou

Commentaire présent sous la vidéo « Avoir des pensées suicidaires » de La Carologie¹³⁷

¹³⁵ Lolita, « Souffrir du trouble de la personnalité Borderline », YouTube.com, 05/03/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=7giRtIJDcPw&t=16s>>

¹³⁶ Les Gracieuses, « IDÉES SUICIDAIRES pt 2 : Que faire pour s'en sortir ? feat La Carologie », YouTube.com, op. cit.

¹³⁷ La Carologie, « Avoir des pensées suicidaires », YouTube.com, op. cit.



Commentaire présent sous la vidéo « JE SUIS ANGOISSÉ ! » de Sullivan Gwed¹³⁸



- Des réactions qui amènent parfois à la discussion/conversation, au débat

Commentaires présents sous la vidéo « COUPLE ET TROUBLE » de La Carologie¹³⁹



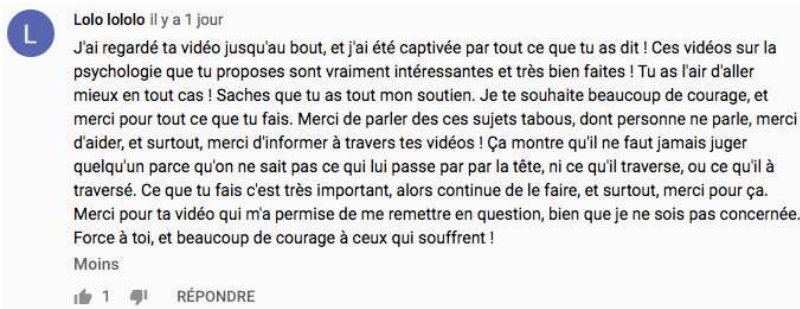
Ces contenus (ré)activent parfois des souffrances chez les vidéonautes, d'où les "TW" (de l'anglais "trigger warning", signifiant plus ou moins "avertissement") mentionnés en début de vidéo. Durant notre entretien, Hana Nafa (Les Gracieuses) confirme qu'il est par exemple « délicat d'aborder [le sujet des idées suicidaires] parce que la réception peut en être compliquée, ça peut déclencher des émotions difficiles à vivre pour des personnes qui sont touchées par cette problématique ». Mais dans l'ensemble et comme l'illustrent les commentaires plus hauts, ces contenus plaisent aux vidéonautes : « je sais qu'il y a un public très intéressé par [le sujet de la santé mentale] et à chaque fois que j'en parle cela plaît. » Que ces personnes se sentent personnellement concernées par les problématiques évoquées ou non d'ailleurs.

Commentaire présent sous la vidéo « Avoir des pensées suicidaires » de La Carologie¹⁴⁰

¹³⁸ Sullivan Gwed, « JE SUIS ANGOISSÉ ! », *YouTube.com*, *op. cit.*

¹³⁹ La Carologie, « COUPLE ET TROUBLE », *YouTube.com*, 31/05/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=dL9DWg-DZcl&t=1s>>

¹⁴⁰ La Carologie, « Avoir des pensées suicidaires », *YouTube.com*, *op. cit.*



Et plus que plaire, ces vidéos ont parfois une utilité sociale immense lorsqu'elles semblent « tomber à pic » pour certains vidéonautes en proie à des questionnements et/ou souffrances psychologiques, pouvant aller jusqu'à sauver des vies en empêchant l'automutilation ou la tentative de suicide comme l'illustre le commentaire ci-dessous et le confirme Hana Nafa (Les Gracieuses) : « j'ai eu quelques personnes qui m'ont écrit en me disant qu'ils avaient des idées suicidaires et que c'était des situations urgentes, et je les ai renvoyés vers le numéro de SOS Amitié. »

Commentaire présent sous la vidéo « Avoir des pensées suicidaires » de La Carologie¹⁴¹



En naviguant dans toutes ces rubriques commentaires, nous avons pu remarquer une forme de mimétisme social, un phénomène de rebond qui voit les vidéonautes reprendre le ton adopté par le youtubeur dans sa vidéo : un contenu de vulgarisation humoristique initiant des commentaires humoristiques, une vidéo partage d'expérience des témoignages, etc. Des différences observées selon les youtubeurs, avec des commentaires plus distancés lorsqu'il s'agit de thérapeutes et/ou vulgarisateurs, sur un même sujet, comme le montrent les commentaires sous les vidéos de La Carologie et Les Gracieuses. Un rapport qu'on pourrait qualifier de donnant-donnant car plus la vidéo rentre dans l'intimité du youtubeur, plus les abonnés se livrent et partagent leur propre intimité.

Concernant la circulation de ces contenus, elle se fait aussi bien sur Internet en étant partagée publiquement sur des plateformes à profils exposés et *statements* (de l'anglais, signifiant “déclaration”) comme Facebook et Twitter, et de manière plus privée sur des plateformes plus conversationnelles comme Messenger et WhatsApp, qu'en physique en étant montrées à des proches. Leur champ de circulation est cependant plutôt réduit du fait des thématiques abordées, surtout lorsqu'elles traitent directement des troubles mentaux. Ces contenus sont plus difficiles à partager autour de soi par peur de briser un tabou et peur d'en dire trop sur soi face à l'évidence de l'identification, mais certains franchissent le cap avec leur entourage de confiance.

Commentaire présent sous la vidéo « Avoir des pensées suicidaires » de La Carologie¹⁴²

¹⁴¹ *Idem.*

¹⁴² *Idem.*



Andréa M il y a 1 jour

Vidéo d'utilité publique que tout le monde devrait regarder. Malgré ce sujet sensible, c'est toujours un plaisir de t'écouter car tu es très claire et tu permets, par ton franc-parler et ta réflexion, de faire prendre conscience de plein de choses. Je partage tout de suite cette vidéo à mes amis

👍 1 🗨️ RÉPONDRE

Comment sont traitées ces réactions par les youtubeurs ? Vues, likées, épinglées, commentées ou ignorées... Cela varie selon le temps dont dispose le youtubeur, la taille de sa communauté et donc le nombre de commentaires, et selon son envie d'y répondre ou pas. La modération est plus ou moins importante et souvent expliquée par les youtubeurs qui considèrent la liberté d'expression dans la mesure du respect, et leur chaîne comme leur espace au sein duquel ils choisissent de ne pas accepter des propos qu'ils jugent haineux ou inadaptés, allant parfois jusqu'à désactiver les commentaires, dans l'anticipation d'un afflux de commentaires insultants et agressifs, ou lorsque le désir de partager se limite à l'expression personnelle, sans désir d'avoir des retours (ou peur ou pas envie de les affronter). Cela se prête moins à notre sujet mais ces précautions ne sont pas à exclure.

B. De l'interaction au processus de soin, des youtubeurs psys ?

Nous avons vu les pensées, émotions, réactions générées suite au visionnage des contenus, mais qu'en est-il des actions ? Quel est l'impact réel des contenus étudiés sur la santé mentale des jeunes ? Quelles actions vont-elles être entreprises suite au visionnage de ces contenus ? Que va entraîner la prise de parole des youtubeurs sur les jeunes vidéonautes en matière de santé mentale ?

Dans cette partie, nous aborderons notamment les conséquences positives de l'existence de ces contenus, vers un « mieux-être » du jeune jusque dans sa vie physique. Quand la vidéo démocratise la santé mentale, ce sont apaisement, soulagement et apprentissage jusqu'aux prises de conscience importantes comme lors de pistes d'identification de troubles mentaux ; changement de perception autour de la santé mentale et des troubles mentaux vers des conceptions plus réalistes, plus saines, libérées des stigmas ; et sentiment confortant et libérateur d'appartenance à un groupe social.

Quand la vidéo communique autour des soins en santé mentale et dirige vers des thérapies “en physique”, c'est une meilleure compréhension des soins possibles et une orientation thérapeutique aiguillée comme l'indique Hana Nafa (Les Gracieuses) : « Si la personne a des idées suicidaires maintenant et qu'elle pense à passer à l'acte, je la renvoie vers un service d'urgence mais si ce n'est pas un risque immédiat, la réponse va toujours être “ce que je vous conseille de faire est de commencer une thérapie, d'aller voir un professionnel de santé, un médecin, un psychiatre. [...] Si vous êtes dans l'urgence, allez voir un professionnel de santé dans la vraie vie.” » Ce sont également des freins à l'aide et à la prise en charge thérapeutique et/ou médicale levés, qui peuvent mener au fait d'envisager le soin comme une possibilité concrète, jusqu'à la prise de rendez-vous. Et c'est aussi un territoire de communication préempté par les jeunes psys pour diffuser leur savoir : « Quand j'ai commencé mon internat de psychiatrie, je découvrais le milieu de la santé mentale et

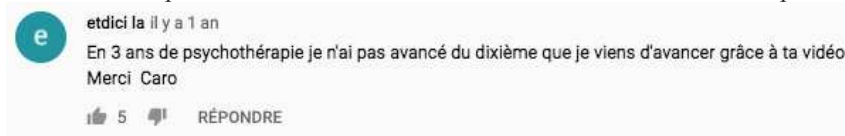
j'avais envie de partager ce que je découvrais donc j'ai fait quelques vidéos au début de mon internat sur les connaissances que j'étais en train d'acquérir. » (Hana Nafa, Les Gracieuses).

L'information est vertueuse, qu'elle émane de professionnels de santé ou d'amateurs de vulgarisation scientifique : « Les amateurs ne remplacent en effet pas nécessairement l'expert en soi, mais semblent plutôt occuper l'espace laissé vacant entre le profane et le spécialiste. L'amateur est ainsi au cœur de la démocratisation des compétences de ce dernier, qu'il va tenter de transmettre aux internautes. »¹⁴³

La prévention l'est tout autant. De nombreux contenus, notamment axés sur le développement personnel¹⁴⁴, la pensée positive, la gestion des émotions et donc sans aller jusqu'aux troubles mentaux, s'intéressent au bien-être psychologique plutôt qu'au mal-être et en font la promotion, tenant lieu de prévention.

Si ces contenus peuvent apporter du bien-être, lutter contre l'isolement et amener à une prise en charge thérapeutique, pourrait-on les considérer comme des thérapies en elles-mêmes ? La libération de la parole qui s'opère sur YouTube a des vertus thérapeutiques, à l'image des thérapies individuelles (équivalent YouTube : messages privés envoyés aux youtubeurs) et de groupe (équivalent YouTube : discussions en commentaires, exemple de l'entraide encouragée par Horia dans la vidéo étudiée) traditionnellement mises en place par des professionnels de santé. Pourrait-on même s'aventurer à parler de "pair-aidance" ? La pair-aidance est le fait de s'appuyer sur le vécu, les savoirs issus de l'expérience de vie d'une personne qui a souffert de troubles mentaux et qui est rétablie ou en cours de rétablissement pour légitimer l'intérêt et l'efficacité de son intervention en tant que professionnel auprès de ses anciens pairs. Il s'agit d'un ensemble de pratiques qui procède de formes d'accompagnement ou encore d'entraide et de soutien, par lesquelles une personne s'appuie sur son savoir expérientiel vécu, c'est à-dire le savoir qu'elle a retiré de sa propre expérience d'une situation vécue, habituellement considérée comme difficile et/ou stigmatisante ou négative (exemple : expérience de vie à la rue, précarité, conduite addictive, troubles psychiatriques...), pour aider d'autres personnes vivant ou ayant vécu des situations comparables. Cette forme d'intervention sociale qui promeut une façon plus horizontale d'accompagner les personnes n'est dans le cas présent pas reconnue officiellement mais on ne peut s'empêcher d'y voir des modes opératoires similaires.

Commentaires présents sous la vidéo « ANXIÉTÉ / ANGOISSE : Mon expérience » de La Carologie¹⁴⁵



¹⁴³ Adenot, Pauline, « Les pro-am de la vulgarisation scientifique : de la co-construction de l'ethos de l'expert en régime numérique », *Itinéraires*, art. cit.

¹⁴⁴ D'après *Wikipédia.org*, « Le développement personnel est un ensemble hétéroclite de pratiques, appartenant à divers courants de pensées, qui ont pour objectif l'amélioration de la connaissance de soi, la valorisation des talents et potentiels, l'amélioration de la qualité de vie personnelle, la réalisation de ses aspirations et de ses rêves. », « Développement personnel », *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9veloppement_personnel#:~:text=Le%20d%C3%A9veloppement%20personnel%20est%20un,aspirations%20et%20de%20ses%20r%C3%AAs.>

¹⁴⁵ La Carologie, « ANXIÉTÉ / ANGOISSE : Mon expérience », *YouTube.com*, op. cit.



Pour aller plus loin, des youtubeurs qui s'estiment compétents en la matière, de par leur vécu et les connaissances qu'ils ont pu accumuler sur le sujet, proposent leurs services de coaching en ligne. Prenons l'exemple d'Esther Taillifet, youtubeuse depuis 2012 qui s'est progressivement intéressée au développement personnel et qui est désormais "coach en émotions". Certifiée par The Life Coach School, école fondée il y a quatorze ans par la coach américaine Brooke Castillo, elle a créé sa propre entreprise « Se Sentir Bien »¹⁴⁶ qui compte plusieurs salariés et vient en aide aux femmes sur des problématiques majoritairement liées à la gestion des émotions, à la perte de poids et à l'entrepreneuriat. Elle propose à ses coachées de prendre en main le pouvoir de leur vie et de « devenir leur propre coach ». À la lecture des commentaires, des témoignages de ses "coachées", et aux quelques vidéos d'Esther qui les interviewe, il semblerait que la youtubeuse, désormais coach, a un impact plus que positif sur la vie de ces abonnées qui sont allées plus loin dans leur démarche et dans leur relation avec elle. Marie-Liesse Leroux, psychologue et art-thérapeute interrogée, constate effectivement en étant sur les réseaux, que « le coaching est en vogue, se démocratise et que le public en est friand. » Pour certains, YouTube est un véritable tremplin vers une professionnalisation dans le domaine de la santé mentale ou plutôt dans l'entrepreneuriat de la santé mentale.

Mais nous l'avons déjà évoqué, les soins, quels qu'ils soient, ne sont pas accessibles à tous, pour des raisons financières, géographiques, temporelles et psychologiques. Regarder des vidéos de thérapeutes en ligne l'est cependant. Cela requiert un engagement bien moindre et représente une démarche moins difficile pour les jeunes qui en ressentent la nécessité. Nullement besoin de "sauter le pas", d'aborder vraiment le problème, lorsqu'il est possible de s'auto-soigner, de devenir – si ce n'est son propre coach - son propre psy. Une opportunité qui, on s'en doute, a ses limites.

Et pourquoi ne pas profiter de la présence de véritables thérapeutes sur YouTube ? Suivre un youtubeur psy équivaut-il à être son patient ? Peut-on parler d'une continuité professionnelle des psys sur YouTube ? Oui. Et non. Oui, dans la mesure où leurs contenus participent à démystifier la figure de thérapeute parfois rebutante voire effrayante, pour une image plus positive et car « la figure du médecin a un effet thérapeutique en elle-même » (Hana Nafa, Les Gracieuses). Non, dans la mesure où sur YouTube, un psy n'est pas officiellement dans l'exercice de ses fonctions et est même dans l'incapacité de les assumer pleinement, comme le confirme Hana Nafa (Les Gracieuses) durant notre entretien : « En fonction de si la personne est suivie ou pas, car il y a différents cas de figure, je leur explique bien qu'en s'adressant à moi sur Instagram, ils s'adressent à moi en tant que Hana la youtubeuse, pas en tant que docteure psychiatre. Même si je suis psychiatre, alors que je suis youtubeuse, je leur explique que quand tu fais un travail thérapeutique, médical, avec un professionnel de santé, c'est pas du tout le même rapport, et moi en tant que youtubeuse, je ne peux pas apporter

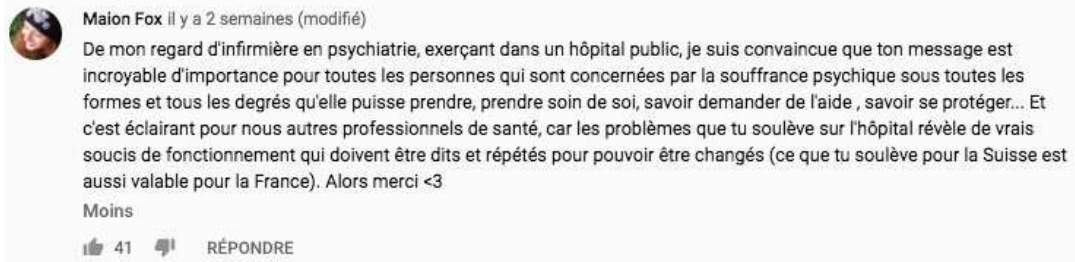
¹⁴⁶ Se Sentir Bien, <<https://programmes.sesentirbien.coach/>>

le cadre nécessaire à un travail thérapeutique. Je leur explique et ils le comprennent très bien, et je leur dis d'aller voir un professionnel pour avoir une prise en charge qui soit sur-mesure. [...] Lorsque j'aborde ces sujets de santé mentale, je précise bien d'où je pars, que je suis en effet professionnelle de santé, mais que le travail que je fais sur YouTube n'est pas le même que celui que je fais en tant que médecin d'une personne, d'un individu. » Il s'avère donc essentiel pour les youtubeurs de cadrer leur discours en clarifiant leur position sur la plateforme. Sur la question de la continuité thérapeutique, son avis est moins tranché : « L'axe de prévention, d'éducation à la santé mentale, [...] je ne considère pas ça comme du travail thérapeutique, bien qu'évidemment que la prévention, la psycho-éducation a déjà une fonction thérapeutique car la personne peut comprendre des choses, modifier son comportement, être plus à l'aise avec telle ou telle difficulté qu'elle présente, mais c'est un travail différent car je n'ai pas la même posture [avec mes patients]. [...] On arrive à mettre des mots sur des choses qui nous paraissaient un peu terrifiantes et incompréhensibles, ce qui les rend moins effrayantes donc on se sent plus apte à les gérer. [...] Oui c'est un travail complémentaire, on peut dire que c'est une forme de continuité [...], le travail plus individuel et le travail plus sur la population. » Sur YouTube, l'activité de ces psys est malheureusement limitée. Les youtubeurs thérapeutes de formation sont avant tout des professionnels de la santé mentale et leur activité sur la plateforme se veut "à côté". Elle n'est pas mise au premier plan, à la différence des youtubeurs qui en vivent, ce qui explique leur faible nombre et leur moindre fréquence de publication. À cela s'ajoute une autre barrière qui peut dissuader les professionnels de se lancer sur YouTube : le fait de s'exposer, de s'exprimer à visage découvert sur Internet. Hana Nafa (Les Gracieuses) parle de la crainte d'être reconnue par ses supérieurs, ses collègues et patients et invoque la nécessité d'assumer tout ce qui est dit, même les propos les plus intimes : il faut « que ce soit un degré d'intimité que je sois capable de tolérer. [...] Parfois je livre des choses qui sont assez personnelles mais j'ai toujours l'idée derrière la tête qu'il est possible qu'un patient tombe dessus et que je sois capable de l'assumer dans un contexte professionnel. »

Notre analyse nous a menée à nous poser la question suivante : les youtubeurs non professionnels de la santé mentale sont-ils moins légitimes pour parler de santé mentale que leurs homologues professionnels ? Nous avons précédemment évoqué les questions de légitimité vis-à-vis d'instances plus institutionnelles. Nous irons dans ce même sens en affirmant que tout dépend de ce qui est exprimé et de la légitimité perçue par l'audience. Nous ajouterons en tout cas qu'aux yeux de beaucoup, c'est le cas. Hana Nafa tient d'ailleurs ce propos – factuel et sans jugement de valeur - sur une amie youtubeuse qui abordait le sujet et dont l'argumentaire était de fait limité à ses connaissances amatrices : « elle n'est pas professionnelle de santé mentale, donc elle n'a pas forcément les outils pour aller plus loin dans sa critique ». Elle ajoute cependant que, selon elle, une légitimité professionnelle acquise "d'office" en tant que thérapeute n'est pas forcément une légitimité sur YouTube. Elle manque par exemple de régularité depuis qu'elle a créé sa chaîne car ses études de médecine lui ont pris beaucoup de temps et sont passées en priorité. Celle-ci s'est donc peu développée, limitant sa notoriété et légitimité en tant que youtubeuse sur la plateforme. Dans le cas présent, il paraît donc intéressant de dissocier la légitimité du professionnel de santé dans l'exercice de ses fonctions et la légitimité de ce même professionnel dans le cadre de son activité sur YouTube.

Plus qu'impacter positivement la santé mentale des jeunes vidéonautes, ces contenus font-ils avancer les soins ? Les vidéos peuvent effectivement aider des thérapeutes car voir des personnes témoigner et exprimer ce qu'elles ressentent permet d'avoir une bonne visibilité sur les sujets qu'ils traitent, donnant accès à des choses que ne révèlent pas forcément les patients ou pas de la même manière. C'est ce qu'affirme notamment Déborah dans une vidéo interview de La Carologie sur le trouble bipolaire¹⁴⁷ en expliquant que des thérapeutes l'ont remerciée de partager son vécu sur sa propre chaîne Les Petites Manies¹⁴⁸ et ce que confirme Hana Nafa (Les Gracieuses) : « un témoignage de patient est très intéressant ».

Commentaire présent sous la vidéo « DOUZE HEURES AUX URGENCES » de La Carologie¹⁴⁹



Nous avancerons également que ces contenus participent à un bouleversement des rapports de domination en milieu médical. Ces dispositifs de communication influent sur les relations patient-soignant en passant d'une verticalité très prononcée induite par la position de sachant du médecin/thérapeute à plus réduite et proche de l'horizontalité relationnelle.

Les jeunes sont-ils vraiment nombreux à être confrontés à ces contenus (au-delà des chiffres évoqués en introduction) ? L'impact de ces contenus est-il conséquent d'un point de vue quantitatif ? En demandant à la psychiatre Hana Nafa si au cours de séances avec des jeunes âgés de 15 à 25 ans, elle a perçu l'impact que pouvaient avoir des influenceurs sur leur santé mentale, elle répond : « C'est clair qu'ils sont tous sur YouTube et donc oui c'est sûr que cela a un impact sur eux. »

Ces influenceurs amènent-ils un nouveau type de patients décomplexés et acculturés habitués au numérique ? La libération de la parole croissante sur les réseaux sociaux donnerait-elle davantage d'aisance en thérapie aux jeunes ? Hana Nafa (Les Gracieuses) pense que oui, « les jeunes qui ont entendu parler de santé mentale ont déjà le vocabulaire, même si parfois ce n'est pas un vocabulaire très scientifique et qu'on va utiliser en tant que professionnel comme avec le terme "relation toxique". [...] Le fait d'avoir déjà entendu [les termes], ils vont réussir à les réutiliser et du coup à en parler avec plus d'aisance. Cela pourrait donner à certains l'impression que le fait de parler de cela sur les réseaux sociaux leur crée des problèmes, qu'ils sont un peu torturés, angoissés, mais je ne pense pas. Je pense que cela leur donne des outils pour mettre des mots sur leurs souffrances ce qui est une bonne chose. » De son côté, Helder Baptista, récemment diplômé en psychologie-clinique, n'observe « pas de différence entre les deux publics. Faire parler un patient dépend de la relation thérapeutique, du lien qu'on arrive à créer avec nos patients. »

¹⁴⁷ La Carologie, « DANS LA TÊTE DE : Déborah », *YouTube.com*, 17/08/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=Kz7BD98dEo>>

¹⁴⁸ « Les Petites Manies », *YouTube.com*, <<https://www.youtube.com/channel/UCkXftvv5VlFJKUt9N5452TQ>>

¹⁴⁹ La Carologie, « DOUZE HEURES AUX URGENCES », *YouTube.com*, *op. cit.*

Il introduit d'ailleurs une limite intéressante dans l'origine de la motivation à l'engagement des jeunes dans des voies thérapeutiques. Si la motivation du patient est introjectée (induite de l'extérieur) plutôt qu'intrinsèque, l'engagement dans un processus thérapeutique peut ne pas être suffisant, même si « l'influence d'Internet a [...] légitimité son "passage à l'acte" (demande d'une consultation). », « les réseaux peuvent être un levier pour accroître la motivation de s'engager dans une psychothérapie, cependant, je ne suis pas sûr que ce soit la source motivationnelle en soi. » Le professionnel de santé ajoute encore de la mesure en préconisant une remise en contexte nécessaire pour prendre en considération tous les paradigmes : « je dirais que l'impact des influenceur.euse.s sur la santé mentale des jeunes dépend de chaque jeune en individuel. Chaque histoire de vie va déclencher une perception, un ressenti et une approche différente avec la réalité. Comme j'ai mentionné avec mes patientes, l'une refusait de s'accrocher aux réseaux, l'autre rêvait du contenu qu'elle y voyait. Je ne peux pas généraliser la réponse car la santé mentale est subjective et dépend de plusieurs variables (contexte de développement, histoire de vie, catégorie socio-culturelle...). »

Alors que certains pourraient penser que les contenus parlant de TCA, automutilation ou suicide tendraient à mettre ces troubles et pratiques en avant et à encourager ces comportements, l'étude ethno-computationnelle menée par Antonio Casilli et Paola Tubaro sur le phénomène "pro-ana" montre qu'il s'agirait du contraire, ces contenus n'étant que le reflet et les conséquences d'un phénomène plus global, une question de santé publique, un "fait social total". Nous avons effectivement vu que la plateforme abrite un lieu propice aux échanges - maintien et création de liens - et à la réflexion critique. Les contenus ne concernent pas uniquement des personnes qui souffrent de troubles mais permet à celles-ci d'accéder à des ressources, des informations et du soutien en vue d' « appréhender et faire cesser leur mal-être. »¹⁵⁰ Comme l'indiquent les auteurs "Le comportement de ces jeunes femmes montre qu'elles appartiennent à une génération qui a incorporé l'autonomie que la médecine exige désormais des patient(e)s : elles étendent le système de santé aux « pairs-aidants », c'est-à-dire à des patientes ou ex-patientes qui peuvent offrir une expertise et un soutien utiles en raison de leur expérience. [...] Le système de santé est toujours présent en creux : les utilisatrices partagent leurs expériences de la médecine (la moitié des participantes ont ou ont eu un suivi médical), non pour s'y opposer et promouvoir une nouvelle norme du corps fondée sur la maigreur extrême, mais pour pallier le manque d'information médicale à leur disposition." En résumé « on ne tombe pas malade en fréquentant des sites web, on fréquente des sites web car on est malade »¹⁵¹

Si la démocratisation, la déstigmatisation et l'aide ne sont pas toujours volontaires de la part des youtubeurs, elles n'en restent pas moins efficaces – bien que relatives. Elles sont parfois même plus puissantes de par l'entièreté de l'approche et l'authenticité qui leur est conférée. La psychiatre et youtubeuse Hana Nafa (Les Gracieuses) a par exemple tout à fait conscience de sa démarche et de ce qui la motive : « Je pense que j'apporte des clés [à mon audience] pour mieux se comprendre, mieux comprendre leurs troubles, et du coup avoir moins peur de ce qui peut leur arriver et savoir à quel moment il est important qu'ils demandent de l'aide,

¹⁵⁰ Lézé, Samuel, « Antonio Casilli, Paola Tubaro, Le phénomène « pro-ana ». Troubles alimentaires et réseaux sociaux », *JournalsOpenEdition.org*, 2017, <<http://journals.openedition.org/lectures/23975>>

¹⁵¹ *Idem*.

en tout cas c'est mon but. » Mais ce n'était par exemple pas le cas pour le youtubeur Julien Malara (Demos Kratos) : « Quand j'ai fait cette vidéo, ce n'était pas mon objectif, mais au final je pense que ça a parlé à énormément de gens. Le fait que j'en ai parlé, que je ne sois pas le seul à penser ça, qu'on est plusieurs, qu'en plus les gens dans le chat se sont soutenus mutuellement, tout ça fait vraiment un esprit de communauté, de solidarité, qui peut aider beaucoup de monde. Donc oui, ce type de vidéo participe grandement à populariser le sujet et à aider les gens qui en souffrent. »

Autre phénomène intéressant à souligner, la forme de réappropriation du contenu par les utilisateurs. Des vidéonautes inspirés, sont motivés à faire de même en créant leurs propres contenus, amplifiant le processus de démocratisation et de communication de la santé mentale et s'ajoutant au tableau déjà dépeint. C'est le cas de Déborah de la chaîne Les Petites Manies qui souhaitait « apporter sa pierre à l'édifice », « accomplir quelque chose d'important et [s']accomplir [elle]-même à travers ces vidéos »¹⁵².

Ce qui nous amène à réfléchir à l'impact de la création de ces contenus sur la santé mentale des (jeunes) youtubeurs. Si nous nous étions d'abord focalisés sur l'impact lié à la réception des vidéos, nous avons vite compris que l'enjeu se situait à tous les niveaux du dispositif communicationnel et que les youtubeurs ne tiennent pas seulement lieu de psys comme le titre de la partie le sous-entend, mais qu'ils sont également bénéficiaires de leur propre activité sur la plateforme. Parmi les conséquences positives pour les créateurs de contenu sur YouTube, on retrouve les sources motivationnelles évoquées plus tôt, que nous consoliderons avec quelques extraits issus de nos entretiens avec les youtubeurs Cyrus North et Julien Malara (Demos Kratos). Pour le premier, c'est assez simple : « En tant que créateur, il y a un aspect positif énorme, qui m'a vachement aidé dans ma santé mentale, c'est que je fais ce que j'aime. » Pour le second, c'est synonyme d'ouverture de la parole : « Je pense que sur Internet, [...] les gens se lâchent beaucoup plus, il y a une ouverture de la parole. Le nombre de youtubeurs qu'on a vu expliquer qu'ils faisaient une dépression parce qu'ils travaillaient trop, ne prenaient pas assez de temps pour eux. Internet libère vraiment la parole donc je pense que sur Internet ça se voit vraiment beaucoup plus au sujet de la dépression que dans la vie de tous les jours. » À ce propos, il semble important de souligner que notre entretien a principalement tourné autour de la santé mentale des youtubeurs car c'est ainsi qu'il lui est apparu logique d'aborder le sujet, ce qui montre l'ampleur de la problématique de santé mentale chez ces personnes. Il livre ici les bienfaits de son live sur l'état de sa dépression : « Après le live et avoir parlé avec des gens pendant deux heures, je me sentais très bien car j'avais pu discuter avec quelqu'un de tout ce que je ressentais, le fait d'avoir une oreille à peu près attentive, au final c'est ça un psy, quelqu'un qui écoute tes problèmes et te dit "mais non t'inquiète, il y a, il y a ça" et la communauté a fait ça avec bienveillance du coup elle a été ma psy à ce moment-là [et cette vidéo] m'[a] fait énormément de bien. [...] C'était plutôt le fait de l'exprimer à ma communauté, et qu'ils répondent par une dose d'amour et de soutien qui m'a aidée à aller mieux. » Une entraide qui existe aussi entre youtubeurs, comme le montrent les suisse et belge La Carologie et A.I.M, qui se soutiennent notamment sur l'anxiété et la dépression.

¹⁵² La Carologie, « DANS LA TÊTE DE : Déborah », *YouTube.com*, *op. cit.*

L'impact en question est-il uniquement imputable aux youtubeurs eux-mêmes ou les vidéonautes ont-ils leur part d'influence dans ce processus de mieux-être ?

C. Jeunes vidéonautes, influenceurs à leur manière ?

Dans quelle mesure dans le domaine de la santé mentale, le vidéonaute sur YouTube est-il également influenceur ? En quoi les jeunes utilisateurs viennent eux-mêmes nourrir le contenu et apporter leur valeur ajoutée ? Sont-ils également influenceurs, au même titre que les youtubeurs ? Encore une fois, oui. Et non. Il y a bien deux grandes figures d'influence (elles-mêmes plurielles) : le youtubeur et le vidéonaute, mais qui n'opèrent pas de la même manière. Le processus de démocratisation et de communication de la santé mentale initié par les youtubeurs est repris par les vidéonautes, il est partagé avec des mécanismes différents pour chaque parti.

Sur YouTube, le rôle de l'audience est bien particulier. On peut parler d'une « communication many-to-many »¹⁵³ dans la mesure où elle participe « à la production et à la distribution des contenus »¹⁵⁴ et reprendre l'idée de « conscription » (écrire ensemble) évoquée par Gustavo Gomez-Mejia¹⁵⁵ pour Facebook et l'appliquer aux contenus co-produits par les youtubeurs avec leur communauté. Nous avons étudié les vidéos comme des conscrits, des dispositifs complets. En tant qu'utilisateur, lorsqu'on regarde une vidéo, on est généralement amené à regarder - si ce n'est à participer - les commentaires et c'est le tout qui influe sur notre perception. Les réactions face au contenu deviennent finalement le contenu lui-même. Ainsi, la participation des vidéonautes, « des groupes qui se constituent à l'écran autour d'un contenu »¹⁵⁶, forge cette conscription. Nous avons déjà tenté de prendre du recul sur le schéma émetteur-récepteur, influenceur-influencé, le questionnant, le retournant, le fluidifiant... L'information est loin de n'être que descendante. Plus que dans les vidéos, elle se trouve aussi dans les commentaires qui remettent parfois en question les propos des youtubeurs, apportent un autre regard, plus d'expertise parfois, et les youtubeurs comme leur communauté peuvent en tirer des bénéfices.

Nous allons voir en quoi, de par leurs interactions, les vidéonautes influencent la santé mentale des youtubeurs et autres vidéonautes. Tout d'abord, en leur posant des questions, les vidéonautes interrogent et mènent les youtubeurs et autres utilisateurs à la réflexion. En apportant leur regard, en partageant leurs connaissances et en prodiguant des conseils, ils nourrissent les autres. Des vidéonautes corrigent par exemple la youtubeuse vulgarisatrice Lolita sur son emploi du mot "normaux" par le mot "typique" employé en psychologie ou l'association fortuite entre automutilation et suicide.


¹⁵³ Dufasne, Marie et Patriarche, Geoffroy, « Penser la diversité des pratiques médiatiques. Le réseau comme catégorie conceptuelle pour la recherche sur les audiences et les publics », *Réseaux*, 2014, N° 187, p. 195 à 232, *Cairn.Info*, <<https://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-5-page-195.htm>>

¹⁵⁴ *Idem*.

¹⁵⁵ Richeux, Marie, « Épisode 3 : Les fabriques de soi sur le net » avec Gustavo Gomez-Mejia, *FranceCulture.fr*, 26/10/2016, <<https://www.franceculture.fr/emissions/les-nouvelles-vagues/lidentite-34-les-fabriques-de-soi-sur-le-net>>


¹⁵⁶ *Idem*.


Commentaire présent sous la vidéo « Souffrir du trouble de la personnalité Borderline » de Lolita¹⁵⁷

 **Louise Voyez** il y a 6 mois
Juste un tout petit conseil, en psychologie pour ne pas utiliser le mot "normal" on utilise le terme "typique" qui évoque mieux ce dont on veut parler, c'est-à-dire la majorité et non la norme :)

👍 25 🗨️ 🇧🇪 RÉPONDRE


↳ Masquer 1 réponse

 **Lolita** il y a 6 mois
Merci beaucoup !!


 **mei delrey** il y a 6 mois
heyyy salut j'aimerais corriger qlqch que tu as dis qui n'était pas très juste: tu as mentionner l'auto mutilation en même temps que le suicide or, ce geste n'est pas un acte de mort mais de survie et il aurait plutôt fallut le citer dans les addictions ^^ sinon j'aime bcp ton retour avec ce format j'espère que tu vas continuer :)

👍 9 🗨️ 🇧🇪 RÉPONDRE

↳ Masquer 1 réponse


 **Cmoi** il y a 5 mois (modifié)
@mei delrey c'est bien de précisé la différence entre suicide et mutilations

👍 1 🗨️ 🇧🇪 RÉPONDRE

 **Melissa Zeizer** il y a 6 mois (modifié)
La vidéo est très bien, mais il y a deux choses que tu dis qui me dérangent. Tu dis que le trouble donne parfois des envies suicidaires, ce qui pousse le borderline à s'automutiler. Mais l'automutilation n'implique pas forcément une envie suicidaire. Le borderline, dans la majorité des cas, se mutiler pour essayer d'extérioriser ses émotions qu'il n'arrive pas à gérer, ça lui permet de remplacer sa douleur émotionnelle par de la douleur physique...
Lire la suite

👍 14 🗨️ 🇧🇪 RÉPONDRE


↳ Masquer 2 réponses

 **Lolita** il y a 6 mois
Tu as raison ! Je me suis mal exprimée, merci beaucoup pour ces précisions !

👍 2 🗨️ 🇧🇪 RÉPONDRE


Un commentaire vu et pris en compte par la youtubeuse qui y a posé son like. Sous une vidéo de La Carologie, une vidéonaute reprend les termes évoqués pour les repréciser.

Commentaires présents sous la vidéo « ANXIÉTÉ / ANGOISSE : Mon expérience » de La Carologie¹⁵⁸


 **Pauline** il y a 1 an
Coucou,
L'anxiété et l'angoisse c'est pas la même chose :
L'anxiété c'est un malaise psychique.
L'angoisse c'est des sensations physique diffuses qui s'accompagnent de douleurs et de modification de la sensibilité.
En gros l'anxiété c'est psychique et l'angoisse c'est physique.
Voilà bisous
Moins

👍 69 🗨️ 🇧🇪 RÉPONDRE


↳ Masquer 4 réponses

 **DUB Armonie** il y a 1 an
Merci beaucoup


👍 🗨️ 🇧🇪 RÉPONDRE

 **H. A.** il y a 1 an
Ressentir une boule au ventre/ la respiration qui s'accélère un peu (pas au point que ce soit une crise, c'est "controlable"), c'est une angoisse?

👍 5 🗨️ 🇧🇪 RÉPONDRE

 **Mauremys Sinensis** il y a 4 mois
Merci pour cette explication !
Moi c'est donc de l'angoisse... Super... Lol

👍 🗨️ 🇧🇪 RÉPONDRE

 **chloé gr** il y a 3 semaines
mais si on a les deux en même temps? c'est possible?

👍 🗨️ 🇧🇪 RÉPONDRE

¹⁵⁷ Lolita, « Souffrir du trouble de la personnalité Borderline », *YouTube.com, op. cit.*

¹⁵⁸ La Carologie, « ANXIÉTÉ / ANGOISSE : Mon expérience », *YouTube.com, op. cit.*

Sous une autre vidéo des Gracieuses, une vidéonaute répond à la demande d'aide d'une autre utilisatrice.

Commentaires présents sous la vidéo « IDÉES SUICIDAIRES pt 2 : Que faire pour s'en sortir ? feat La Carologie » des Gracieuses¹⁵⁹



Des conseils qui vont parfois même jusqu'à influencer une décision de prise en charge thérapeutique. C'est ce qu'a vécu Julien Malara (Demos Kratos) à l'issue de son live : « Après les conseils qu'ils donnaient étaient un peu bateau comme aller voir une psy. [Mais] quelques temps après la vidéo, je me suis dit "bon maintenant ça suffit, je vais voir une psy", et j'avais d'ailleurs pris rendez-vous mais il y a eu le confinement donc je n'y suis jamais allé. » Plus rare, des vidéonautes proposent directement leur aide.

Commentaire présent sous la vidéo « Avoir des pensées suicidaires » de La Carologie¹⁶⁰



Plus indirectement, en visionnant, likant, commentant et partageant le contenu, les vidéonautes favorisent sa bonne prise en compte par l'algorithme YouTube et donc une meilleure valorisation de la vidéo. En partageant les contenus autour d'eux, ils offrent également à d'autres la possibilité de ressentir les mêmes effets positifs. En accordant une note haute à une vidéo de laquelle ils ont su tirer du positif (nouvelle fonctionnalité YouTube qui demande notre avis sous une vidéo avec une notation en 5 étoiles et des cases à cocher pour savoir si le contenu est jugé "intéressant", "utile", "bouleversant", "divertissant"...), ils permettent à la plateforme de reconnaître son appréciation et de la valoriser en fonction.

¹⁵⁹ Les Gracieuses, « IDÉES SUICIDAIRES pt 2 : Que faire pour s'en sortir ? feat La Carologie », *YouTube.com, op. cit.*

¹⁶⁰ *Idem.*

Mais il est un pendant négatif à noter : le fait pour les youtubeurs de parler d’eux, de ce qu’ils ressentent, sans forcément employer les bons termes, peut entraîner une invalidation de leur ressenti par des vidéonautes, comme ce fut le cas pour Demos Kratos : « [ce que je vivais n’était] pas loin d’une dépression, mais ça n’a jamais été médicalement validé. D’ailleurs, on me l’a bien fait comprendre en commentaire de la vidéo du live. Il y en a plein qui m’ont dit : “mais t’as pas honte de dire que t’es en dépression, une dépression ce n’est pas ça, c’est beaucoup plus grave”. Certains étaient un peu énervés que je dise ça, mais pour moi c’était le terme qui décrivait le plus ce que je vivais. » Une police de la santé mentale sur YouTube ?

Les youtubeurs se nourrissent des interactions générées et du contenu produit par les vidéonautes, qui n’interviennent pas qu’en aval ou lors de la réception mais également en amont de la création des contenus en proposant des sujets, demandant des conseils ou en répondant à des Q&A mis en place. Dans le cas des chaînes plus personnelles, on observe une évolution conjointe des youtubeurs et de membres de leur communauté, au vécu commun et partagé.

Les youtubeurs qui traitent ces sujets, le plus souvent assez jeunes, sont généralement également des grands consommateurs de contenu sur YouTube. Abonnés à des chaînes et régulièrement amenés à regarder des vidéos, ils ont la double casquette de youtubeurs et vidéonautes. Les youtubeurs sont donc influencés par les autres youtubeurs. Julien Malara (Demos Kratos) affirme qu’il « regarde environ deux heures de vidéos YouTube par jour, [...] suis énormément de youtubeurs [...] depuis 10 ans [...] et dit familièrement et explicitement « C’est vraiment mon kiff YouTube. » Mais pour autant des utilisateurs comme les autres ? Pas d’après Cyrus North : « C’est particulier car je ne peux pas être un viewer lambda, c’est impossible, car à chaque fois que je regarde une vidéo, je suis obligé de penser à toute la création derrière et je vais me comparer au créateur. Je ne vais pas juste être là à écouter son message, penser si c’est bien ou mal et comment ça impacte ma vie. Même si ça impacte ma vie positivement, il y a toujours un fond de "ok mais qui a sorti ce message, pourquoi ça pourrait être intéressant pour moi de le transmettre aussi, pourquoi je le ferai pas du tout, etc." Globalement, ça donne des idées, des pistes, ouvre mes perspectives, plus de pistes pour améliorer mon quotidien, réfléchir à des trucs. » Une chose est sûre, influence il y a.

Tous les utilisateurs s’influencent réciproquement. Ce sont les degrés d’influence qui sont différents, les youtubeurs disposant d’une influence plus macro. La mention “influenceurs digitaux” de notre intitulé de mémoire et problématique comprend donc les youtubeurs ainsi que les vidéonautes.

3. Un processus de démocratisation qui a ses limites

Nous avons déjà eu l’occasion de soulever certaines limites au bon fonctionnement du processus étudié. Il y en a d’autres encore comme la difficulté de se mettre à nu, de se dévoiler sur un tel sujet, notamment lorsque leurs proches regardent leurs vidéos, ou la peur d’aborder des sujets perçus comme négatifs, qui ne “vendent pas du rêve” et de ne pas correspondre aux attentes des vidéonautes. Cette partie est l’occasion d’aborder et d’approfondir trois aspects qui visent à mettre en perspective la démocratisation et communication sur la santé mentale, en demi-teinte : des barrières, freins, obstacles à l’impact positif sur la santé mentale des

jeunes et des youtubeurs eux-mêmes, aux effets pervers. Nous évoquerons les maladroites dont font preuve certains youtubeurs et qui peuvent s'avérer contre-productives, les dérives du fameux "mieux-être" tant recherché, ainsi que des limites quant à l'utilisation de la plateforme à des fins de démocratisation sur le sujet.

A. Des maladroites qui stigmatisent

En parler, c'est bien. Mais en parler bien, c'est mieux. Certains contenus alimentent les stéréotypes avec des propos stigmatisants, le plus souvent non intentionnels et émanant de personnes peu informées et sensibilisées ou pas assez. Du côté des youtubeurs, la bienveillance est majoritairement au rendez-vous, mais des maladroites dans leur discours peuvent s'avérer problématiques et aller à l'encontre du but poursuivi. Bien que source d'information importante comme évoqué précédemment, cela peut concerner la qualité et véracité des informations données, ce qui est problématique et concerne l'ensemble des dispositifs d'expression sur le Web. Dans le domaine de la santé mentale, certains propos peuvent renforcer les préjugés et/ou blesser des personnes atteintes de troubles. L'étude de notre corpus nous a permis d'en relever quelques-uns. Alors que le sujet est encore trop peu abordé, surtout par les grands youtubeurs, Squeezie, "gamer humour" de 24 ans, qui possède la plus grande communauté d'abonnés sur la plateforme - principalement des plus jeunes - publie une vidéo¹⁶¹ dans laquelle il effectue des tests pseudo-psychologiques gratuits en ligne. Nous avons relevé qu'il y fait le lien entre personne atteinte de troubles mentaux et malveillance en insinuant que ses résultats aux tests pourraient dévoiler quelqu'un de « méga creepy et pas du tout bienveillant » ou en disant « je suis un youtubeur sain ». Il parle même d'humiliation potentielle à l'issue des résultats. En plus de tourner en dérision la véritable introspection avec ses propos et une musique de style jeu vidéo pour enfant, on pourrait critiquer la décredibilisation des vrais tests psychologiques. S'il remet effectivement en doute la fiabilité des tests effectués de manière sous-entendue tout au long de la vidéo pour finalement le dire clairement à la fin, il laisse néanmoins planer le doute et donc une part de vérité : « je pense que c'est une version altérée, pas la vraie version du test », « je doute totalement de la qualité de ce test ». La vidéo ayant pour but principal de divertir des jeunes vidéonautes, certains argueront que cela n'est pas grave, et c'est le cas. Mais tout comme les formes de discrimination dites "ordinaires", ce type de contenu participe à la stigmatisation des troubles mentaux et des soins associés. À l'affirmation "On ne peut donc plus rire de rien ?", on pourrait rétorquer qu'il en va de même pour les blagues racistes, sexistes, validistes, etc. Un parallèle entre les causes sur lequel nous sommes assez épanchés. Durant son live, Julien Malara (Demos Kratos) insinue que son activité sur YouTube est sa thérapie et que sa communauté est sa psy. Une vision réductrice du travail de psy empreinte de clichés sur la psychanalyse ? : « je me mets comme ça sur le divan et je vous parle de mes problèmes et vous me dites si ça vient de ma mère ou de mon père ». Il se dit en dépression mais aucun diagnostic n'a été établi par un psychiatre alors qu'il s'agit d'une maladie. Cela lui vaut d'ailleurs l'invalidation de son ressenti par nombre de ses abonnés, ce qui peut au final alourdir ses souffrances qui n'ont pas besoin d'être diagnostiquées pour

¹⁶¹ Squeezie, « Le vrai visage de Squeezie », *YouTube.com*, 12/08/2019, <https://www.youtube.com/watch?v=lt3o_0aq2ys>

exister. Il énonce également quelques idées reçues et extrapole des témoignages, faisant de cas particuliers des généralités. Fermement opposé à la médication – et c’est bien son droit –, il n’explique pas cependant en quoi celle-ci peut parfois s’avérer indispensable pour aider à vivre des personnes qui souffrent de troubles agus. Dans sa vidéo sur l’automutilation¹⁶², la youtubeuse Horia mentionne la folie à plusieurs reprises comme quelque chose d’apparence négative. Cette idée est tellement ancrée et banalisée qu’il n’est en rien étonnant de la voir apparaître ainsi. De son côté, Raïssa Gloria insiste sur le pouvoir de la volonté pour se sentir bien. En disant à son audience « sachez que tout se passe dans la tête »¹⁶³, elle n’inclut pas les personnes atteintes de troubles mentaux pour lesquelles cela s’avère bien plus complexe et qui peuvent percevoir ce type de remarques comme violentes. Dans la même veine, Léa Choue, pourtant étudiante en psychologie, fait un parallèle maladroit entre maladie mentale et faiblesse : « il y a des gens qui vont être plus forts ». Dans sa vidéo sur les problèmes psychologiques de Daenerys Targaryen de la série *Game Of Thrones*, Cyrus North pointe du doigt un personnage qui a commis de grandes violences en lui attribuant un trouble mental. Même si la vidéo a été “validée” par un psychiatre de la chaîne Le Psylab, cela pourrait contribuer à faire perdurer le stigma des “fous dangereux” et le fait qu’il faille les annihiler (« si elle continue, là on la bute »). À moins que cela ne soit que le reflet d’une réalité médiatico-culturelle. C’est en tout cas ce qu’affirme le youtubeur durant notre entretien : « Alors, est-ce que c’est moi qui ai cette vision là où c’est le scénariste ? Est-ce que moi je ne suis pas juste en train de montrer ce qui se passe dans la série ? Si on m’avait fait cette accusation, j’aurais pu répondre “cette histoire d’une folle qui devient dangereuse où il faut faire quelque chose pour l’arrêter, ce n’est pas moi qui l’ai inventée”. En ce sens, je ne suis pas sûr que ce soit moi qui participe à relayer ce stigma. Car je ne pense pas que quelqu’un qui n’ait pas vu *Game of Thrones* ait vu ma vidéo. Je pense que GOT a plus de puissance en termes de frappe médiatique que moi. » Dans ce cas, il aurait pu être intéressant de souligner la dimension problématique de cette approche dans cette même vidéo, de questionner ces choix cinématographiques. Cela nous permet de souligner une limite à la vulgarisation amateur car tout le monde ne peut pas “bien” vulgariser sans avoir un minimum de notions théoriques, qu’elles soient académiques ou professionnelles. Cyrus North le dit lui-même : « je ne suis pas expert, je n’ai pas fait une fac de psycho, je n’exerce pas la psychologie, la psychiatrie, je n’ai pas fait de psychanalyse, donc même si ça m’intéresse, ce n’est pas quelque chose qui m’anime finalement, donc ce serait hyper compliqué pour moi de repartir à zéro. En philo, rien qu’avec un an de lycée et deux ans de prépa, j’avais un petit bagage qui me permet de comprendre toutes les informations que je lis, de savoir de quoi j’ai envie de parler, etc. Alors qu’en psycho, je partirais de loin, et j’avoue avoir envie de parler d’autre chose, il y a d’autres thématiques que j’ai envie de traiter. » Il en va de même pour Hana Nafa (*Les Gracieuses*) pour laquelle c’est une discipline de « faire un contenu qui soit suffisamment synthétique pour que cela puisse être accessible pour le public, pour des jeunes ».

Analysés comme des conscrits, les dispositifs de communication étudiés comprennent également des maladresses du côté des vidéonautes, parfois positionnés en pseudo-sachants. Les commentaires du live de

¹⁶² Horia, « L'AUTO-MUTILATION - ShareHoria », *YouTube.com*, *op. cit.*

¹⁶³ Raïssa Gloria, « MOI ET MES PENSÉES. | MademoiselleGloria », *YouTube.com*, *op. cit.*

Julien Malara (Demos Kratos) sont la parfaite illustration de cette cacophonie qui peut regorger d'idées reçues et d'erreurs. Tout le monde y va de ces certitudes, notamment sur les traitements psys : « et les psychiatres sont médecins donc ont toujours intérêt à te donner des médoc », « non mais les psychiatres c'est plus pour les troubles vénères », « je te déconseille vraiment de voir un psychiatre a par te donner des médocs bourrer d'effets secondaires ils savent faire que ça et je sais de quoi je parle », « dépression est maladie imaginaire », « SURTOUT PAS DE PSY ». Et les vidéonautes se contredisent entre eux, ce qui augmente la confusion.

B. Mésinfluence, les dérives du “mieux-être”

Il y aurait donc des bons et des moins bons influenceurs ? Ceux qui contribueraient au mieux-être de leurs pairs et ceux au contraire à leur mal-être ? Parler de santé mentale aux jeunes sur YouTube peut-il être néfaste voire dangereux ? Nous commencerons par aborder les problèmes que soulèvent les concepts et pratiques de développement personnel. Injonction au bonheur et à la positivité... Est-ce véritablement sain lorsqu'on sait que « la dépression, qui est depuis trente ans la maladie mentale la plus répandue au monde, [...] se développe dans un environnement social qui valorise à outrance le modèle social du bien-être. »¹⁶⁴ ? Si on retrouve cela sur tous les réseaux socio-numériques, YouTube, avec Instagram, est certainement le lieu où ces idées prolifèrent le plus. Des outils tels que la visualisation et les affirmations positives qui y sont valorisés affirment que nous serions capables de tout réaliser, signifiant implicitement que si nous n'y arrivons pas, il s'agit d'un manque de volonté ou une mauvaise réalisation, menant aux sentiments de faute, d'échec. Responsabiliser totalement les personnes de tout ce qui se produit dans leur vie est une source de pression qui peut causer culpabilité, insatisfaction et frustration, et plus gravement burn-outs et dépression, si tout ne se déroule pas comme on l'aurait souhaité. Cela peut desservir voire être dangereux pour les personnes souffrant de troubles et pour lesquelles tout n'est pas aussi simple. Le développement personnel qui avance la promesse d'une « singularité authentique »¹⁶⁵ s'appuierait sur la peur la plus fondamentale de la vie : l'incertitude de l'identité et du sens. « Celui qui parvient à contrôler la peur de l'autre devient le maître de son âme »¹⁶⁶. La peur est un affect qui favorise l'obéissance, la soumission, la manipulation et pousse à se conformer, en opposition à l'individualité pourtant prônée. Créant des “clones”, le développement personnel contribuerait finalement à se distancier de soi-même, créant de la souffrance psychologique, soit l'inverse de son objectif premier. Si nous parlons de développement personnel au singulier, c'est car nous évoquons un phénomène global et qui prend de l'ampleur, particulièrement sur YouTube, mais il est important de noter qu'il s'agit d'une version réductrice, impossible à complètement généraliser. Nous soulevons les critiques à l'encontre de cet ensemble de pratiques mais nous éviterons donc de diaboliser un modèle de développement personnel qui

¹⁶⁴ Lellouche, Serge, « La Maladie mentale en mutation Psychiatrie et société », *SciencesHumainesMagazine.com*, Mensuel N°117, Juin 2001,

<https://www.scienceshumaines.com/la-maladie-mentale-en-mutation-psychiatrie-et-societe_fr_1442.html>

¹⁶⁵ La philosophe Julia de Funès citée par la youtubeuse La Carologie dans sa vidéo « DÉVELOPPEMENT PERSONNEL = IMPOSTURE ? », *YouTube.com*, <<https://www.youtube.com/watch?v=ylicaswR5-Dc>>

¹⁶⁶ *Idem*.

serait unique car il existe différents courants et certains coachs semble réellement influencer vers un mieux-être. Ils sont par exemple nombreux à préciser qu'ils n'effectuent en aucun cas le travail de psychologues et réorientent les personnes vers des professionnels de santé quand le besoin est psychologiquement plus profond, comme le fait régulièrement Esther Taillifet. Nous aurons l'occasion de revenir plus amplement sur les dérives du modèle commercial du coaching en développement personnel sur YouTube.

Favorisé par la e-santé et phénomène qu'on retrouve globalement sur Internet, l'autodiagnostic et ses conséquences constituent une dérive de taille. En se reconnaissant dans les symptômes de troubles mentaux dans des vidéos de youtubeurs qui en parlent théoriquement ou personnellement, des jeunes vidéonautes tirent parfois des conclusions hâtives en se diagnostiquant des états psychiques qu'ils n'ont pas réellement. Si le pré-auto-diagnostic peut être intéressant car il permet de juger de la gravité d'un problème et de décider s'il est nécessaire de consulter un professionnel de santé, l'auto-diagnostic est problématique lorsque les jeunes se tournent vers des techniques d'auto-assistance plutôt que de recevoir le diagnostic correct et de respecter les prescriptions médicales adaptées à leurs cas.¹⁶⁷ Ces comportements inadaptés découlent entre autres du processus d'identification déjà évoqué, cette fois sous la forme d'un mimétisme malsain : vouloir faire la même chose sans se demander si c'est vraiment (bon) pour nous.

Autre dérive, l'accentuation des comportements autodestructeurs. Alors que Casilli montrait l'intérêt des sites pro-ana pour la santé mentale des anorexiques, une étude menée en 2012¹⁶⁸ sur la réception des vidéos YouTube d'automutilation non suicidaire (NSSI) réalisée à partir des commentaires d'utilisateurs, dans le but de déterminer les risques potentiels des vidéos (par exemple, la poursuite de NSSI) et les avantages (par exemple, le soutien social axé sur le rétablissement), a démontré que les commentaires les plus fréquents étaient des commentaires d'auto-divulgaration dans lesquels les individus partageaient leurs propres expériences NSSI (38,39%), suivis par des retours destinés au youtubeur, comprenant l'admiration pour la qualité de la vidéo (21,95%) ou le message (17,01%) et l'admiration (15,40%) ou l'encouragement pour le vidéaste (11,15%). L'évaluation des commentaires d'auto-divulgaration pour le contenu axé sur la rémission a révélé que la majorité n'a pas du tout mentionné la rémission (42,89%) et a indiqué qu'ils s'automutilaient toujours (34,00%). Les déclarations de rétablissement positif étaient rares, ce qui suggère que les visionneurs peuvent maintenir le comportement automutilatoire (en partageant leurs propres expériences d'automutilation) et rarement encourager ou mentionner le rétablissement. Parler de telles pratiques sur YouTube pourrait donc mettre en danger la santé des personnes qui y recourent.

Parler de santé mentale aux jeunes sur YouTube est grandement bénéfique, mais peut également être dangereux et il est nécessaire d'avoir conscience des impacts négatifs que cela peut avoir pour tenter d'y remédier.

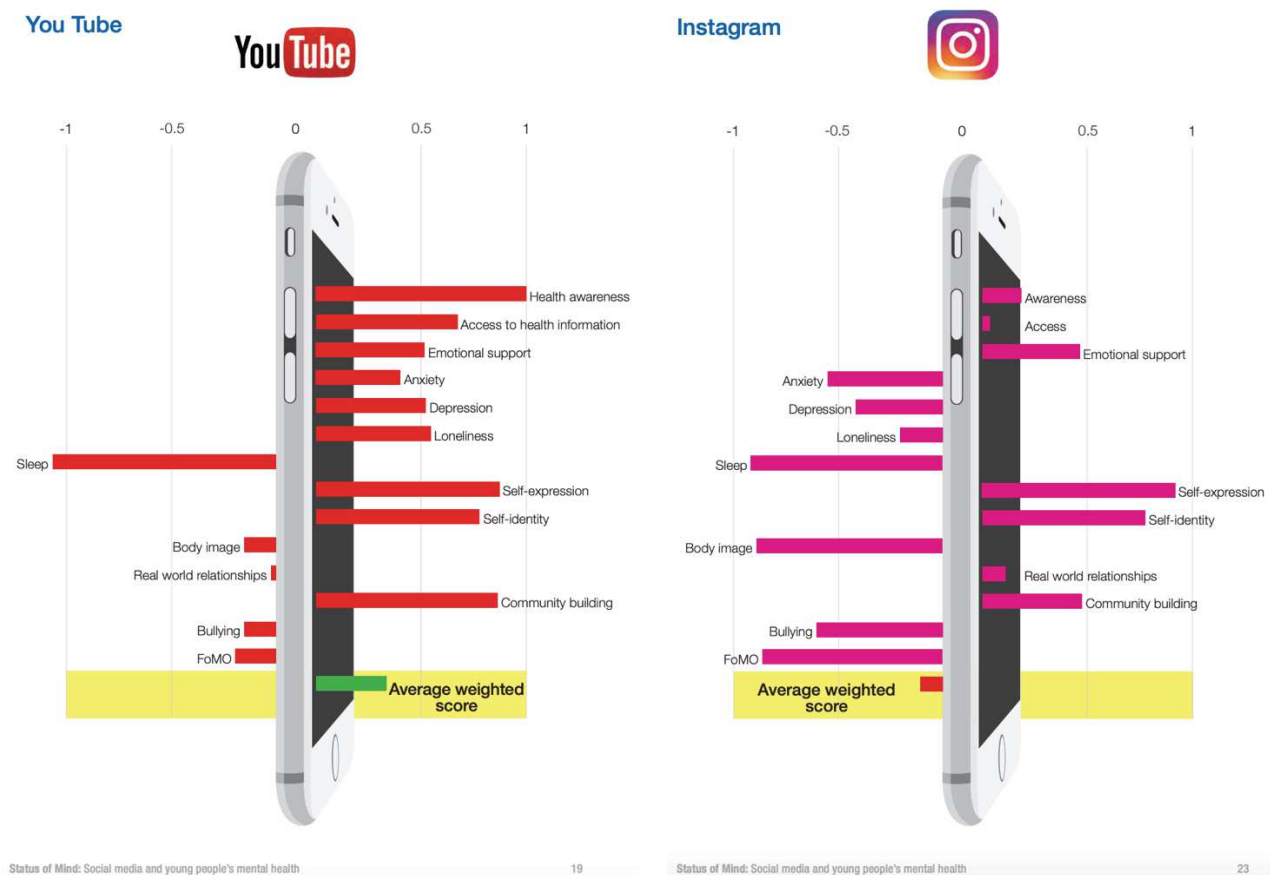
¹⁶⁷ Bennett, Chloe, « Inquiétude de santé et dangers d'auto-diagnostic », *News-Medical.net*, 23/08/2018, <[https://www.news-medical.net/health/Health-Anxiety-and-Dangers-of-Self-Diagnosis-\(French\).aspx](https://www.news-medical.net/health/Health-Anxiety-and-Dangers-of-Self-Diagnosis-(French).aspx)>

¹⁶⁸ Arbuthnott, Alexis E, Heath, Nancy L, Lewis, Stephen P et Sornberger, Michael J, « Helpful or Harmful? An Examination of Viewers' Responses to Nonsuicidal Self-Injury Videos on YouTube », *Journal of Adolescent Health*, 2012, <<http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=f913740f-a287-419e-a4ad-a938417feed7%40sessionmgr103&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHN0aW1sdWlkJmxhbmc9Znlmc210ZT11ZHMtbGl2ZSZZY29wZTlzaXRI#AN=edscal.26394639&db=edscal>>

C. Une plateforme qui ne se suffit pas à elle-même ?

Notre étude, concentrée sur YouTube, a révélé que les jeunes youtubeurs et vidéonautes associaient son utilisation à d'autres plateformes numériques pour parler de santé mentale. Complémentarité et interconnexion entre réseaux socio-numériques ou fuite sociale ? YouTube ne serait-il pas complètement adapté au processus étudié ?

Même si la plateforme possède certains avantages qu'on a déjà évoqué telle que l'illusion d'être face à quelqu'un (mieux pour la dimension thérapeutique par exemple) ; qu'il est apparemment le meilleur réseau social en matière d'impact sur la santé mentale, loin devant Instagram, d'après le rapport #Statusofmind du Royal Society for Public Health et du Young Health Movement publiée en mai 2017¹⁶⁹ (voir image ci-dessous) ; et qu'il constitue généralement le réseau social primaire de l'influenceur qui y crée du contenu ; d'autres plateformes telles qu'Instagram, Twitter, Twitch et Tik Tok regorgent de contenus d'influenceurs en lien avec la santé mentale. Des formats différents, des modalités d'interactions différentes, parfois plus poussées avec des fonctionnalités attractives et pratiques qui manquent à la plateforme, que les youtubeurs s'approprient à côté de leur activité sur YouTube.



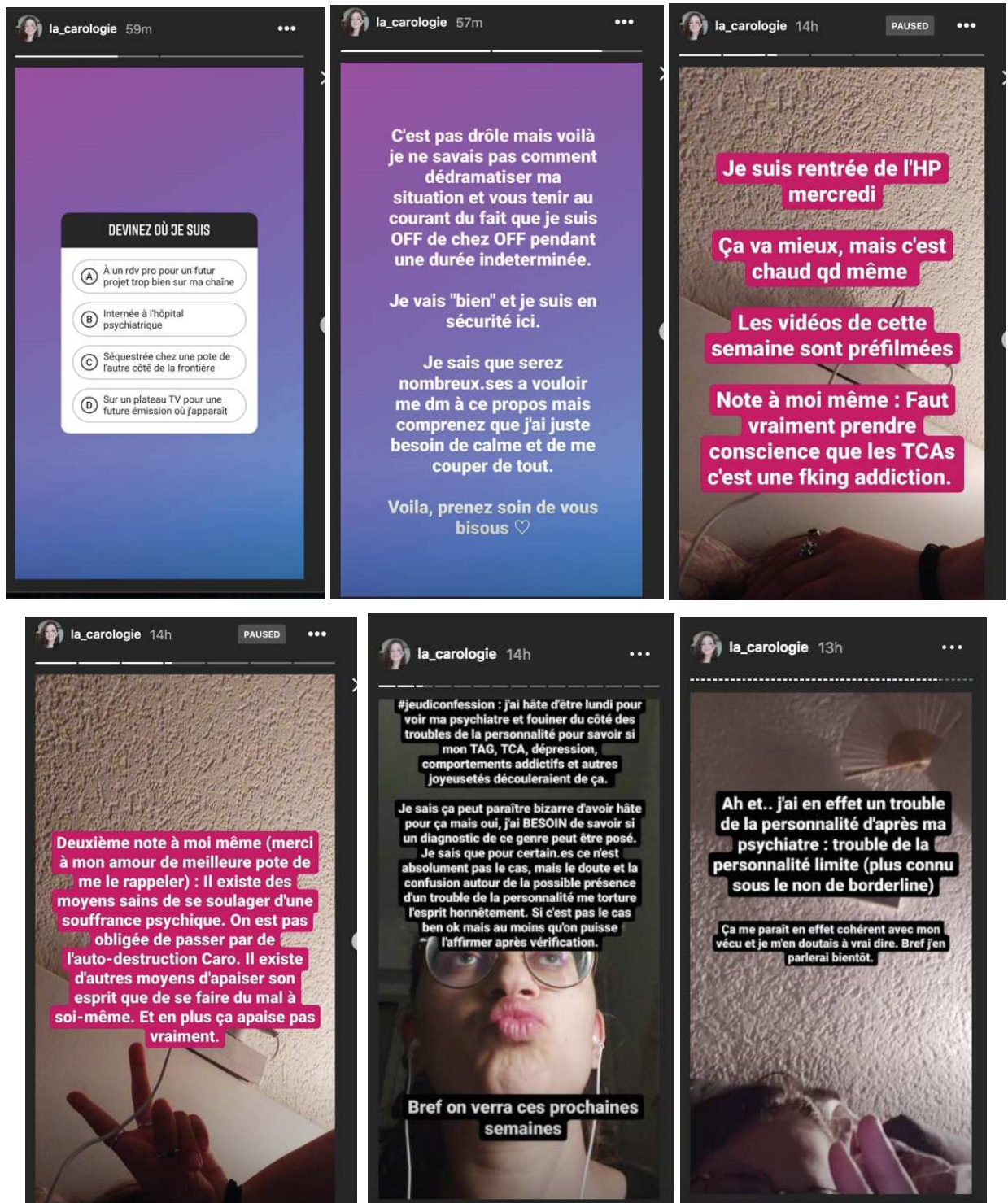
¹⁶⁹ « #StatusOfMind », Royal Status For Public Health, <<https://www.rsph.org.uk/our-work/campaigns/status-of-mind.html>>

Citons quelques exemples d'utilisations complémentaires d'autres plateformes par les youtubeurs. Le contenu sur YouTube est plus "abouti" et moins spontané, ce qui amène parfois les youtubeurs à privilégier d'autres réseaux sociaux pour parler de santé mentale, notamment Instagram avec les formats posts et stories plus instantanés, moins formels et moins figés que des vidéos YouTube qui demandent davantage de temps, de travail, d'engagement et d'aboutissement (réflexion, parfois écriture, installation set-up, tournage, montage, post-production, choix titre, création miniature, mise en ligne, promotion, modération...). Ce sont donc des partages d'expériences au jour le jour auxquels se livrent les youtubeurs, le plus souvent sur Instagram, comme Antitésie qui parle de bipolarité, A.I.M. d'anxiété, La Carologie qui évoque sa dépression, son séjour en hôpital psychiatrique en direct, son premier rendez-vous d'hypnothérapie ou son diagnostic psychiatrique.

Captures d'écran de stories Instagram d'Antitésie

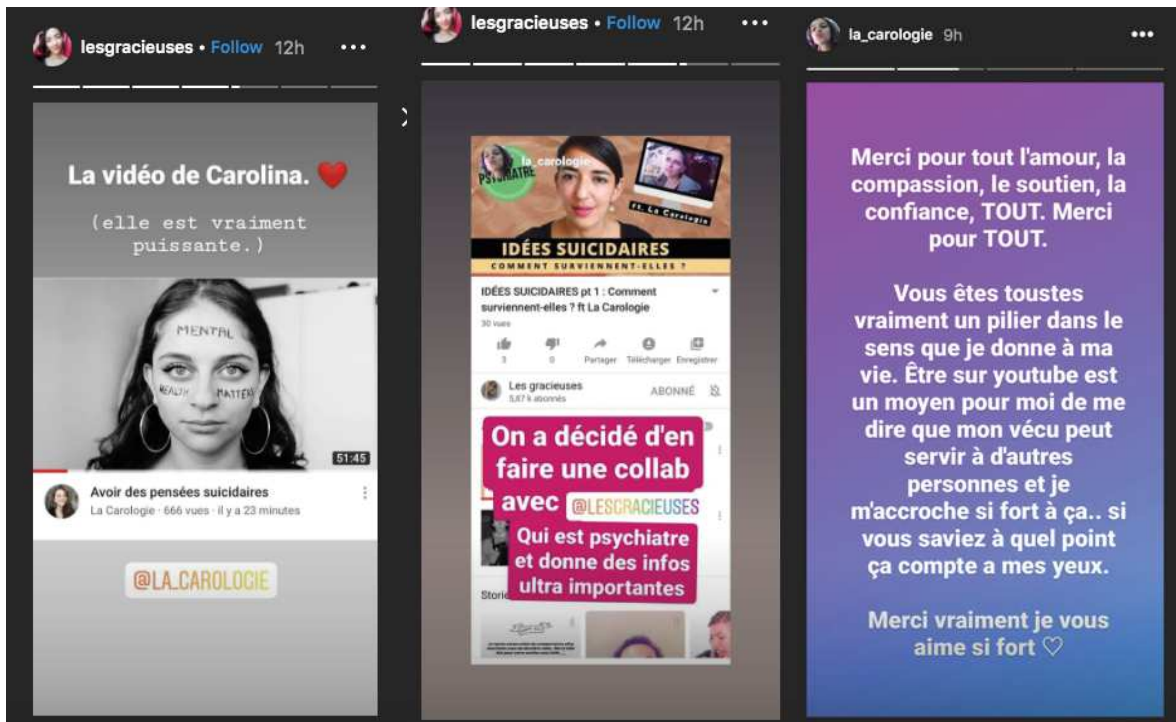


Captures d'écran de stories Instagram de La Carologie



Forme de continuité de l'expérience YouTube, le réseau est également utilisé à des fins de promotion du contenu, de remerciements adressés à la communauté suite à la publication de vidéos ou d'annonces de prochaines vidéos... voire de mise en exergue de commentaires négatifs.

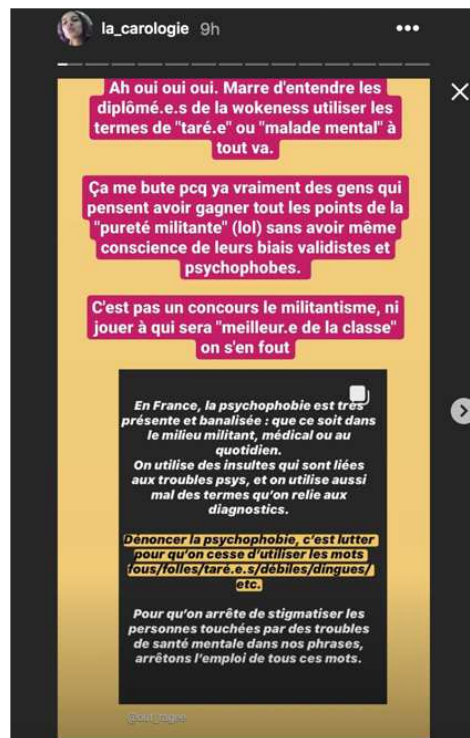
Captures d'écran de stories Instagram de Les Gracieuses et La Carologie



Sur YouTube, il n'est pas possible d'envoyer des messages privés ou de répondre aux stories. Les youtubeurs communiquent donc avec leurs abonnés sur d'autres plateformes, comme le laissait entendre Hana Nafa (Les Gracieuses) durant notre entretien : « quand les gens m'écrivaient sur Instagram, car c'est le moyen le plus facile de me contacter ». La youtubeuse Léa Choue, qui invite dans ses vidéos à la suivre sur Instagram car « c'est là où on papote, on débat... », a également un compte Instagram DearChoue pour partager les problèmes de sa communauté. Un « compte qui est là juste pour vous » notamment parce qu'elle y est « vachement moins censurée ». Et puisqu'on parle de censure, il est aisé de remarquer la différence de ton adoptée entre des contenus sur YouTube et sur Instagram, là où les publications ne sont pas monétisées et octroient en théorie

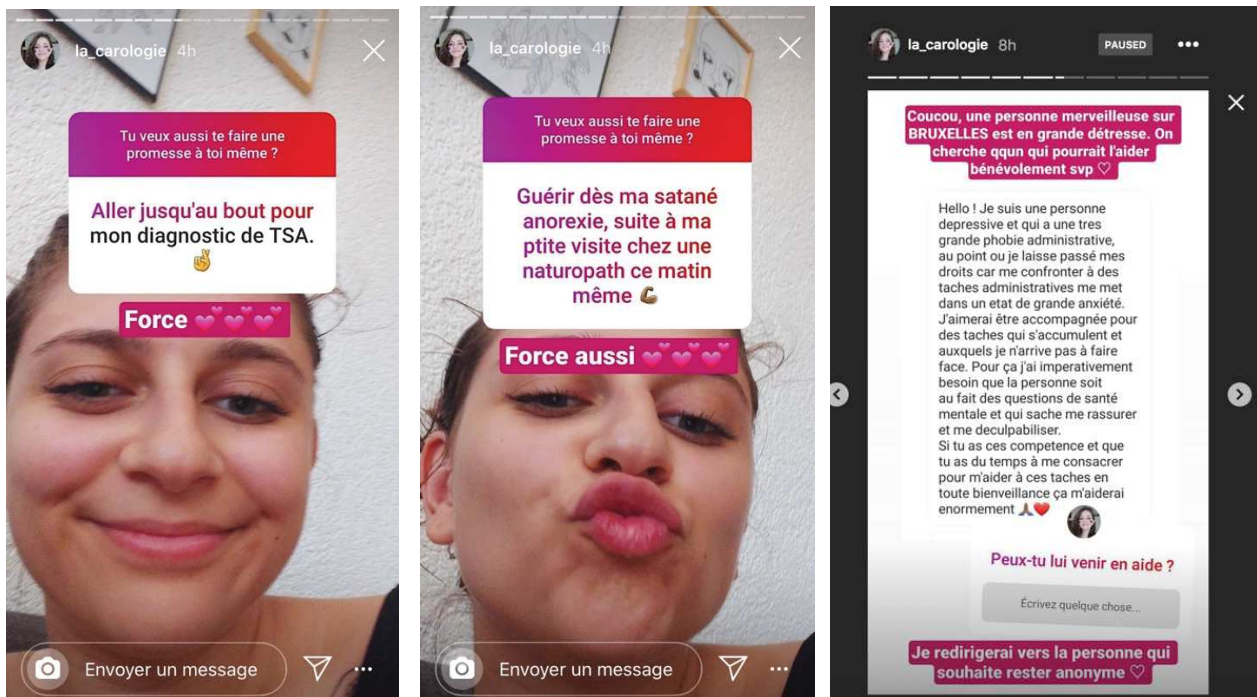
d'avantage de libertés. La Carologie emploie par exemple un ton plus incisif et militant sur son compte Instagram.

Capture d'écran d'une story Instagram de La Carologie



L'utilisation d'Instagram permet aussi d'apporter du soutien direct (voir images ci-dessous à gauche) et des aides plus urgentes et directes à des personnes (voir image ci-dessous à droite).

Capture d'écran d'une story Instagram de La Carologie



C'est également un lieu propice aux appels à sujets et à témoignages en vue de produire des vidéos sur YouTube.

Pour proposer des vidéos live, les youtubeurs donnent rendez-vous à leur communauté sur Twitch, jeune plateforme dédiée à ce format numérique interactif. Durant le confinement, Cyrus North proposait par exemple des séances de méditation collectives. Lors de notre entretien, Julien Malara (Demos Kratos) nous affirmait qu'il en lançait également : « quand j'ai fait le live, je me suis senti tellement bien car j'ai pu renouer un contact avec les abonnés et [...] je me suis dit que j'avais envie de reparler aux gens et j'ai d'ailleurs commencé à faire des lives sur Twitch. »

Sur Twitter, la place est plutôt aux annonces, disclaimers, lancement ou participation à des débats. Et les échanges qui s'y font peuvent alimenter des contenus vidéo sur YouTube, comme dans la vidéo de Raïssa Gloria.¹⁷⁰

Capture d'écran de la vidéo de Raïssa Gloria à 2mn33



Pour étendre leur communauté, promouvoir leur activité sur les autres réseaux qu'ils utilisent, et opérer une continuité avec leur action sur YouTube, les youtubeurs mettent d'ailleurs en avant leurs comptes sur les autres plateformes, que ce soit par écrit dans la barre d'information des vidéos, dans l'onglet "À propos" de la chaîne ou dans les vidéos elles-mêmes, à l'oral ou par le biais d'incrustations visuelles. Il s'agit d'un dispositif commun, « la plupart des plateformes [permettant] la publication des vidéos sur des réseaux sociaux tiers. »¹⁷¹

Nous noterons également que pour circuler sur Internet, les vidéos YouTube sont dépendantes des autres réseaux socio-numériques et de leurs options de partage.

Si la plateforme offre de nombreuses opportunités d'expression pour ses utilisateurs, sa seule utilisation, qui est néanmoins limitée, est complétée par l'utilisation d'autres plateformes qui viennent répondre à des besoins qu'elle ne sait satisfaire.

Pour conclure ce chapitre, revenons sur les enseignements essentiels tirés de nos analyses. Les réseaux sociaux sont souvent vus uniquement sous le prisme de leurs impacts négatifs sur la santé mentale, risques psychologiques, cyberharcèlement, etc. Dans les médias, leurs effets positifs sont rarement soulignés. Notre analyse tend à démontrer qu'ils sont pourtant nombreux, à l'image du bien plus conséquent travail de Casilli

¹⁷⁰ Raïssa Gloria, « MOI ET MES PENSÉES. | MademoiselleGloria », *YouTube.com*, *op. cit.*

¹⁷¹ Observatoire Européen de l'Audiovisuel, « Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos », *Council of Europe.int*, 2018, <<https://rm.coe.int/le-cadre-juridique-relatif-aux-plateformes-de-partage-de-vidéos/16808b05ef>>

qui prouve que les sites/réseaux sociaux pro-anorexie en France ne contribuent pas à exacerber ce TCA et qu'ils peuvent être au contraire des opportunités à exploiter par les soignants de créer des environnements en ligne contrôlés pour favoriser la socialisation. Une diversité de youtubeurs traite le sujet de la santé mentale avec des approches différentes qui correspondent dans une certaine mesure à des codes institués sur la plateforme. En informant, sensibilisant, divertissant, partageant leurs vécus à la fois individuels et communs, ils entrent en résonance avec les problématiques rencontrées par les jeunes, favorisent la démocratisation de la santé mentale, des troubles et thérapies associés, et initient des parcours de soin alternatifs, complémentaires aux dispositifs existants. Et puis finalement, en racontant leurs états d'âme, en montrant leur quotidien... tous les youtubeurs parlent de près ou de loin de la santé mentale, omniprésente dans nos vies. Ces chaînes aux contenus variés et non spécifiquement dédiés prouvent leur intérêt de par leur approche – non volontaire, certainement, mais tout autant - holistique de la santé mentale. Nous avons pu montrer en quoi sur YouTube les vidéonautes ont également une part d'influence - à plus petite échelle mais non négligeable – et en quoi les dispositifs de communication étudiés profitent finalement à la santé mentale de tous, youtubeurs comme vidéonautes, des catégories qui se confondent. En parler, c'est rendre accessible, mais comme nous l'avons vu, cela peut s'avérer contre-productif, voire dangereux. L'apport positif de certains des youtubeurs et contenus est évident... mais à nuancer. L'influence sur YouTube, si elle y participe, ne peut répondre à toutes les problématiques d'accès aux soins, d'où l'intérêt d'avoir des approches complémentaires. En établissant à de multiples reprises un parallèle entre la santé mentale et d'autres causes, nous posons la nouvelle hypothèse suivante : la santé mentale est une question sociale, une cause comme une autre avec des contenus finalement politisés. Et comme chaque cause a ses militants, les youtubeurs qui parlent de santé mentale sont-ils des "médiactivistes" ? Pour répondre à notre première hypothèse, oui, l'influence digitale sur YouTube est bien un instrument de démocratisation et de communication de la santé mentale auprès des jeunes. Mais un instrument qui a ses propres limites... auxquelles s'ajoutent celles du cadre dans lequel se produit et se diffuse le contenu.

CHAPITRE 2 : YouTube, un cadre économique et technologique entravant ?

D'après le Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication Gustavo Gomez-Mejia, le « genre réseau social repose sur cette rencontre motivée, souhaitée par l'industrie entre l'expression personnelle et des espaces destinés à la capter et à la rentabiliser »¹⁷². On retrouve dans la sémantique de leurs noms, à la fois un sème identitaire (les pronoms possessifs ou évocateurs d'identité personnelle « My », « Face » ou « You ») et l'objet documentaire qui permet son expression (« space », « book », Tube »). Nous serions dans « une époque idéologiquement confuse où le plus personnel et le plus industriel se côtoient » au sein de laquelle les réseaux sociaux seraient « des espaces formatés d'expression personnelle sur le Web » autant que des « lieux de production industrielle de valeur euphorique pour des partenaires commerciaux des sites. » « Présenté comme un “service”, qui se contenterait de donner un espace d'expression aux internautes, [YouTube serait] en fait un rejeton des industries culturelles et du capitalisme néolibéral. »¹⁷³ Après l'analyse de la dimension expressive, c'est maintenant le lieu de production industriel qu'est YouTube que nous allons aborder en profondeur. Nous verrons en quoi le processus de démocratisation et de communication étudié évolue dans un environnement économique en pleine mutation et plus particulièrement dans le cadre d'une « montée en puissance des “big data” », [à la fois] porteuse de promesses d'avancées scientifiques [et de] nouvelles opportunités entrepreneuriales, [et à l'origine de] risques sociaux [liés] [...] aux conditions d'extraction et captation de valeur »¹⁷⁴. D'après quelques universitaires, « plusieurs types d'économie s'entrelacent et accompagnent les transformations [des modèles économiques et organisationnels, des besoins des organisations et du comportement des usagers] : l'économie du gratuit, l'économie des services et de l'accès, l'économie sociale de la contribution. »¹⁷⁵ Sur le papier, il semblerait que l'activité d'influence dans le domaine de la santé mentale sur YouTube illustre parfaitement la combinaison des trois. Mais si l'on creuse, on en vient à se demander si l'on peut vraiment parler de gratuité et d'accès, au même titre que de contribution. Pour le chercheur Tarleton Gillespie, « le terme [plateforme], qui est au cœur du développement du web participatif, doit son succès à son ambiguïté sémantique et politique ; sa plurivocité permet à des acteurs hétérogènes de s'y retrouver, et masque un certain nombre d'enjeux et de divergences d'intérêt, essentiellement au profit des acteurs des plateformes eux-mêmes. [...] Les grands acteurs du web social tels que YouTube [...] gagnent à être désignés par un terme embarquant, plus ou moins explicitement, ces différents signifiés,

¹⁷² Richeux, Marie, « Épisode 3 : Les fabriques de soi sur le net » avec Gustavo Gomez-Mejia, *FranceCulture.fr*, art. cit.

¹⁷³ Jahjah, Marc, « Logiques marchandes et désir de distanciation : l'ambiguïté des youtubeurs », *LaRevueDesMédias.INA.fr*, art. cit.

¹⁷⁴ Casilli, Antonio et Tubaro, Paola, résumé d'« Enjeux sociaux des Big Data », *HAL.Archives.Ouvertes*, 04/02/2017, <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01456369>>

¹⁷⁵ Barrant, Anne, Broudoux, Évelyne, Cavalier, François, Chartron, Ghislaine, Giusti, Aurélia, Jeanguenin, Jeremy, Moreau, François et Tremblay, Jean-Marie, « Transformation numérique des réseaux », *Documentaliste-Sciences de l'Information* 2013/2 (Vol. 50), pages 46 à 59, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2013-2-page-46.htm>>

suggérant qu'ils donnent la parole aux masses dans un programme général de démocratisation."¹⁷⁶ Démocratisation qui nous intéresse particulièrement dans le cadre de notre analyse mais qui recouvre donc des enjeux bien particuliers. Un argument qui n'irait finalement pas dans le sens des utilisateurs de la plateforme mais plutôt dans celui de cette dernière.

Dans quelles conditions peut-on parler de santé mentale en utilisant les outils actuels ? Comment évoluer au sein d'un outil qui a ses propres objectifs ? Dans quel cadre économique et technologique le processus de démocratisation et de communication étudié s'inscrit-il ? Ce cadre est-il un frein ? La plateforme a-t-elle une responsabilité en matière de santé mentale ? Nous nous intéresserons tout d'abord à YouTube, ses identités, ses enjeux et ses engagements intéressants à relever pour notre analyse ; avant de nous pencher sur les dynamiques de pouvoir auxquels elle fait face, qu'elle crée et qu'elle alimente et leur rôle dans sa façon de traiter ses utilisateurs et de gérer les contenus sur la santé mentale qu'elle héberge ; pour enfin analyser les conséquences qu'elle a sur ces derniers.

1. Un organe hybride/aux multiples facettes

Dans cette partie, nous nous attacherons à relever les différentes facettes de YouTube, les contraintes réglementaires auxquelles elle est confrontée et ses engagements sociaux revendiqués, mais aussi de nombreux paradoxes.

A. YouTube, simple outil technologique ?

YouTube est avant tout considérée comme une plateforme de partage de vidéos, dans la mesure où elle en présente toutes les caractéristiques : « accès ouvert à tous, absence d'intervention de la plateforme dans le choix des contenus publiés, curation algorithmique ou humaine des contenus, financement par la publicité, contrôle a posteriori à l'initiative des ayants droit ou de la plateforme. »¹⁷⁷ Si nous reprenons la définition de l'article 50 du projet de loi français n°4288 « relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère numérique »¹⁷⁸, il s'agit « d'un service fourni au moyen d'un réseau de communications électroniques [dont l'] objet principal [est] la fourniture de programmes ou de vidéos créées par l'utilisateur "pour informer, divertir ou éduquer", [qui en détermine] l'organisation (et donc le classement, la promotion, etc.) [et qui relève] d'une activité économique. » Pour centraliser et partager ces contenus, YouTube doit nécessairement les héberger. Un statut spécifique énoncé par l'article 6-I-2 de la loi pour la confiance dans

¹⁷⁶ Beuscart, Jean-Samuel et Flichy, Patrice, « Plateformes numériques », numéro 212, Réseaux, juin 2018, p. 9 à 22, *Cairn.info*, art. cit.

¹⁷⁷ Observatoire Européen de l'Audiovisuel, « Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos », *Council of Europe.int*, *op. cit.*

¹⁷⁸ Assemblée Nationale, « Projet de loi n° 2488 relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère numérique », *Assemblée Nationale.fr*, <http://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/115b2488_projet-loi>

l'économie numérique (LCEN) du 21 juin 2004¹⁷⁹ : les hébergeurs « assurent, même à titre gratuit, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par les destinataires de ces services ». Une définition qui souligne la distinction à faire avec l'éditeur qui possède, lui, une « maîtrise éditoriale » sur les contenus chargés sur sa plateforme et met en plus à disposition un contenu original. Dans le cas de YouTube, les éditeurs sont ses usagers. Plateforme de partage de vidéos, hébergeur, YouTube est aussi un « service de médias audiovisuels à la demande [SMAD] » puisque c'est un « service de communication au public par voie électronique permettant le visionnage de programmes au moment choisi par l'utilisateur et sur sa demande, à partir d'un catalogue de programmes dont la sélection et l'organisation sont contrôlées par l'éditeur de ce service »¹⁸⁰, en l'occurrence les utilisateurs. D'après le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA)¹⁸¹, la plateforme YouTube propose une offre de vidéos diversifiée dans : les thématiques abordées ; les types d'éditeurs présents (chaînes de télévision, professionnels d'Internet, vidéastes amateurs, etc.) ; les formats utilisés ; et la durée des contenus.

Déjà évoquées plus que les autres dans notre première partie, les dimensions sociale, triviale et générationnelle de la plateforme s'ajoutent aux particularités techniques du site. Comme la plupart des plateformes de partage de vidéos, elle s'est dotée « de fonctions que l'on peut qualifier de sociales »¹⁸², permettant les interactions entre utilisateurs et faisant d'elle un « réseau social ».

Nous avons évoqué la nature multidimensionnelle de YouTube, à la fois plateforme numérique et outil d'hébergement de contenu et de diffusion audiovisuelle, média social, réseau socio-numérique, hub documentaire, écosystème communautaire ou encore lieu d'expression à la fois intime et partagé. Mais plus que tout cela, YouTube est une entreprise et une marque commerciale aux enjeux économiques importants... et est donc également employeur, partenaire, gagne-pain, à l'origine d'un produit et de services numériques associés. Une économie à part entière ?

Créée en 2005 par trois anciens salariés de PayPal, son essor fulgurant lui vaut d'être rachetée par le géant américain Google un an plus tard pour 1,6 milliards de dollars¹⁸³. 45 millions d'utilisateurs actifs par mois, deuxième média social le plus utilisé après Facebook¹⁸⁴, 400 heures de vidéos mises en ligne chaque minute et un milliard d'heures de vidéos visionnées chaque jour¹⁸⁵, 15,1 milliards de dollars générés en 2019,

¹⁷⁹ « Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (1). », *LegiFrance.gouv.fr*, <<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000801164/2020-09-16/>>

¹⁸⁰ Article 2 de la loi de 1986 sur la communication audiovisuelle, « Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard) », *LegiFrance.gouv.fr*, <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexteArticle.do;jsessionid=607CD9799F7A964AE886407A91F407E9.tplgfr41s_3?idArticle=LEGIARTI000020358258&cidTexte=LEGITEXT000006068930&dateTexte=20200311>

¹⁸¹ CSA, « Pourquoi et comment le CSA a réalisé une étude sur l'un des algorithmes de recommandations de YouTube », *CSA.fr*, 12/11/2019, <<https://www.csa.fr/Informer/Toutes-les-actualites/Actualites/Pourquoi-et-comment-le-CSA-a-realise-une-etude-sur-l-un-des-algorithmes-de-recommandations-de-YouTube>>

¹⁸² Observatoire Européen de l'Audiovisuel, « Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos », *Council of Europe.int*, *op. cit.*

¹⁸³ Foulon, Sandrine, « Le patron, c'est YouTube ! », *Alternatives Économiques*, 2017, N°367, p.46, <<https://www.cairn.info/magazine-alternatives-economiques-2017-4-page-46.htm>>

¹⁸⁴ « YouTube », *Wikipedia.org*, <<https://fr.wikipedia.org/wiki/YouTube>>

¹⁸⁵ Lenne, Olivier, cité dans Foulon, Sandrine, « Le patron, c'est YouTube ! », *Alternatives Économiques*, art. cit.

soit 4 de plus qu'en 2018 et 7 de plus qu'en 2017, des revenus publicitaires qui ont compté pour près de 10% du chiffre d'affaires total d'Alphabet, société-mère de la firme¹⁸⁶, deux tiers des vidéos en ligne vues en France¹⁸⁷... On ne peut que constater le succès planétaire et la croissance exponentielle de YouTube, « devenue en dix ans un mastodonte du partage de vidéos en ligne »¹⁸⁸. Beaucoup de chiffres d'un seul coup ? C'est normal, nous parlons désormais business. Reprenons maintenant les trois économies évoquées précédemment et dans lesquelles YouTube s'inscrit en théorie.

Économie du gratuit. « Si c'est numérique, tôt ou tard cela sera gratuit », disait le rédacteur en chef du magazine américain *Wired* Chris Anderson¹⁸⁹. Le succès de YouTube repose, en effet, essentiellement sur la gratuité de ses contenus. Pour Olivier Lenne, « l'augmentation du nombre de clients est à la base de sa stratégie de croissance »¹⁹⁰. Pour l'entreprise, « la gratuité n'est plus perçue comme un coût, mais comme un investissement sur le long terme. Le lancement gratuit ou à perte n'est pas synonyme de non-rentabilité »¹⁹¹. Mais comment être rentable si l'on est gratuit ? « Visionnaire, la plateforme a été la première à proposer la monétisation des vidéos ».¹⁹² La « monétisation » désigne le processus par lequel une vidéo permet à son créateur de gagner de l'argent grâce aux recettes publicitaires qu'elle génère : la publicité peut être diffusée avant, pendant et/ou après la vidéo et chaque « vue » déclenche le paiement de droits, YouTube assurant reverser directement aux créateurs « plus de 50 % des revenus publicitaires générés. La règle communément admise est de percevoir en moyenne un euro pour 1 000 vues. »¹⁹³ Une gratuité qui serait donc limitée à ses utilisateurs et ne s'appliquerait pas aux entreprises qui achètent des espaces publicitaires sur la plateforme. « Si c'est gratuit, c'est que vous en êtes le produit ».¹⁹⁴ Limitée également car le service fonde en partie sa valeur sur celle créée par ses utilisateurs en termes de contenu et de collecte et revente de données : « Tout individu, dès qu'il est présent sur le Web ou sur les réseaux sociaux, produit de la valeur, réalise un travail gratuit, accaparé par les grandes entreprises du Net. »¹⁹⁵ La « technoéconomie » - ou « technolibéralisme » - et « l'économie de la donnée et des plateformes » critiquées par Éric Sadin font des réseaux des espaces « investis et capitalisés par le régime privé, Google [ayant] compris, parmi les premiers, que les informations pouvaient constituer le cœur d'un nouveau modèle économique, fondé sur leur traitement structuré et leur exploitation commerciale à diverses fins. »¹⁹⁶ Avec YouTube Premium, offre payante sur abonnement lancée en juin 2018 en France, les utilisateurs – désormais clients - qui ne souhaitent pas être confrontés à ces publicités peuvent également accéder aux

¹⁸⁶ Belkaab, Omar, « YouTube dévoile son chiffre d'affaires pour la première fois et c'est colossal », *Frandroid.com*, 04/02/2020, <https://www.frandroid.com/android/applications/google-apps/671978_youtube-chiffre-daffaires-devoile-premiere-fois>

¹⁸⁷ Lenne, Olivier, cité dans Foulon, Sandrine, « Le patron, c'est YouTube ! », *Alternatives Économiques*, art. cit.

¹⁸⁸ Foulon, Sandrine, « Le patron, c'est YouTube ! », *Alternatives Économiques*, art. cit.

¹⁸⁹ Anderson, Chris, *Free ! Entrez dans l'économie du gratuit*. Pearson, 2009, cité dans Barrand, Anne, Broudoux, Évelyne, Cavalier, François, Chartron, Ghislaine, Giusti, Aurélia, Jeanguenin, Jeremy, Moreau, François et Tremblay, Jean-Marie, « Transformation numérique des réseaux », art. cit.

¹⁹⁰ Lenne, Olivier, cité dans Foulon, Sandrine, « Le patron, c'est YouTube ! », *Alternatives Économiques*, art. cit.

¹⁹¹ Foulon, Sandrine, « Le patron, c'est YouTube ! », *Alternatives Économiques*, art. cit.

¹⁹² *Idem*.

¹⁹³ *Idem*.

¹⁹⁴ Barrand, Anne, Broudoux, Évelyne, Cavalier, François, Chartron, Ghislaine, Giusti, Aurélia, Jeanguenin, Jeremy, Moreau, François et Tremblay, Jean-Marie, « Transformation numérique des réseaux », art. cit.

¹⁹⁵ Beuscart, Jean-Samuel et Flichy, Patrice, « Plateformes numériques », art. cit.

¹⁹⁶ Entretien de Sadin, Éric, réalisé par Chapelain, Brigitte, « Le technolibéralisme nous conduit à un « avenir régressif » », *Hermès, la Revue*, 2018, N° 80, p. 255 à 258, *Cairn.Info*, <<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2018-1-page-255.htm>>

contenus depuis tous types d'appareils, en quittant l'application et offline, ainsi qu'aux contenus exclusifs de YouTube Originals, YouTube Music et Google Play Music. Après s'être lancée sur un modèle de gratuité totale et alors que la gratuité se traduit justement par une absence de contrepartie, l'entreprise rend sa plateforme de plus en plus payante, questionnant finalement son accessibilité. Les propos d'Olivier Bomsel, professeur d'économie industrielle à l'École des Mines, à propos de l'économie du gratuit résonnent donc complètement dans notre cas : « rien n'est jamais gratuit : soit d'autres paient pour vous, soit on paie pour autre chose, soit on paiera après »¹⁹⁷ Les annonceurs paient pour les utilisat¹⁹⁸eurs, les utilisateurs paient depuis le début avec le contenu qu'ils produisent et avec leurs données personnelles et désormais avec YouTube Premium. Si l'entreprise assure que la plateforme ne sera jamais complètement payante, on pourrait retrouver demain d'autres services payants et une limitation de plus en plus importante dans l'accès aux contenus sur YouTube.

Économie des services et de l'accès. Parmi la multitude de définitions du terme "service", nous retiendrons ces deux-ci : « Usage que l'on peut faire de quelque chose » et « Ce que l'on fait pour quelqu'un, avantage qu'on lui donne spontanément »¹⁹⁹ L'"accès" consistant dans notre cas à la « possibilité pour quelqu'un, pour un groupe, d'accéder à une connaissance, de la posséder et de la maîtriser. »²⁰⁰ On le sait, « les plateformes de partage de vidéos ont longtemps été les seuls services permettant aux Internauts de mettre à disposition leurs vidéos auprès d'une communauté d'utilisateurs. » La disponibilité, rapidité d'accès à un contenu notamment informatif, son autogestion et évolution permanente (principe de "bêta") – pour satisfaire toujours plus la demande et aller même au-delà - sont effectivement des avantages dont bénéficient les utilisateurs qui disposent d'Internet, de temps et pour certains... quand même un peu d'argent.

Économie sociale de la contribution. Si la dimension sociale du réseau n'est plus à prouver alors que ses contenus sont des conscripts, il convient d'insister à nouveau sur le fait que YouTube est considéré comme un « héraut du "Web collaboratif" [à travers] la production de contenus réalisée par des usagers »²⁰¹, autrement appelé User-Generated Content²⁰² (UGC). Plus qu'une question fonctionnelle technique, il s'agit d'un modèle économique dont l'intérêt est évident pour la plateforme, auquel s'ajoute une meilleure garantie de fidélité des utilisateurs, « d'autant plus attachés au site qu'ils ont contribué à son contenu »²⁰³. C'est une création de valeur partagée dans la mesure où « ce qui crée la valeur de la vidéo finalement c'est la valeur participative, avec l'audience, le nombre de followers, likes, vues, commentaires. » Grâce aux possibilités d'auto-production et

¹⁹⁷ Barrand, Anne, Broudoux, Évelyne, Cavalier, François, Chartron, Ghislaine, Giusti, Aurélia, Jeanguenin, Jeremy, Moreau, François et Tremblay, Jean-Marie, « Transformation numérique des réseaux », art. cit.

¹⁹⁸ *Idem.*

¹⁹⁹ « Service », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/service/72393>>

²⁰⁰

« Accès »,

Larousse.fr,

<[²⁰¹ Bullich, Vincent, « Régulation des pratiques amateurs et accompagnement de la professionnalisation : la stratégie de YouTube dans la course aux contenus exclusifs », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°16, 2015, <\[²⁰² De l'anglais, traduit par "Contenu généré par l'utilisateur".\]\(https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2015/supplement-b/02-regulation-des-pratiques-amateurs-et-accompagnement-de-la-professionnalisation-la-strategie-de-youtube-dans-la-course-aux-contenus-exclusifs/></p></div><div data-bbox=\)](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/acc%C3%A8s/420#:~:text=Possibilit%C3%A9%20pour%20quelque%20chose%20d,de%20l'immeuble%20sont%20gard%C3%A9s.></p></div><div data-bbox=)

²⁰³ Stenger, Thomas, « Introduction », *Hermès, La Revue*, art. cit.

auto-édition sur YouTube, le youtubeur intervient de A à Z dans la création, constitution et médiation du contenu : il est à la fois auteur, éditeur et diffuseur (sous-diffuseur plutôt, car la chaîne est un sous-espace personnel créé au sein d'une plateforme, donc YouTube est le réel diffuseur). D'après le chercheur Pierre-Jean Benghozi, « loin de reposer sur le seul activisme de réseaux et de communautés de contributeurs bénévoles, la [force du modèle des plateformes UGC] tient au contraire à son caractère explicitement commercial. C'est lui qui permet le déploiement d'une architecture puissante et contrôlée, tout autant que des formes d'engagement modulables et différenciées de la part des utilisateurs. Dans les deux cas, le succès tient justement à ce que ces derniers ne "s'impliquent" pas dans ces sites mais les instrumentalisent, au contraire, à leur avantage, au profit de stratégies purement individuelles : c'est même en les utilisant dans une telle perspective qu'ils contribuent le plus directement à la valeur globale des sites et à leur attractivité. »²⁰⁴ Une économie sociale de la contribution censée reposer sur une absence de hiérarchie des contributeurs mais qui en réalité – et comme vu précédemment - privilégie les youtubeurs à forte communauté.

Mais les relations sociales sur YouTube ne se limitent pas aux seuls créateurs de contenu et vidéonautes ; la plateforme, ou plutôt l'entreprise, entretient une double relation : « en amont [avec] ses utilisateurs, à travers l'offre de services gratuits en échange de la collecte de données issues de la libre saisie des utilisateurs de la plateforme ; et, en aval, [avec] les annonceurs »²⁰⁵. Alors que la logique commerciale semble venir dans un second temps, elle est en fait aux fondements du modèle économique de la plateforme du fait de la gratuité évoquée précédemment. Et « si le site continue de proposer une multitude de vidéos réalisées hors de toutes considérations commerciales, la firme cherche désormais à maximiser la valorisation des productions en amateur les plus plébiscitées. Pour ce faire, elle a mis en place une régulation spécifique qui résulte de la conjonction de trois moyens : la définition et l'application de normes socio-esthétiques, le design et l'architecture technique du site, des discours d'accompagnement censément performatifs. Il s'agit ainsi de favoriser la professionnalisation d'amateurs "prometteurs", c'est-à-dire renforcer leur productivité comme la marchandisation de leurs contenus. »²⁰⁶ Une économie de la contribution ouverte basée sur la « participation des utilisateurs à la création de la valeur, [la] remise en cause de l'autorité, de l'expertise, de la professionnalisation des filières du contenu, etc. » qui ne serait pas si simple à mettre en place dans les faits : « les asymétries restent fortes entre la contribution et la consultation (un très faible pourcentage de contributeurs pour une grande majorité d'utilisateurs), que la qualité reste un défi et que la pérennité, au-delà d'une phase d'innovation, demeure hasardeuse. »²⁰⁷ Du point de vue de YouTube, la contribution peut également être perçue positivement de par la présence massive d'utilisateurs qui motive la participation des annonceurs publicitaires, conformément à une « logique de marché biface où une plateforme relie deux types

²⁰⁴ Benghozi, Pierre-Jean, « Économie numérique et industries de contenu : un nouveau paradigme pour les réseaux », *Hermès, La Revue*, art. cit.

²⁰⁵ Observatoire Européen de l'Audiovisuel, « Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos », *Council of Europe.int*, *op. cit.*

²⁰⁶ Bullich, Vincent, « Régulation des pratiques amateurs et accompagnement de la professionnalisation : la stratégie de YouTube dans la course aux contenus exclusifs », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, art. cit.

²⁰⁷ Barrand, Anne, Broudoux, Évelyne, Cavalier, François, Chartron, Ghislaine, Giusti, Aurélie, Jeanguenin, Jeremy, Moreau, François et Tremblay, Jean-Marie, « Transformation numérique des réseaux », *op. cit.*

d'agents économiques connectés entre eux par des externalités croisées positives [avec] un type d'agents [qui] motive la participation de l'autre sur la plateforme. »²⁰⁸

Gratuité et accès questionnables, et contribution sous conditions mis en parallèle avec rentabilité et maximisation de la production... De l'industrialisation vers l'"ubérisation" des pratiques sur la plateforme ?

B. Des contraintes réglementaires respectées ?

Pour éviter les dérives, des réglementations naissent depuis plusieurs années, au fur et à mesure des problématiques relevées et des évolutions des plateformes. Des législations nationales, européennes, internationales, imposent des contraintes aux entreprises telles que YouTube, visant à réguler leurs pratiques dans les différents domaines qui constituent des défis juridiques majeurs : des communications commerciales à la protection des droits fondamentaux²⁰⁹ – des mineurs et de la dignité humaine -, en passant par la protection des données et le respect de la vie privée, le respect du droit de la concurrence et de la réglementation audiovisuelle – dans le cas de partage et diffusion de fichiers vidéo sur Internet²¹⁰ - ou l'application des législations nationales et des dispositions en matière de territorialité²¹¹. Un dernier aspect complexe à manœuvrer alors que l'adoption d'une approche commune à l'échelle mondiale est difficile²¹² et que « la dimension et la portée mondiale des [...] plateformes de partage de vidéos [...] représentent une difficulté pour les législations nationales, qui se limitent par essence à l'étendue d'un territoire. »²¹³ Nous ne citerons ici que les mesures essentielles à la bonne appréhension de notre sujet et relatives aux différents statuts définis en amont pour YouTube. En France, le cadre législatif relatif aux plateformes est constitué de mesures publiques de régulation qui déterminent et imposent des bonnes pratiques, plus particulièrement en matière de clarté, de transparence et de loyauté. Il est notamment soumis aux directives européennes.

Depuis mai 2018, le Règlement Général relatif à la Protection des Données (RGPD) de l'Union Européenne vise à harmoniser en Europe la législation applicable en matière de protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et les dispositions relatives à la libre circulation de ces données, protégeant les libertés et droits fondamentaux des personnes physiques, et en particulier leur droit à la protection des données à caractère personnel. Il n'est donc plus possible pour YouTube de collecter certaines données et de les revendre, impactant la santé financière de l'entreprise et nécessitant d'imaginer d'autres rentrées d'argent.

Le Code de la consommation français prévoit que « les opérateurs de plateformes numériques doivent préciser à l'internaute les conditions et les critères de classement et de référencement des offres, la nature et le

²⁰⁸ *Idem.*

²⁰⁹ D'après L'Observatoire Européen de l'Audiovisuel, le Conseil de l'Europe a adopté une recommandation sur les rôles et responsabilités des intermédiaires d'internet, responsabilisant les États et les « intermédiaires d'internet » en matière de droits de l'homme et de libertés fondamentales.

²¹⁰ Observatoire Européen de l'Audiovisuel, « Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos », *Council of Europe.int*, *op. cit.*

²¹¹ *Idem.*

²¹² *Idem.*

²¹³ *Idem.*

mode de fonctionnement du service d'intermédiation proposé ou encore l'existence d'un lien capitalistique entre l'opérateur de plateforme et l'offreur [producteur de contenu]. »²¹⁴ La loi relative à la lutte contre la manipulation de l'information du 22 décembre 2018 impose, elle, des obligations aux opérateurs de plateformes en ligne, notamment en matière de transparence des algorithmes, confiant au CSA le contrôle de leur bonne application. Un CSA qui veille au grain²¹⁵ pour favoriser la diversité culturelle et diminuer le risque d'enfermement de l'utilisateur dans des choix prédéfinis. Malgré ces deux réglementations, le fonctionnement algorithmique de YouTube est pourtant des plus opaques... mais nous aurons l'occasion d'y revenir plus tard.

Concernant l'enjeu de protection des mineurs – intéressant pour les jeunes de 15 à 18 ans étudiés dans le cadre de notre analyse –, l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel invite à « mettre en balance la liberté d'expression des fournisseurs de contenus et l'objectif d'intérêt général qu'est la protection des mineurs », avec des « opérations de contrôle, d'outils de filtrage et de censure »²¹⁶. L'article 15 de la loi relative à la liberté de communication du 30 septembre 1986 oblige les services de communication audiovisuelle à s'assurer que les « programmes susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs ne soient pas mis à disposition du public »²¹⁷, impliquant une mise à disposition « des utilisateurs des mécanismes de classification et de notification des contenus » et « de vérification d'âge et de contrôle parental ». Chose mise en place de manière uniforme par Google à l'inscription de ses comptes déployés sur tous ses outils, dont YouTube. L'âge minimal obligatoire est de 13 ans, en-dessous duquel les mineurs n'ont accès qu'à YouTube Kids, ce qui ne touche en principe pas la population que nous étudions qui a bien accès à tous les contenus sur YouTube et donc à ceux que nous étudions avec attention... à l'exception des vidéos soumises à une limite d'âge, invisibles par les utilisateurs non connectés mais également ceux âgés de moins de 18 ans.²¹⁸ Celles-ci sont signalées par des utilisateurs pour langage vulgaire, images violentes et choquantes, nudité et contenu à caractère sexuel, et représentation d'activités malveillantes ou dangereuses, ce qui ne caractérise a priori pas les contenus des youtubeurs en lien avec la santé mentale. Des législations « extérieures » qui mènent à des règles « intérieures » à la plateforme, contraignant dans le même temps ses utilisateurs.

Si la plateforme respecte certaines de ces bonnes pratiques, elle est régulièrement épinglée par les régulateurs pour son laxisme, voire son refus de coopérer. Une entreprise américaine d'envergure internationale qui se considérerait au-dessus des lois européennes et françaises et qui mettrait le profit avant l'humain ?

²¹⁴ « Les obligations d'information des plateformes numériques », *Économie.Gouv.fr*, 21/04/2020, <<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/les-obligations-dinformation-des-plateformes-numeriques#:~:text=Les%20op%C3%A9rateurs%20de%20plateformes%20num%C3%A9riques%20ne%20peuvent%20b%C3%A9n%C3%A9ficier%20du%20r%C3%A9gime.illicites%20en%20lien%20avec%20les->

²¹⁵ CSA, « Pourquoi et comment le CSA a réalisé une étude sur l'un des algorithmes de recommandations de YouTube », *CSA.fr*, art. cit.

²¹⁶ Observatoire Européen de l'Audiovisuel, « Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos », *Council of Europe.int*, op. cit.

²¹⁷ « Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard) », *LegiFrance.gouv.fr*, op. cit.

²¹⁸ « Contenus soumis à une limite d'âge », Aide YouTube, *Support.Google.com*, <<https://support.google.com/youtube/answer/2802167?hl=fr#:~:text=Les%20vid%C3%A9os%20soumises%20%C3%A0%20une,ont%20activ%C3%A9%20le%20mode%20restreint->

C. Des engagements marqués pour l'humain, paradoxe ?

YouTube est une plateforme qui se veut « fondamentalement ouverte »²¹⁹ et qui permet la conscription, le partage, la collaboration, les échanges. Elle donne l'impression d'être un exhausteur d'humanité et d'émotions. Un lieu virtuel qui montre une grande diversité de personnes dans tous leurs états, comme une humanité qui serait augmentée par le numérique. Une image qui nous est personnelle mais qui tend à être confirmée par le discours et les actions de l'entreprise qui affirme avec grande conviction être "au service" – le retour de la dimension servicielle ! – de l'humain. Et de quels humains ? Avant tout, certains de ses utilisateurs créateurs de contenu dont elle cherche à « encourager l'émergence »²²⁰. Ces « producteurs qui, ayant atteint un certain niveau de notoriété, fournissent en permanence des contenus originaux spécifiques et ont conclu des accords généraux avec [la plateforme]. » Elle leur propose de ce fait un véritable accompagnement business pour faciliter leur activité entrepreneuriale sur la plateforme, les aidant à proposer un "meilleur" contenu – comprendre : "qui est davantage susceptible de plaire aux vidéonautes" –, à augmenter leur visibilité, à piloter des stratégies de croissance, leurs volets marketing et commercial, etc. Une intention illustrée par des initiatives dédiées "YouTube For Creators" avec ses "Benefit Levels" ; les challenges tels que YouTube NextUp ; ou le YouTube Studio, un « tableau de bord où s'affichent toutes les actualités importantes, des outils d'analyse plus puissants avec des statistiques en temps réel, une fonctionnalité de filtrage des commentaires et une expérience de mise en ligne guidée »²²¹. Nombreux sont d'ailleurs les youtubeurs à exprimer leur reconnaissance vis-à-vis de la plateforme, comme Esther qui explique dans l'une de ses vidéos²²² qu'elle est devenue coach grâce à YouTube, ce qui lui permet aujourd'hui de « gagner sa vie en apportant de la valeur aux autres » sans passer par des partenariats avec des marques.

Pendants négatifs, l'imperceptibilité de la plateforme et le favoritisme qu'elle exerce. Sur le premier point, Julien Malara (Demos Kratos) nous permet de relever une forme de déshumanisation de la plateforme qui la rend inaccessible : « YouTube, tu ne peux pas les appeler, c'est tout le monde et ce n'est personne. » Sur le second, certains dispositifs tels que les YouTube Spaces concernent uniquement les macro-influenceurs – chaînes qui ont plus de 10 000 abonnés : de nombreux avantages à la clé qui incitent à produire très largement et à ne pas se développer hors de YouTube, et un type de différenciation qui questionnent sur les véritables intentions de l'entreprise. Ces actions sont-elles vraiment réalisées dans l'intérêt des créateurs de contenu ? Ou faisons-nous à nouveau face à une problématique de rentabilité ?

En tout cas YouTube, qui se veut au service de *tous* ses utilisateurs, n'hésite pas à mettre en avant ses vidéonautes, ceux qui regardent le contenu, comme dans sa campagne vidéo "More than just viewers:

²¹⁹ EnjoyPhoenix, « LES DESSOUS DE YOUTUBE (DÉMONÉTISATION, ALGORITHME, TENDANCES...) », *Youtube.com*, 29/06/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=M3QwH6h9ITc>>

²²⁰ Observatoire Européen de l'Audiovisuel, « Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos », *Council of Europe.int*, *op. cit.*

²²¹ YouTube Creators, « YouTube Studio : fin de la phase bêta », *YouTube.com*, 21/11/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=VKf6NF0OD5A>>

²²² Esther, « Juste envie de discuter avec des humains », *YouTube.com*, 23/05/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=cV7tL9rrviE&feature=youtu.be>>

Celebrating YouTube's special connection with its audience"²²³ (« Plus que de simples visionneurs : célébrer le lien spécial de YouTube avec son public ») publiée en novembre 2017.

Cette même année, elle lance la fonction “YouTube Community” afin de « faciliter la mise en réseau des créateurs et de leurs “fans“ »²²⁴, s’inscrivant plus encore dans l’économie sociale de la contribution.

Au-delà de ces initiatives tournées vers ses utilisateurs, l’entreprise chercherait à avoir un impact social positif, revendiquant des engagements humains plus largement marqués : les valeurs de liberté d’expression, d’information, d’opportunité et d’appartenir ; la prise en compte de l’accessibilité en termes de langue ou de handicap ; la participation à des initiatives d’intérêt général ; les philanthropiques *benefit shows* ; la promotion et l’amplification de campagnes humanitaires tels que YouTube for Good, YouTube Nonprofit Program ou Women's Program, voire le soutien aux activistes et à leur contenu. L’initiative YouTube Social Impact encourage les personnes et organisations engagés dans des causes d’intérêt général à créer leur chaîne YouTube et proposer du contenu pour en faire la promotion, et les valorise en “Success Stories” sur un site²²⁵ et une chaîne²²⁶ dédiés :

*« You're on a mission to create greater impact. YouTube can help. [...] YouTube is the place you can find an audience, join a community, and create impact, both online and off. People and organizations who are committed to driving positive social change belong here. »*²²⁷

*« YouTube Social Impact engages changemakers, global leaders, and cultural influencers to make YouTube the place for social engagement and impact. »*²²⁸

Lancée en 2016, l’initiative mondiale “YouTube Creators for Change”²²⁹ met en lumière des créateurs inspirants qui utilisent la plateforme pour favoriser des conversations productives sur des questions difficiles et avoir un impact positif sur le monde. Les ambassadeurs et boursiers engagés au sein du programme reçoivent un mentorat et un soutien promotionnel pour aider à la création de leurs projets d’impact - des films qui abordent un large éventail de sujets.

Des initiatives davantage développées par l’entreprise aux États-Unis, qui commencent à s’installer en France. Contenus majoritairement en anglais, événements privés, YouTube – as supposé dans le domaine de la communication – semble avoir du mal à faire percevoir ses engagements sociaux en France... à moins que

²²³ Think With Google UK, « More than just viewers: Celebrating YouTube's special connection with its audience », *YouTube.com*, 06/11/2017, <https://www.youtube.com/watch?time_continue=90&v=Dw2NOE_6VAU&feature=emb_title>

²²⁴ Observatoire Européen de l’Audiovisuel, « Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos », *Council of Europe.int*, *op.cit.*

²²⁵ « Votre mission est de créer un plus grand impact ? YouTube peut vous aider. [...] YouTube est l’endroit où vous pouvez trouver une audience, rejoindre une communauté et créer un impact, à la fois en ligne et hors ligne. Les personnes et les organisations qui s’engagent à conduire un changement social positif ont leur place ici. », YouTube Social Impact, *YouTube.com*, <<https://socialimpact.youtube.com/>>

²²⁶ « YouTube Social Impact engage des acteurs du changement, des leaders mondiaux et des influenceurs culturels pour faire de YouTube le lieu de l’engagement social et de l’impact », *Idem.*

²²⁷ « Votre mission est de créer un plus grand impact ? YouTube peut vous aider. [...] YouTube est l’endroit où vous pouvez trouver une audience, rejoindre une communauté et créer un impact, à la fois en ligne et hors ligne. Les personnes et les organisations qui s’engagent à conduire un changement social positif ont leur place ici. », *Idem.*

²²⁸ « YouTube Social Impact engage des acteurs du changement, des leaders mondiaux et des influenceurs culturels pour faire de YouTube le lieu de l’engagement social et de l’impact », *Idem.*

²²⁹ Creators For Change, *YouTube.com*, <<https://www.youtube.com/creators-for-change/>>

cela ne soit finalement le reflet d'une toute autre réalité. L'Observatoire des Marques Positives²³⁰, étude réalisée par l'agence de conseil UTOPIES pour laquelle nous travaillons, octroie en 2018 à YouTube un score de positivité perçue de 22,0%. Faible résultat fondé sur la perception de la marque en matière de bien-être (27,5%), de lien social (30,7%), et de nature (16,1%), il est en baisse depuis 2015 (-8 points), classant la marque 370ème sur les 600 grandes marques analysées, derrière Twitter et Pinterest, et devant Facebook, Instagram, Skype, Dailymotion puis Snapchat. Un score qui n'est pas si mauvais au regard des autres plateformes numériques, mais néanmoins critique si 7 personnes sur 10 en moyenne jugent qu'elle n'encourage pas le bien-être et le lien social, deux dimensions pourtant essentielles pour ce média social qui se dit centré sur l'humain.

À première vue – d'un coup d'œil sur ses revendications et sa politique sociales -, on pourrait pourtant croire que la plateforme est exemplaire. Mais si elle permet effectivement à des contenus d'intérêt général d'exister en les hébergeant, comme c'est le cas pour ceux qui traitent de la santé mentale, et qu'elle propose des dispositifs encourageant et valorisant leur création, qu'en est-il réellement ?

2. Quand le pouvoir de la soumission passe par la censure

Des youtubeurs « tributaires des conditions d'utilisation de YouTube et de leurs fluctuations »²³¹ ? YouTube contribue-t-il à faire perdurer le tabou de la santé mentale ? Nous nous attacherons dans cette partie à exposer les rapports de pouvoir exercés sur et par la plateforme ainsi que leurs impacts sur les créateurs et contenus traitant de la santé mentale.

A. Un terrain propice à la confrontation et aux rapports de force

Sur YouTube, les rapports de force semblent inversés. Quand le pouvoir semble être à première vue entre les mains des individus - avec les créateurs de contenu qui créent de la valeur et les vidéonautes qui le visionnent et en ajoutent, permettant à la plateforme de fonctionner -, YouTube impose en réalité ses propres règles, posant la question du partage de la valeur entre YouTube, les créateurs et les marques, et menant à des sentiments d'impuissance et de frustration, comme le montre le témoignage de Julien Malara (Demos Kratos) : « On voit qu'on n'a aucun contrôle sur la plateforme, et qu'elle privilégie de moins en moins les créateurs et de plus en plus les marques, les grosses chaînes, la pub. » YouTube, patron des youtubeurs ? Si elle n'est pas officiellement – contractuellement - leur employeur et qu'ils ont le précaire statut d'auto-entrepreneur plutôt que de salarié, l'entreprise leur fournit le cadre de travail, les moyens, érige ses règles, scande ses directives et les rémunère - avec l'argent issu de la monétisation des vidéos assimilé à un salaire – ce qui ressemble pourtant grandement aux prérogatives d'un employeur. Seulement, ce dernier aspect est variable : « quand tu bosses

²³⁰ Dispositif d'évaluation de la positivité perçue des marques mis en place avec l'institut d'études Arcane Research, l'OMP analyse 600 marques à travers un panel de 12 000 consommateurs, proposant un score détaillé selon un indice global de positivité (fondé sur les 9 critères de la méthodologie Marque Positive® proposée par UTOPIES), UTOPIES, « Observatoire des Marques Positives », *Utopies.com*, <<https://www.utopies.com/observatoire-des-marques-positives-2/>>

²³¹ Jahjah, Marc, « Logiques marchandes et désir de distanciation : l'ambiguïté des youtubeurs », *LaRevueDesMédias.INA.fr*, art. cit.

pour un patron et qu'il te dit "fais tout ça", tu te dis que tu bosses pour un salaire. Mais là, quand tu fais tout ça, tu te dis "ce que je fais là, me rapporte zéro", puisque ce n'est pas grâce à YouTube qu'on gagne notre vie, nous. » Qui plus est, les aides et subventions sont rares pour ce nouveau métier de l'audiovisuel²³², qui manque encore de cadre institutionnel et de considération, ajoutant au précarité du youtubeur. Un patron qui ne joue pas le jeu de la transparence avec ses partenaires créateurs pourtant tant valorisés dans sa communication : « errements de la plateforme en matière de modération : règles floues, application changeante, échelle des sanctions opaques... »²³³. Les youtubeurs subissent cela de plein fouet et ne s'en cachent pas tels Julien Malara (Demos Kratos) dans notre entretien : « on comprend à peu près comment fonctionne YouTube, mais c'est la théorie, et il y a une différence entre la théorie et la pratique. Donc tu as l'impression que tu maîtrises YouTube, mais en fait c'est YouTube qui te maîtrise [et] « la loi de YouTube, c'est l'argent. » Vision confirmée par Carlos Maza, chroniqueur pour le média américain Vox, qui estime que « YouTube veut juste faire du clic »²³⁴.

On l'a vu, « c'est [la plateforme] qui fixe les règles. »²³⁵ Mais face aux enjeux de pouvoir qu'elle rencontre et que nous allons maintenant aborder, on peut en venir à se demander : « le patron, ça reste [vraiment ?] YouTube » ?²³⁶

B. Un pouvoir qui masque une soumission ?

Le patron de YouTube, c'est Google. Une maison-mère qui cherche à maximiser ses profits et qui vit au rythme des logiques de concurrence avec les autres acteurs économiques et plus particulièrement les technologies numériques, à la fois partenaires quand complémentaires et concurrentes au regard de l'économie de l'attention.²³⁷ Le temps est de l'argent ; le temps est limité - il n'y a que 24h dans une journée ; le temps de cerveau disponible et conscient l'est d'autant plus. Prendre en compte cette dimension pousse à élargir le champ concurrentiel à toutes les activités socio-économiques auxquelles se prête un individu autant qu'à la réduire aux domaines d'action similaires. Les plateformes numériques, plus particulièrement sociales et/ou audiovisuelles sont donc des concurrentes majeures de YouTube. Il y a encore quelques années, les autres plateformes sociales étaient dépendantes de YouTube pour proposer à leurs utilisateurs l'intégration de vidéos dans leurs contenus. Mais celles-ci possèdent désormais toutes leur propre système "natif"²³⁸ et développent

²³² Extrait de notre entretien avec Julien Malara (Demos Kratos) : « Dans l'audiovisuel, tout le monde a droit à des droits d'auteur, à des subventions, nous sur YouTube, ça commence à arriver à peine. »

²³³ Anonyme, « Les excuses timorées de la patronne de YouTube envers la communauté LGBT », *LeMonde.fr*, art. cit.

²³⁴ *Idem*.

²³⁵ Foulon, Sandrine, « Le patron, c'est YouTube ! », *Alternatives Économiques*, art. cit.

²³⁶ *Idem*.

²³⁷ Davenport, T. H. et Beck, J. C. *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*, Harvard Business School Press, 2001, 255 p., cité dans le cours de Mikael Ferloni au CELSA.

²³⁸ « La vidéo native est un contenu que vous téléchargez directement sur une plateforme vidéo au lieu d'intégrer un lien, ce qui permet aux internautes de visionner votre vidéo sur un seul et même site. La vidéo native est intégrée dans le contenu éditorial que l'internaute consulte. », « La vidéo native sur Facebook, quel intérêt », *FilmCorporate.fr*, 17/11/2017, <<https://www.filmcorporate.fr/video-native-facebook/#:~:text=D%C3%A9finition%20de%20la%20vid%C3%A9o%20native,%C3%A9ditorial%20que%20l'internaute%20consulte>>

de plus en plus de fonctionnalités vidéo comme Facebook Watch ou IGTV, quand ce n'est pas l'essence-même du réseau comme les jeunes TikTok et Twitch. Des formats plutôt courts et lives pour proposer plus d'interactivité et satisfaire les attentes des (jeunes) utilisateurs en la matière. Les influenceurs sont également présents sur ces plateformes... et les marques aussi. Si Twitch est encore très identifiée comme plateforme de *gaming* live, le contenu s'y diversifie, et des youtubeurs déçus par YouTube s'en détournent pour la rejoindre. Pour redoubler d'innovation, « poursuivre sa stratégie d'étouffement de la concurrence »²³⁹ et prévenir une « fuite sociale », Google investit fortement dans les nouvelles technologies telles que l'intelligence artificielle, incorporant régulièrement de nouvelles possibilités sur ses outils comme en ce qui concerne la modération sur YouTube²⁴⁰. Du fait de son poids territorial conséquent – YouTube est présent dans plus de 90 pays et traduit dans 80 langues²⁴¹ – et de son nombre d'utilisateurs situés partout dans le monde, l'entreprise se soucie moins de ses concurrents qu'on pourrait qualifier de directs - car plateformes numériques d'hébergement et de partage de vidéo - tels que le français Dailymotion ou le new-yorkais Vimeo.²⁴² Deux lieux virtuels qui ne concernent d'ailleurs pas notre sujet dans la mesure où les influenceurs y sont absents.

Un des impacts de cette dynamique concurrentielle dans laquelle s'inscrit YouTube est l'opacité de sa communication. Pas d'informations sur son nombre de salariés ou sur ses revenus publicitaires. Cette culture du secret est problématique au sein d'une culture globale qui a soif de transparence.

On dit souvent que l'argent, c'est le pouvoir. Et qui donne de l'argent à YouTube ? Les annonceurs. YouTube est une entreprise qui a un objectif de rentabilité et d'enrichissement qui passe par le fait de vendre de la publicité, ce qui soulève un enjeu important de valorisation des audiences dans une logique commerciale. Des chiffres notamment fournis par la mesure de l'Audience Internet Vidéo sur 3 écrans (ordinateur, téléphone mobile et tablette) lancée par Médiamétrie en 2017. En 2019, on sait que la visibilité moyenne des publicités sur YouTube était de 95%²⁴³ ; que 9 « Bumper ads »²⁴⁴ sur 10 ont engendré une augmentation de la mémorisation publicitaire de 34% en moyenne ; et qu'en France, 66% des campagnes bumper mesurées ont engendré une augmentation de la notoriété des marques de 14%. Des données quantitatives impressionnantes qui parlent aux annonceurs et les incitent à acheter de la publicité sur la plateforme. Les marques souhaitent annoncer sur des contenus en lien avec leur activité et leurs messages. YouTube cherche donc à minimiser le saut mental entre la publicité et le contenu en avantageant les contenus qui plairont aux marques... et en désavantageant les autres ? Répondre aux exigences économiques de Google et des marques auxquelles YouTube est soumise est-il synonyme d'impact négatif sur le processus étudié ?

C. Censure : de l'interdiction évidente aux subtilités algorithmiques et monétaires

²³⁹ Foulon, Sandrine, « Le patron, c'est YouTube ! », *Alternatives Économiques*, art. cit.

²⁴⁰ Faure, Léa, « YouTube aura recours à l'intelligence artificielle pour la modération des vidéos », *ItsSocial.fr*, 17/03/2020, <https://itsocial.fr/actualites/youtube-aura-recours-a-lintelligence-artificielle-moderation-vidéos/>

²⁴¹ Pignol, Juliette, « Chiffres YouTube – 2020 », *BlogDuModérateur.com*, 10/10/2017, mis à jour le 31/12/2019, <<https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-youtube/>>

²⁴² Foulon, Sandrine, « Le patron, c'est YouTube ! », *Alternatives Économiques*, art. cit.

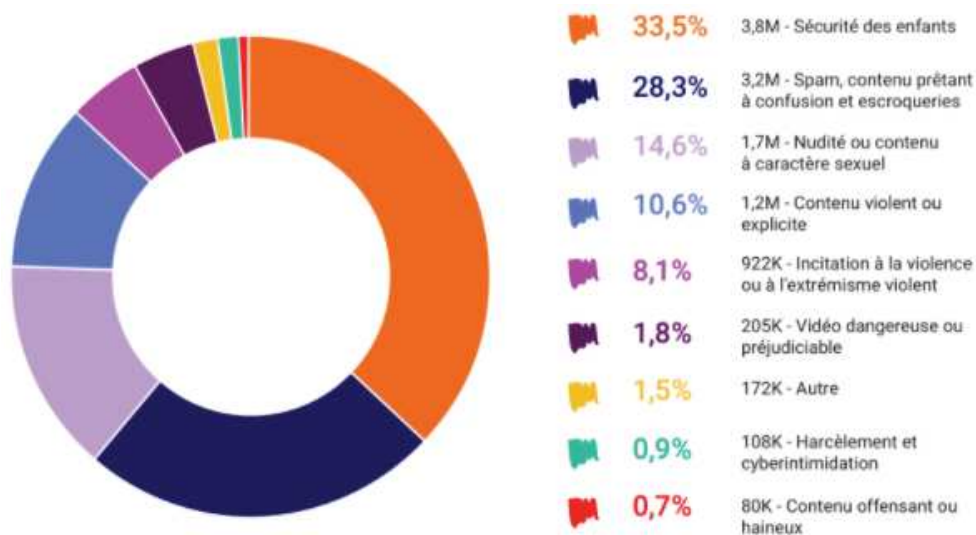
²⁴³ Surface de publicité visible à l'écran.

²⁴⁴ Un bumper ad ou une bumper video est un format publicitaire de 6 secondes non désactivable.

Comment le contenu des influenceurs en lien avec la santé mentale étudié est-il traité par la plateforme ? Sur YouTube, nous avons identifié trois types de censure aux formes et niveaux différents et qui fonctionnent toutes comme des mécanismes de sanction, du plus direct au plus subtil.

La plus immédiate et évidente : la suppression des vidéos. Dès lors qu’elles sont jugées inappropriées et allant à l’encontre du “Règlement de la communauté”²⁴⁵ qui fixe les motifs de suppression, les vidéos disparaissent de la plateforme. Cela concerne par exemple des contenus sexuels, dangereux, haineux, violents, menaçants ou des violations de conditions d’utilisation des droits d’auteur, comme l’illustre le graphique ci-dessous. Cette censure s’effectue à la fois automatiquement par la plateforme elle-même, entraînée à détecter les contenus problématiques, et par des modérateurs aux piètres conditions de travail, passant des journées peu rémunérées à regarder des vidéos parfois traumatisantes. Des choix humains – qu’ils soient appliqués par la machine ou par ces personnes – subjectifs ? Selon les pays et les mœurs de leurs habitants, les autorisations de diffusion évoluent, et les citoyens eux-mêmes ont le pouvoir d’exercer une pression, signalant les contenus qu’ils désapprouvent d’un point de vue idéologique, qui les choquent ou les blessent. Cette capacité partagée à empêcher ou stopper la diffusion de certains contenus - reflet de volontés éthiques et de normes juridiques évoquées précédemment – met en lumière les sujets qui cristallisent les tensions dans la société, sur et hors Internet.

Motifs de suppression des vidéos sur YouTube entre les mois d’avril et juin 2020²⁴⁶



²⁴⁵ « Règlement de la communauté », *YouTube.com*, <[https://www.youtube.com/intl/fr/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/?utm_campaign=1008960&utm_source=paidsearch&yt_product=ytgen&yt_goal=eng&utm_medium=googlesearch&utm_content=txt&yt_campaign_id=hyw&yt_creative_id=&utm_keyword=%2Br%C3%A8glement%20%2Bde%20%2Bla%20%2Bcommunaut%C3%A9%20%2Byoutube&utm_matchtype=b](https://www.youtube.com/intl/fr/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/?utm_campaign=1008960&utm_source=paidsearch&yt_product=ytgen&yt_goal=eng&utm_medium=googlesearch&utm_content=txt&yt_campaign_id=hyw&yt_creative_id=&utm_keyword=%2Br%C3%A8glement%20%2Bde%20%2Bla%20%2Bcom%20munaut%C3%A9%20%2Byoutube&utm_matchtype=b)>

²⁴⁶ « Nos progrès en gestion des contenus nuisibles », *YouTube.com*, <<https://www.youtube.com/howyoutubeworks/progress-impact/responsibility/>>

La plus sournoise : la démonétisation. Nous avons parlé de la monétisation des contenus, rendue possible sur YouTube par la diffusion de publicités d'annonceurs. Il s'agit maintenant d'évoquer le processus inverse qui désigne l'action par laquelle la plateforme bloque la capacité publicitaire d'une vidéo directement après sa mise en ligne ou à la suite d'un signalement. La monétisation est censée assurer un revenu aux créateurs mais dans les faits, elle s'avère assez fourbe car variable - en fonction de la période, des pays ou le contenu est visionné, etc.²⁴⁷ - et « opaque »²⁴⁸.

Comment s'opère cette démonétisation dans le cas des contenus traitant de santé mentale ? Durant notre entretien, Hana Nafa (Les Gracieuses) nous a confié qu'il « est quasiment impossible d'être monétisé sur ce genre de sujets, car la monétisation de YouTube ces dernières années a été de plus en plus restreinte [sur] tous les sujets considérés comme sensibles ou polémiques. » Elle qui parle féminisme, militantisme et santé mentale voit quasiment toutes ses vidéos être démonétisées, comme celle sur les pensées suicidaires. Elle ne se sent pas soutenue par la plateforme dans son activité d'information et d'éducation. Et en effet, dans la liste des sujets controversés considérés comme inadaptés aux annonceurs (voir la capture d'écran²⁴⁹), on retrouve l'automutilation, le suicide ou les TCA. Sujets qui, s'ils sont abordés par une source jugée fiable par les modérateurs de la plateforme, peuvent prétendre à la monétisation. Mais qu'est-ce qu'une source fiable ? Une psychiatre parlant de troubles mentaux n'en est-elle pas une ?

Événements d'actualité sensibles et sujets controversés

Les sujets controversés sont des sujets susceptibles de perturber les utilisateurs. Ils découlent souvent d'une tragédie humaine.

Un événement sensible est généralement un incident imprévu, souvent une attaque malveillante planifiée, ayant entraîné un ou plusieurs décès. Ces événements peuvent susciter la tristesse du public, voire, dans certains cas, provoquer une réaction extrême ou viscérale de sa part. Pour qu'un événement soit considéré comme sensible, il doit être relativement récent. Le contexte est également pris en compte : par exemple, les documentaires qui portent sur un événement historique, ainsi que les contenus d'actualités qui traitent d'un sujet sensible et sont publiés par une source fiable, peuvent être éligibles à la monétisation.

Cette consigne s'applique même aux contenus visant à commenter un événement ou ne comportant aucune image choquante.

Exemples (non exhaustifs)

Catégorie	Aucune annonce ou annonces limitées 💰 💰
Sujets controversés	<ul style="list-style-type: none"> • Maltraitance d'enfants • Pédophilie • Mariage d'enfants • Abus sexuel • Harcèlement sexuel • Automutilation • Suicide • Troubles alimentaires • Violence conjugale • Avortement • Intimidation

Réagir à la démonétisation, c'est possible... mais toujours à perte. Faire appel lorsque la démonétisation est jugée injustifiée est laborieux et le temps que la vidéo soit analysée puis remonétisée, il est

²⁴⁷ Foulon, Sandrine, « Le patron, c'est YouTube ! », *Alternatives Économiques*, art. cit.

²⁴⁸ *Idem*.

²⁴⁹ « Consignes relatives aux contenus adaptés aux annonceurs », Aide YouTube, *Support.Google.com*, <https://support.google.com/youtube/answer/6162278?hl=fr#Shocking_content>

parfois trop tard d'un point de vue économique car les vues se font le plus souvent dès la sortie de vidéo, ce qui décourage encore une fois les créateurs de contenu de parler de ces sujets.

L'entreprise YouTube affirme être consciente de ces problèmes et travailler dessus, notamment en mettant de la « nuance locale »²⁵⁰, car la plateforme est sans frontières et que ce qui est accepté dans un pays ne l'est pas forcément dans un autre. Elle suivrait les logiques économiques de marché, s'alignant avec la volonté des annonceurs qui rendent possible la gratuité de la plateforme et la grande accessibilité (théorique) du contenu.

La plus imperceptible : la non-mise en avant par l'algorithme. Un mauvais référencement sur la plateforme qui invisibilise certains contenus. L'algorithme est défini comme étant un « ensemble de règles opératoires dont l'application permet de résoudre un problème énoncé au moyen d'un nombre fini d'opérations. Un algorithme peut être traduit, grâce à un langage de programmation, en un programme exécutable par un ordinateur. »²⁵¹ Éric Sadin en distingue deux types²⁵² : « un premier conçu en vue de seulement répondre à une tâche univoque », « d'exécuter des commandes » ; et un second « massivement apparu depuis le début du XXI^e siècle » qui « consiste à le doter de facultés d'interprétation des situations, de suggestion de solutions en fonction de résultats, voire d'une prise de décision de façon autonome » qui « tend à infléchir nos décisions, à nous encourager à agir de telle manière plutôt que de telle manière en fonction d'intérêts non immédiatement manifestes. » Si nous devons le classer, l'algorithme de YouTube appartiendrait à cette deuxième catégorie, en faisant d'après l'auteur un « schéma outrageusement unilatéral qui vise à réguler, aux seules fins de profit, le cours de la vie via des algorithmes »²⁵³. Ces dernières années, parallèlement à leur développement croissant, les algorithmes et leurs créateurs ont essuyé de nombreuses critiques visant leur éthique et dénonçant leurs conséquences psychologiques et sociales. Souvent pointé du doigt tel un individu pensant, Casilli invite à prendre du recul et à ne pas considérer « "l'algorithme" comme un être surpuissant et transcendant la décision humaine », comme une entité abstraite »²⁵⁴. Il va plus loin en affirmant que « l'algorithme n'existe pas ». Selon lui, il « n'est que le prétexte pour un ensemble de décisions directes des acteurs des plateformes ciblant les communautés des usagers. Dissimulés derrière un appareil de bases de données et de modèles mathématiques, on retrouve le choix humain effectué par les concepteurs des interfaces, la règle de fonctionnement établie par les ingénieurs, la norme implémentée par les services de sécurité, et le référentiel de tarifs adopté par les commerciaux de chaque plateforme. Force est d'admettre que la croyance collective de nos contemporains en un processus automatique objectif, efficace, exact, à la fois intelligible et imperscrutable, n'est qu'une superstition. [...] Il n'y a pas d'algorithme, il n'y a que la décision de quelqu'un d'autre. »²⁵⁵ Pour fonctionner,

²⁵⁰ EnjoyPhoenix, « *LES DESSOUS DE YOUTUBE (DÉMONÉTISATION, ALGORITHME, TENDANCES...)* », *Youtube.com*, *op. cit.*

²⁵¹ « Algorithme », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/algorithme/2238>>

²⁵² Entretien de Sadin, Éric, réalisé par Marissal, Pierrick, « Le techno-capitalisme cherche à exploiter chaque séquence de l'existence », *Sociétés*, Mars 2015, art. cit.

²⁵³ Marchand, Valérie, « La silicolonisation du monde : l'irrésistible expansion du libéralisme numérique d'Éric Sadin », *op. cit.*

²⁵⁴ Casilli, Antonio, préface dans Ertzscheid, Olivier, *L'appétit des géants. Pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes*, *op.cit.*

²⁵⁵ *Idem.*

ils nécessitent l'intervention humaine. Il va jusqu'à dénoncer la « nature chimérique »²⁵⁶ des algorithmes, un « mensonge algorithmique » du fait du « travail humain dissimulé ».

Toujours est-il que l'impact de l'existence de ces « processus semi-automatisés ou automatisés de filtrage et de suppression de contenus par les plateformes »²⁵⁷ est bien réel, comme les répercussions liberticides qu'ils engendrent. Ils provoquent par exemple l'enfermement des « individus dans une personnalisation des services en fonction de leurs goûts et opinions », pouvant mener à « une atteinte au libre choix, une homogénéisation de l'information, une polarisation des contenus autour de visions dominantes, en opposition avec l'objectif de diversité culturelle »²⁵⁸.

Pour d'autres, les algorithmes, loin d'être discriminatoires par essence, constituent parfois des solutions à des problèmes sociaux profonds, permettant d'être plus justes lorsqu'ils dépassent des biais cognitifs qui mènent traditionnellement à des prises de décisions inégalitaires. D'après le psychologue Emeric Kubiak qui prend l'exemple des discriminations à l'embauche²⁵⁹, c'est la façon dont on entraîne l'algorithme, dont on le nourrit mathématiquement, qui permet d'établir son utilité sociale.

Qu'en est-il de cet ensemble de règles sur la plateforme étudiée - que nous nommerons, par souci de simplification et nullement pour contredire ce qui précède, « algorithme de YouTube » ? Il organise, structure et recommande les vidéos sur la plateforme. Un système de recommandation puissant et central²⁶⁰, « à l'origine de 70 % des consultations de vidéos sur YouTube »²⁶¹ qui concède à la plateforme – avec les utilisateurs et contrairement à nos propos précédents – un rôle d'éditeur, ce qu'Olivier Ertzscheid vient confirmer : « les

²⁵⁶ *Idem.*

²⁵⁷ Observatoire Européen de l'Audiovisuel, « Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos », *Council of Europe.int*, *op. cit.*

²⁵⁸ *Idem.*

²⁵⁹ Kubiak, Emeric, « Contre la discrimination, mieux vaut structurer que former », *HarvardBusinessReview.fr*, 27/08/2020, <https://www.hbrfrance.fr/chroniques-experts/2020/08/31194-contre-la-discrimination-mieux-vaut-structurer-que-former/#nlref=8a1f7244d33ebe3ffbb030f3c757652c&utm_campaign=20200911&utm_medium=email&utm_source=nl-hbr-mensuelle>

« Plusieurs études démontrent que les formations anti-discrimination sont inefficaces, et qu'être averti de l'existence de stéréotypes sociaux et de préjugés inconscients ne change pas forcément les comportements des managers ou des collaborateurs à long terme. En effet, le cerveau humain est naturellement soumis à plusieurs centaines de biais cognitifs, qui sont les acquis de toute une vie d'exposition et d'expérimentation du monde réel. Ces biais distordent, en quelque sorte, la manière dont l'information est traitée par le cerveau et influencent, inconsciemment, l'ensemble des décisions prises par un individu. Penser être capable de prendre des décisions objectives et rationnelles sur la base de notre propre évaluation ou de notre propre perception des choses est donc une utopie : l'ensemble de nos choix sont faits pour des raisons cachées. [...] Face au besoin de structurer les processus de recrutement, les algorithmes restent toutefois la solution la plus efficace. Les personnes réfractaires expliqueront que les algorithmes sont également discriminatoires. Il s'agit là d'une incompréhension de ce que sont les algorithmes, de leur fonctionnement et de leur construction. Un algorithme est une suite d'étapes mathématiques, permettant, pas à pas, de résoudre un problème et de répondre à une question. Rien de plus : pas d'émotions, de sentiments, d'opinions ou de jugements. De par sa nature, un algorithme ne peut donc pas être discriminatoire : ce sont les individus qui construisent cet algorithme qui peuvent y introduire des biais, en l'entraînant à l'aide de données biaisées ou discriminatoires. Développer un algorithme en se basant sur des données issues de plusieurs années de pratiques discriminatoires amènera forcément son utilisateur à discriminer, car cet algorithme ne sera alors qu'une simple réplique, une imitation de la pensée humaine. A l'inverse, le construire sur la base de données non biaisées et réellement explicatives de la performance au travail permet de neutraliser les comportements discriminatoires. »

²⁶⁰ Leloup, Damien, « YouTube, Facebook, Twitter : l'échec de la modération », *LeMonde.fr*, 05/06/2019, <https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/06/05/youtube-facebook-twitter-l-echec-de-la-moderation_5471822_4408996.html>

²⁶¹ Anonyme, « L'algorithme de recommandation de YouTube critiqué pour sa mise en avant de contenus extrêmes », *LeMonde.fr*, 19/10/2019, <https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/10/16/l-algorithme-de-recommandation-de-youtube-critique-pour-sa-mise-en-avant-de-contenus-extremes_6015784_4408996.html>

règles algorithmiques procèdent, dans le choix et dans l'ordre d'affichage, d'un processus d'éditorialisation »²⁶².

Si l'on connaît son existence, il n'en reste pas moins que son fonctionnement est obscur. On ne sait que trop peu de choses à son sujet et ce qu'on croyait savoir un jour peut s'avérer tout autre le lendemain. L'algorithme de YouTube se nourrirait du comportement des utilisateurs tout en encourageant les chaînes qui publient fréquemment du contenu. Dans une vidéo interview publiée par la youtubeuse EnjoyPhoenix en juin 2019, la dirigeante de YouTube Europe Cécile Fort-Coutaz confirme que l'algorithme n'a pas d'opinion et qu'il existe pour donner aux utilisateurs ce qu'ils aiment, leur recommander des contenus susceptibles de leur plaire. Il serait basé sur deux piliers : la satisfaction quant aux contenus visionnés et la diversité, variété dans les recommandations de sujets associés. Pour répondre aux inquiétudes des youtubeurs, la dirigeante insiste sur le fait que l'algorithme et la monétisation sont gérées par des équipes différentes, sans aucune passerelle entre les deux, ce qui signifie qu'une vidéo démonétisée n'aura en principe pas moins de vues de ce fait. L'entreprise semble faire quelques efforts de transparence pour aider à la compréhension de l'algorithme mais les informations données restent limitées, conduisant des créateurs tels qu'Adam Bros à statuer qu'« à part le fait que l'algorithme mette en avant la régularité, on n'a aucune idée de comment il fonctionne [et comment être mieux référencé] »²⁶³.

Une puissance limitée dans la mesure où l'algorithme est incapable de faire face à des situations imprévues. Pour éviter toute prise de risque face à un contenu jugé "sensible", les formes de régulation sont pour le moins directes et autoritaires, touchant de nombreuses causes qui concernent les minorités - nouveau parallèle entre la santé mentale et les sujets à potentiel militant et de sensibilisation comme le racisme ou le sexisme - ou des tabous comme la sexualité. Et pourtant, tout le monde ne semble pas être logé à la même enseigne. YouTube est accusée de favoriser certains contenus, jusqu'à ne pas interdire des contenus jugés racistes ou LGBTphobes par le grand public, alors-même qu'il freine des contenus d'intérêt général : « YouTube monetizes influence for everyone, regardless of how harmful their belief systems are. The platform, and its parent company, have allowed racist, misogynist, and harassing content to remain online – and in many cases, to generate advertising revenue – as long as it does not explicitly include slurs. »²⁶⁴ C'est par exemple le cas aux États-Unis avec le chroniqueur Carlos Maza qui a été victime de propos limites et d'incitation au harcèlement en raison de son orientation sexuelle et de ses origines de la part d'un youtubeur à forte communauté et dont le contenu n'a pas été modéré ou supprimé, mais seulement démonétisé suite à la médiatisation de l'affaire, qui remettait en cause la plateforme et visait ses dirigeants soucieux de leur image de marque et de sa cohérence avec les discours qu'elle tient en parallèle. En 2019, la Fondation Mozilla a publié en ce sens de nombreux témoignages « s'attachant à décrire les dérives du système de recommandation

²⁶² Ertzscheid, Olivier, *L'appétit des géants. Pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes*, op. cit.

²⁶³ Adam Bros, « Le problème des Youtubers ! (avec @Alexandre Calvez) », *YouTube.com*, op. cit.

²⁶⁴ « YouTube monétise l'influence pour tout le monde, quelle que soit la nocivité de leurs systèmes de croyances. La plateforme et sa société-mère ont permis à un contenu raciste, misogyne et harcelant de rester en ligne - et dans de nombreux cas, de générer des revenus publicitaires - tant qu'il n'inclut pas explicitement des insultes. » Data & Society, « ALTERNATIVE INFLUENCE, Broadcasting the Reactionary Right on YouTube », *DataSociety.net*, 18/09/2018, <<https://datasociety.net/library/alternative-influence/>>

de YouTube, accusé de mettre en avant des vidéos complotistes, racistes, misogynes ou peu adaptées aux plus jeunes utilisateurs. »²⁶⁵

Et un algorithme à l'origine de nombreuses dérives. Une capacité d'agir limitée pour l'utilisateur : « tirailé entre régulation collective et gouvernementalité algorithmique, quel est le degré d'agentivité de l'internaute ? »²⁶⁶ Des mises à jour de plus en plus sévères sur YouTube (en lien avec la responsabilisation des plateformes) qui imposent des conditions et des règles pour être référencé de plus en plus restrictives pour les youtubeurs, d'autant que d'après le journaliste Damien Leloup dans *Le Monde*, « l'ajout permanent de nouvelles règles et outils de modération ne réglera pas les problèmes structurels de contenus illégaux ou dangereux sur les réseaux sociaux »²⁶⁷ : « tour à tour accusés de censurer des opinions légitimes et d'inaction coupable contre les contenus illégaux, Google, Twitter ou Facebook ont multiplié les changements de règles, annoncé avoir musclé leurs équipes de modération, et investi des dizaines de millions d'euros dans le développement de systèmes automatisés pour mieux détecter les contenus à supprimer. Et pourtant. Avec plusieurs milliards d'utilisateurs que totalisent les trois grandes plateformes, ces efforts, que l'on peut juger tardifs et timorés mais qui sont réels, n'ont fait que doter de meilleurs outils des modérateurs dont le nombre demeure trop faible. Les appels à la haine sont toujours aussi nombreux sur Twitter, les vidéos virales de désinformation fonctionnent toujours sur Facebook ou YouTube. »²⁶⁸ Les plateformes n'auraient pas tant un « problème de modération qu'un problème d'amplification »²⁶⁹ qui se joue au niveau des algorithmes.

Un système qui rendrait inaccessible ces contenus à certaines personnes. Chaque utilisateur qui possède un compte YouTube accède à sa propre version de la plateforme. Un écosystème qui ne ressemble à celui d'aucun autre et qui évolue au fil de ses recherches et visionnages. Ce système personnalisé qui semble ouvert par la barre de recherche, la quantité et diversité de contenu, et le potentiel de suggestions, ne permet pas d'ouvrir véritablement ses horizons car il enferme souvent les personnes dans un même type de contenu. De notre propre expérience, regarder le temps d'une soirée des vidéos sur un sujet donné équivaut à se connecter sur YouTube le lendemain pour n'y voir plus que des vidéos suggérées en lien avec ce sujet sur le fil d'actualité de la plateforme. Seuls des youtubeurs à très forte communauté tels qu'EnjoyPhoenix, qui bénéficient régulièrement d'une mise en avant à large échelle, auraient la capacité de toucher une plus grande audience sur les sujets en lien avec la santé mentale. Des personnes de notre entourage interrogées sur la question ont par exemple mentionné ses vidéos sur les TCA, les ayant vues sans en avoir fait la requête et ne pouvant citer de contenus similaires par ailleurs. Cela exclut cependant une grande partie des chaînes étudiées dans notre première partie. Au sein de ce système, les jeunes socio-économiquement précaires seraient

²⁶⁵ Anonyme, « L'algorithme de recommandation de YouTube critiqué pour sa mise en avant de contenus extrêmes », *LeMonde.fr*, art. cit.

²⁶⁶ Casilli, Antonio, préface dans Ertzscheid, Olivier, *L'appétit des géants. Pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes*, op. cit.

²⁶⁷ Leloup, Damien, « YouTube, Facebook, Twitter : l'échec de la modération », *LeMonde.fr*, art. cit.

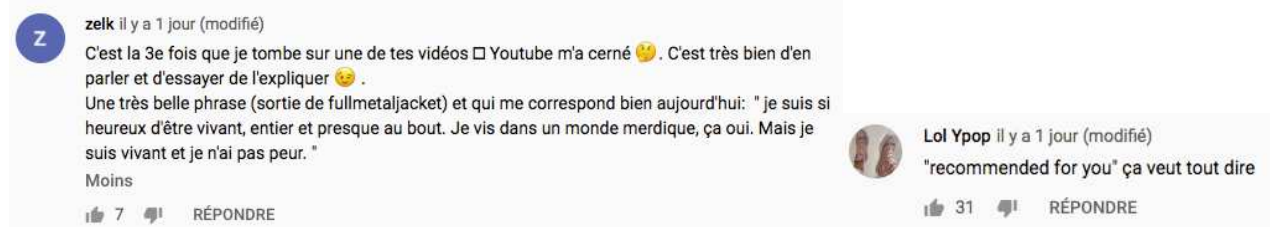
²⁶⁸ *Idem*.

²⁶⁹ *Idem*.

défavorisés. La chercheuse Anjana Susarla²⁷⁰ souligne que dans le domaine de la santé, l'algorithme de YouTube favorise les contenus populaires et engageants, et donc souvent des informations facilement compréhensibles au détriment de contenus médicalement valides. Ce serait donc les minorités avec le moins d'accès à l'alphabétisation et la compréhension de ressources médicales qui en payent le prix les premiers, renforçant cette même inégalité d'accès et de traitement de la santé des populations les plus précaires. Même chose pour les plus jeunes vidéonautes qui rencontrent la problématique de limitation d'âge, passant souvent à côté d'informations éducatives relatives à la sexualité ou à la psycho-éducation.

Il est cependant important de nuancer nos propos en soulignant le fait que ces vidéos peuvent bien entendu faire l'objet de recommandations pour les personnes qui s'intéressent à ces sujets, dans la mesure où, nous l'avons vu, l'algorithme propose aux utilisateurs ce qui leur plaît. Les sujets en lien avec la santé mentale intéressent, ce qui leur donne effectivement un potentiel de suggestion mais qui n'est en aucun cas encouragé.

Commentaires présents sous la vidéo « Avoir des pensées suicidaires » de La Carologie²⁷¹



YouTube étant un espace déjà hautement concurrentiel, on pourrait interroger le rôle de ces différents dispositifs de censure sur la mise en concurrence des créateurs. Tensions et confrontations jusqu'aux problèmes de « harcèlement entre youtubeurs »²⁷², l'effet YouTube semble semer la zizanie dans certaines sphères. Dans l'écosystème des youtubeurs qui produisent des contenus d'intérêt général et relatifs à des luttes, les gens donnent l'impression de se serrer davantage les coudes. Pourtant, il existe énormément de contenus sur YouTube et nombreuses sont les causes à défendre. Si elles méritent toutes de la visibilité pour avancer, l'attention de l'audience est limitée. Cependant, comme montré dans la première partie, la diversité de contenus permet à chacun de trouver son audience dans cet océan audiovisuel et les approches peuvent être complémentaires : des personnes différentes qui porteront le même message l'exprimeront à leur manière et toucheront des personnes différentes. Nous avons souligné à plusieurs reprises que certains youtubeurs abordent la santé mentale comme ils peuvent aborder les problématiques raciales, sexistes ou spécistes. Pourrions-nous parler de solidarité et de convergence des luttes²⁷³ ?

²⁷⁰ Susarla, Anjana, « Biased algorithms on platforms like YouTube hurt people looking for information on health », *NiemanLab.org*, 15/07/2020, <<https://www.niemanlab.org/2020/07/biased-algorithms-on-platforms-like-youtube-hurt-people-looking-for-information-on-health/>>

²⁷¹ La Carologie, « Avoir des pensées suicidaires », *YouTube.com*, *op. cit.*

²⁷² Anonyme, « Les excuses timorées de la patronne de YouTube envers la communauté LGBT », *LeMonde.fr*, *art. cit.*

²⁷³ « La convergence des luttes est une démarche militante, qui tend à faire converger dans un mouvement social commun des luttes différentes. », « Convergence des luttes », *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Convergence_des_luttes#:~:text=La%20convergence%20des%20luttes%20est,social%20commun%20des%20luttes%20diff%C3%A9rentes.>>

Qu'elle soit publique ou privée, plus ou moins justifiée, la censure s'opère, signifiant implicitement qu'il n'est pas approprié de parler de santé mentale sur la plateforme. En freinant les processus de démocratisation et de communication étudiés, YouTube contribue à perpétuer le tabou autour des troubles psychiques et les stigmas qui les entourent. En supprimant, démonétisant ou invisibilisant une vidéo, la plateforme passe le message "vous devriez faire autre chose" aux créateurs de contenu, en pensant que le contenu plaira davantage aux utilisateurs et qu'il sera source de bénéfices financiers, au détriment de leur santé mentale et de celle de tous utilisateurs.

3. Conséquences socio-économiques et solutions alternatives

Quelles sont les conséquences de ces différentes formes de pression sur les créateurs de contenu ? Comment réagir face à ce cadre entravant ? YouTube est-il une ouverture au business de la santé mentale ? Trois questions auxquelles nous tenterons d'apporter des réponses dans cette partie.

A. Pression économique et psychologique sur les entrepreneurs sur YouTube

Quelle relation entretiennent les youtubeurs avec YouTube, en tant que plateforme et entreprise ? Un rapport visiblement contradictoire, d'amour et de haine. YouTube est à la fois leur outil de travail, d'émancipation, leur loisir, leur école ou leur fournisseur de lien social ; et un patron peu scrupuleux qui manque de transparence, encourage la concurrence ou rémunère mal. « YouTube je l'aime très très fort et en même temps YouTube me fait un petit peu peur. » Une phrase de Cyrus North qui en dit long et qui est corroborée par Julien Malara (Demos Kratos) : « Je regarde environ deux heures de vidéos YouTube par jour. Je suis énormément de youtubeurs, je suis cette plateforme depuis 10 ans [...]. C'est vraiment mon kiff YouTube, je connais tout. [...] Et en même temps [...] c'est vraiment une plateforme qui exploite ses créateurs, leur donne très peu d'informations sur comment la plateforme fonctionne, qui ne les paie pas, qui les sous-paie avec de la pub mais à des niveaux atroces, qui censure énormément de contenus en démonétisant les vidéos, donc ce n'est pas vraiment de la censure mais comme tu n'as pas envie d'être démonétisé, tu auto-censures certains trucs. » La dépendance et l'impuissance des youtubeurs vis-à-vis du fonctionnement de la plateforme est source de frustration... voire de dépression. Une exploitation et logique productiviste dénoncées qui mèneraient à des problèmes économiques et psychologiques. Productiviste dans la mesure où les youtubeurs sont encouragés à produire de la valeur mais pas forcément de la qualité. L'équation est simple, plus de contenu égale plus d'argent. S'ensuit une course frénétique à la vue, au like et au partage pour obtenir ce Saint Graal, où les youtubeurs se comparent et cherchent à engranger un maximum d'interactions en proposant un contenu parfois dénaturé qui, ils l'espèrent, va plaire au public. On peut s'en douter, ce processus entraîne une perte de sens, de l'intérêt et du goût pour leur activité initiée au début par passion. De nombreux youtubeurs se confient

à ce sujet en vidéo, admettant leurs erreurs, expliquant les dures périodes traversées, les prises de conscience et décisions qui parfois les mènent à rediriger leur contenu dans une direction qui leur convient mieux, même si elle convient moins aux lois de YouTube et que cela signifie perdre en confort pour gagner du sens. Question existentielle que se posent bon nombre d'entre nous et qui mène certains à rencontrer des problèmes économiques. Les youtubeurs qui abordent ces sujets n'ont qu'une très faible, voire aucune, rémunération en échange du contenu qu'ils publient à cause de la démonétisation de leurs vidéos, et ont donc des difficultés à subvenir à leurs besoins, d'autant que leurs possibilités en termes de marketing d'influence sont, de fait, extrêmement réduites : « C'est beaucoup de stress. YouTube, c'est aléatoire, tu ne comprends pas pourquoi. Il y a beaucoup de boulot invisible [et pas payé]. On croit que le boulot sur YouTube c'est juste de faire la vidéo, mais il faut ajouter le fait de trouver de l'argent car YouTube ne paie pas, d'éviter de se faire *striker*²⁷⁴, de faire de la communication pour que ta vidéo soit vue, d'essayer de faire des vidéos avec d'autres youtubeurs car c'est ça qui marche sur cette plateforme. » Dans des vidéos, les youtubeurs Dirty Biology²⁷⁵, Léa Choue²⁷⁶ et Adam Bros²⁷⁷ évoquent, parmi tant d'autres, les difficultés du "YouTube game"²⁷⁸ et leur impact sur la santé mentale des entrepreneurs de YouTube. Léa Choue parle ironiquement de leur « meilleur ami [...] l'algorithme Youtube » qui enfonce les youtubeurs traitant de certains sujets comme la sexualité et dit qu'elle connaît beaucoup de youtubeurs qui ont fait des burn-outs. Adam Bros parle du syndrome de l'imposteur qui touche beaucoup les youtubeurs au succès rapide, de l'environnement de travail comme du mauvais équilibre entre la vie personnelle et professionnelle, ou encore de la surcharge de travail, source d'aliénation et d'isolement. Julien Malara (Demos Kratos) porte un regard très critique sur la plateforme qui encouragerait, selon lui, les problèmes de santé mentale : « sur YouTube, les gens sont exploités. Pour moi YouTube, c'est le Deliveroo, l'Uber de la télévision, la précarisation des métiers de l'audiovisuel, avec des personnes qui gagnent un SMIC pour les plus chanceux et qui travaillent 50-60-70h par semaine, ils bossent tout le temps [vu que la régularité est récompensée], et du coup font des burn-outs, des dépressions. Ils sont soumis à une pression immense car il y a les statistiques, les chiffres, les vues, faire toujours plus, toujours mieux. C'est la jungle YouTube. [...] C'est le problème d'une multinationale, t'as aucun contact humain, elle pense en termes de rentabilité, de chiffres. [...] Ça ne peut pas être humain YouTube, ça ne le sera jamais, c'est le problème de la mondialisation ». Il va plus loin en intégrant les problématiques que pose YouTube dans une réflexion critique plus globale : « toute notre société va dans ce sens-là, c'est la société du précaire, une société où tout le monde est précaire, où les entreprises nous utilisent quand elles en ont besoin et tout est une question de chiffres, de rentabilité à court terme. En fait YouTube n'est que le reflet de la manière dont est organisée notre société. Et vu que notre société est bien, à mon sens, dégueulasse, YouTube devient et l'était déjà certainement depuis longtemps, dégueulasse. »

²⁷⁴ Anglicisme signifiant "se faire attaquer".

²⁷⁵ Dirty Biology, « Les Youtubeurs et leurs problèmes psychologiques - DBY #47 », *YouTube.com*, *op. cit.*

²⁷⁶ Léa Choue, « YOUTUBE : L'ENFER PSYCHOLOGIQUE (Reponse à DirtyBiology) », *YouTube.com*, 05/10/2018, <<https://www.youtube.com/watch?v=f4jxvDdnRMc>>

²⁷⁷ Adam Bros, Le problème des Youtubers ! (avec @Alexandre Calvez), *YouTube.com*, *op. cit.*

²⁷⁸ De l'anglais, signifiant "Jeu de YouTube", cette dénomination est familièrement utilisée par les youtubeurs pour désigner tout ce qui touche à la plateforme et à ses créateurs.

Refusant d'aller à contre-courant, des youtubeurs acceptent de "jouer le jeu" de la plateforme et ressentent moins les impacts évoqués précédemment. C'est le cas de Cyrus North qui, certes, soulève l'insécurité, mais dont l'habitude a permis de se parer aux dangers de l'instabilité : « ça fait 7 ans que j'ai lancé ma chaîne YouTube et 5 ans que j'ai décidé d'en vivre, donc au bout de 5 ans on s'y fait, je sais que dans 6 mois si ça se trouve je ferai complètement autre chose. Je me suis habitué à ce sentiment et je ne pense pas qu'il impacte ma santé mentale. » Au sujet de la démonétisation, bien qu'insatisfait, il se montre plutôt optimiste sur l'avenir : « C'est un problème. Après, nous créateurs, on en parle à YouTube, alors on ne pèse pas énorme dans la balance, après ce sont des enjeux qui ne sont pas à notre niveau, même pas au niveau de la France, même les interlocuteurs qu'on a, leur pouvoir de décision est assez réduit. Tout ça c'est des choses qui se passent au siège, c'est des grosses lignes directrices. Après petit à petit, c'est en train de bouger. [...] Ils font de plus en plus d'efforts dans cette direction-là, donc j'espère que bientôt la démonétisation ne sera plus un sujet. [...] Je trouve que ça va quand même dans la bonne direction. » Et pour autant, le youtubeur reste résolument fataliste sur l'amélioration de la situation au global : « Il y a plein de choses dont on parle qui sont impossibles, c'est une direction, mais c'est impossible, c'est peut-être défaitiste mais je pense qu'il y a pas mal de problèmes qui sont insolubles, des problèmes qui sont des conséquences directes de l'existence-même de YouTube, d'influenceurs, d'une audience qui a le choix de regarder ce qu'elle veut. Il y a des choses qui sont inhérentes à ça et qui ne partiront jamais. On peut faire le maximum pour en réduire les effets [...] mais je pense qu'il ne faut pas se voiler la face [...]. Il n'y a rien contre ça, si ce n'est changer totalement de modèle. »

Des youtubeurs résignés qui prennent ce que YouTube a à leur offrir, voire qui profitent de ce système, le mettant à leur avantage pour en tirer des bénéfices économiques : les grands youtubeurs suivent les règles et bénéficient de l'appui des algorithmes, vivant également du marketing d'influence en devenant vitrine publicitaire pour des marques... au détriment du fait d'aborder des sujets sensibles tels que la santé mentale.

B. Réactions des youtubeurs et solutions alternatives : rester ou sortir du cadre ?

Alors, face à tout cela, une question se pose aux youtubeurs : doit-on rester ou sortir du cadre ? Le plus souvent, les réactions des youtubeurs peuvent se diviser en quatre catégories plus ou moins poreuses : ceux qui continuent à en parler mais réduisent leur investissement et produisent moins de contenu, moins régulièrement, car ils doivent travailler à côté pour être rémunérés ; ceux qui se censurent pour que leur contenu soit monétisé, employant d'autres termes ou utilisant des bips sonores ; ceux qui arrêtent de produire du contenu et quittent la plateforme, parfois pour migrer sur une autre ; et ceux qui choisissent de ne pas en parler. Parmi ces derniers, une nuance reste à établir : les revenus importants des macro-influenceurs, engendrés en majorité par des contenus linéaires et moins considérés comme sensibles, leur permettent parfois des petits "écarts" ou publications de vidéos qui, ils le savent, seront démonétisées.

Découragés, énervés, dégoûtés, certains prennent des risques et acceptent la précarité pour rester en accord avec leurs envies et leurs valeurs. C'est par exemple le cas de Léa Choue, qui accepte la démonétisation et ne changera pas qui elle est et gardera son éthique personnelle quitte à ne pas "réussir" sur YouTube : « je

ne veux pas changer mon éthique à cause de la pression sur YouTube »²⁷⁹. Même si elle estime rester « un petit peu une pigeonne de l'algorithme [en demandant des likes et partages en fin de vidéo car elle n'aurait] pas trop le choix » : « YouTube nous force à faire ce que tout le monde fait, c'est-à-dire le pigeon, le pute-à-clics [...] pour pouvoir continuer à survivre sur la plateforme ». Une position paradoxale assumée avec honnêteté, entre critique de YouTube et conformation au jeu de la plateforme, qui n'est pas sans rappeler le choix de transparence de certains youtubeurs vis-à-vis des conditions de leur activité et de l'utilité sociale qu'ils revendiquent : ils demandent des likes et abonnements notamment dans le but de percevoir une meilleure rémunération, de pallier les difficultés rencontrées sur la plateforme, pour permettre de visibiliser davantage leur contenu et en faire bénéficier un maximum de personnes. Plus qu'exprimer leur ressenti dans leurs vidéos, ils se livrent sur leurs autres réseaux sociaux. Pour La Carologie, Instagram est comme une plateforme pour vider son sac où elle «pousse des coups de gueule», dit ce qui ne lui convient pas par rapport à YouTube.

Malgré tout, ils sont aussi nombreux à minimiser les difficultés qu'ils rencontrent ou à mentionner le fait qu'ils ne seraient pas légitimes pour se plaindre car ils vivent après tout de leur passion. Cela n'est pas sans rappeler – dans une autre mesure - les métiers de la santé, du *care* ou de l'éducation qui, sous prétexte qu'ils sont exercés comme des sacerdoces, justifient de piètres salaires et conditions de travail.

Pour pallier les freins et manquements émanant de la plateforme, les youtubeurs tentent de trouver des solutions pour diversifier leurs sources de revenus et continuer à aborder leurs sujets en essayant le minimum de difficultés. La première consistant à demander le soutien, l'aide de son audience, de sa communauté, via des plateformes de financement participatif. Il existe plusieurs modèles, adaptés aux envies et capacités financières des utilisateurs : se faire financer directement par sa communauté via des dons ou abonnements sur Patreon²⁸⁰, Tipeee²⁸¹ ou uTip²⁸², parfois en proposant des formules avec du contenu supplémentaire. Ces plateformes dont la création repose sur l'existence de YouTube récupèrent une part sur les transactions. Elles ont été créées en soutien aux créateurs de contenu et, comme toutes les plateformes numériques, elles suivent une logique de rentabilité fondée sur la création de valeur de ses utilisateurs. Jusqu'en août 2020, uTip proposait une option gratuite pour l'utilisateur consistant à visionner gratuitement des courtes publicités, fonctionnalité supprimée au grand dam des youtubeurs qui ne peuvent désormais que demander de l'argent, allant pour certains, comme La Carologie qui l'employait, à l'encontre de leurs valeurs.

Capture d'écran d'une story Instagram de La Carologie

²⁷⁹ Léa Choue, « YOUTUBE : L'ENFER PSYCHOLOGIQUE (Reponse à DirtyBiology) », *YouTube.com, op. cit.*

²⁸⁰ Patron, <<https://www.patreon.com/>>

²⁸¹ Tipeee, <<https://en.tipeee.com/>>

²⁸² uTip, <<https://utip.io/>>



La seconde est relative au marketing d'influence. Nous l'avons déjà évoqué, la santé mentale est un sujet qui n'est pas propice aux contenus sponsorisés généralement liés à la vente de produits et services... Mais les partenariats, s'ils s'avèrent rares, sont néanmoins possibles, avec les institutions, qui ont une mission de service public d'intérêt général, les associations et les entreprises et marques aux engagement RSE/RSM²⁸³ accrus. En témoigne la vidéo²⁸⁴ de Natacha Birds en partenariat avec Dove, illustratrice et influenceuse déjà engagée sur la question avec le dispositif de street art "#dansmatête"²⁸⁵ autour de la schizophrénie, initié par les laboratoires Lundbeck et Otsuka en partenariat avec l'association UNAFAM²⁸⁶. Une vidéo sur les complexes et la confiance en soi qui essuie une réception mitigée, d'où l'importance de bien choisir ses partenaires en fonction des valeurs qu'ils incarnent et de leur traduction concrète dans leur offre de produits.

Captures d'écran de commentaires présents sous la vidéo de Natacha Birds

²⁸³ Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) / Responsabilité Sociétale des Marques (RSM)

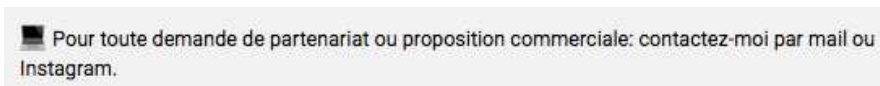
²⁸⁴ Natacha Birds, « ça va ? », *YouTube.com*, 30/09/2018, <https://www.youtube.com/watch?v=AJvXb_fCo4>

²⁸⁵ Le dispositif de street art "#dansmatête", installé à Beaubourg à Paris le 10 octobre 2019 lors de journée mondiale de la santé mentale, a proposé au public une expérience immersive sur la réalité de la schizophrénie avec la blogueuse et illustratrice Natacha Birds.

²⁸⁶ Union nationale de familles et amis de personnes malades et/ou handicapées psychiques

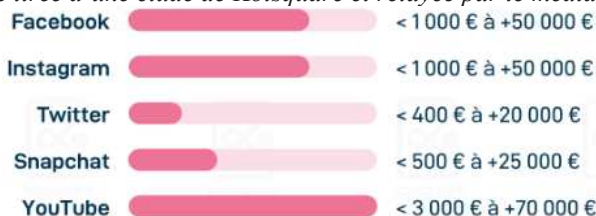


La mention suivante dans la rubrique “À propos” de la chaîne La Psy Qui Parle sous-entend que des partenariats commerciaux sont envisageables :



Envisageables, peut-être, mais les youtubeurs ne pourront jamais espérer toucher des sommes importantes, même si elles le sont davantage sur YouTube que sur les autres réseaux sociaux - du fait de « l’effort de créativité et le temps pris par le créateur de contenu sur la plateforme [...] par rapport à une photo ou une story sur Instagram »²⁸⁷.

Infographie tirée d’une étude de Kolsquare et relayée par le média La Réclame



Il est donc compliqué de vivre de YouTube lorsqu’on parle de santé mentale, sachant que les banques considèrent le métier de youtubeur comme instable. Pour y remédier, Karat²⁸⁸ a créé la Karat Black Card²⁸⁹, une carte de crédit qui prend en compte tous les indicateurs du business de l’influence, notamment basée sur le nombre de followers et le taux d’engagement, la diversification des contenus ou encore le professionnalisme... Bientôt une Banque Centrale des Influenceurs ?

Rester ou sortir du cadre, et si la réponse était plutôt de créer le cadre ?

²⁸⁷ C., Élodie, « D’Instagram à YouTube : combien coûte une campagne d’influence ? », *LaRéclame.fr*, 31/10/2019, <<https://lareclame.fr/kolsquare-influence-marketing-225954>>

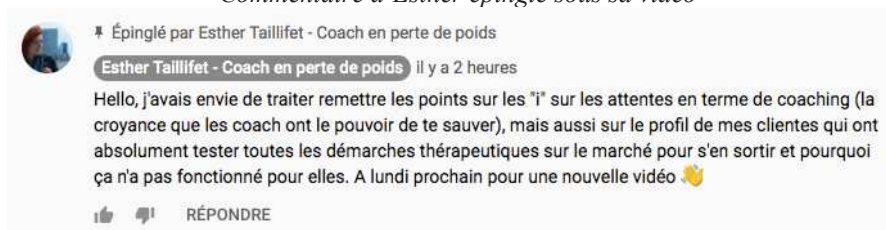
²⁸⁸ Karat, <<https://www.trykarat.com/>>

²⁸⁹ Huot, Alice, « Les influenceurs ont enfin leur carte de crédit. Et elle dépend de leur nombre de followers. », *L’ADN.eu*, 26/06/2020, <https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/usages-et-style-de-vie/karat-influenceurs-carte-bancaire/?utm_source=newsletter_ladn&utm_medium=email&utm_campaign=news_ladn&utm_content=20200629>

C. La santé mentale, un business comme un autre sur YouTube ?

Alors que des Youtubeurs usent de leur pouvoir d'influence à des fins d'intérêt général, certains profitent de ce cadre économique. « Charlatans de la santé »²⁹⁰, « pseudo thérapeute[s] sectaire[s] »²⁹¹... Les déontologie et éthique des coachs en développement personnel – très présents sur YouTube – sont de plus en plus remises en question. En plus des coachs qui ont développé leur activité sur la plateforme, de nombreux youtubeurs sont devenus et deviennent coachs en ligne. Un mouvement de réorientation professionnel, d'entrepreneuriat massif qui peut être perçu comme la continuité de l'activité d'influence, en lien avec le fait que les gens se confient à eux, qu'ils leur apportent conseil, ce qui les pousse à se sentir légitimes d'en faire une activité professionnelle et à demander une rémunération en échange de ce service. Il s'agit le plus souvent d'une volonté qui part du sincère sentiment de vouloir aider comme c'est le cas pour Esther, mais c'est aussi parfois dans un but purement mercantile. En France, le diplôme et les études sont importants, valorisés, et jugés comme indispensables pour exercer certaines activités et revendiquer une expertise. YouTube apporte une approche plus américaine et laxiste à ce niveau, ce qui ne convient pas à beaucoup de youtubeurs et vidéonautes français, très critiques envers ces coachs autoproclamés. Du côté des professionnels de la santé mentale, la méfiance est au rendez-vous et « les raisons sont à chercher non seulement du côté des messages très optimistes et individualistes, mais surtout des méthodes proposées »²⁹² qui, nous y reviendrons, sont pour certains problématiques. Méfiance accrue lorsque ces coachs se permettent de remettre en question voire de dénigrer le travail des soignants. En avril 2020, Esther Taillifet publiait sur sa chaîne dédiée au coaching une vidéo intitulée « Pourquoi les pys et nutritionnistes n'ont pas su t'aider ». Accusée de dénigrer ces métiers et d'en présenter une version limitée, incorrecte et biaisée, la vidéo a rapidement été supprimée suite à un *shitstorm*²⁹³.

Commentaire d'Esther épinglé sous sa vidéo



Commentaire d'une vidéonaute psychologue

²⁹⁰ Titre d'un livre de 1998 du médecin et criminologue Jean-Marie Abgrall

²⁹¹ « Comment reconnaître un charlatan ou un pseudo thérapeute sectaire ? » Mission interministérielle de vigilance et de lutte contre les dérives sectaires (MIVILUDES), *Dérives-Sectes.gouv.fr*, <<https://www.derives-sectes.gouv.fr/comment-reconna%C3%A9tre-un-charlatan-ou-un-pseudo-th%C3%A9rapeute-sectaire>>

²⁹² Thalmann, Yves-Alexandre, « Le développement personnel. Des effets pervers ? », *SciencesHumainesMagazine.com*, Grands Dossiers N°55, Juin - Juillet - Août 2019, <https://www.scienceshumaines.com/le-developpement-personnel-des-effets-pervers_fr_41026.html>

²⁹³ De l'anglais, désignant une situation marquée par une violente controverse et communément employé pour désigner ces phénomènes sur Internet.



Eva il y a 1 heure (modifié)

Esther,

Je suis assez régulièrement ton contenu depuis longtemps, et je l'apprécie. Par contre, là, je suis un peu agacée par ta vision très réductrice du métier de psychologue. Ton expérience personnelle ou celle de certaines de tes coachées de leur thérapie auprès d'un "psy" ne reflète pas tout ce que l'on propose dans cette discipline. Je te rejoins tout à fait sur le fait que le professionnel n'est pas celui qui fait le travail mais bien la personne accompagnée, puisque c'est également la posture qu'adoptent la plupart des psychologues/ psychothérapeutes à l'heure actuelle.

Je suis psychologue d'orientation Comportementale/Cognitive (TCC) et j'intègre dans ma pratique des outils qui sont très éloignés de tes représentations à propos des psy. Les psychologues responsabilisent la personne également, c'est même le socle de la thérapie, de donner les clés aux personnes pour faire des changements. Non, un psychologue, un psychothérapeute n'est pas juste là pour "éclairer" ou mettre de la lumière sur "les mécanismes du passé" / "j'ai eu ça quand j'étais enfant". C'est une représentation très clichée, malheureusement bien ancrée dans la société que tu véhicules avec force ici, mais NON, aller voir un psychologue ne se limite pas à ça. Une thérapie, en fonction de l'orientation et du professionnel qu'on choisit (TCC, Psychologie positive, hypnose, EMDR et d'autres), passe par l'instauration avec le patient d'un cadre dans lequel on va pouvoir mettre en place des pistes de travail concrètes et accompagner la personne dans un processus de changement. Je regrette vraiment que tu te permittes de déconseiller aussi vivement les personnes qui te suivent de consulter un psychologue dans le cas de difficultés avec l'alimentation. Je suis la première à défendre toute forme de relation d'aide et à ne pas mettre en avant le métier de psy comme "mieux" que celui de coach, mais j'apprécierais que les différents professionnels arrêtent de s'autoproclamer comme "les mieux à même de régler tel ou tel problème". On a nos outils, nos méthodes, nos diplômes, nos expériences, et c'est ok.

Soyons bienveillants entre nous, apprenons des uns et des autres... pour mieux aider !

Dans son livre *Le développement (im)personnel*, la philosophe Julia de Funès²⁹⁴ explique que le développement personnel fournit un cadre à des personnes désenchantées, dans un système aux croyances bouleversées où en l'absence pour beaucoup de dieux, nous sommes maîtres de nos propres vies et donc sous la pression d'y donner un sens. Alors que le développement personnel était de l'ordre de l'intime, il est désormais fait de codes, généralisé et partagé, avec des théories, des techniques et des personnes qui les enseignent (coachs, auteurs...). Fait de promesses illusoires, pseudo-scientifiques²⁹⁵ et payantes, il séduit des personnes en quête d'elles-mêmes, leur apportant ce qui leur semble être des certitudes objectives. Si les dieux donnaient du sens à la vie, ce sont maintenant ces coachs. Alors que nous avons vu que les rapports d'influence sur YouTube, basés sur la proximité et familiarité, s'opèrent avec davantage d'horizontalité, nous remarquons ici une contradiction, celle de la hiérarchie issue d'une relation de pouvoir finalement régie par la transaction financière. Dans *Happycratie*, paru en 2018, les sociologues Edgar Cabanas et Eva Illouz, parlent même d'« industrie du bonheur ». L'industrialisation de la vie d'Éric Sadin nous rattraperait-elle ? « Exploiter, innover, c'est le "techno-capitalisme contemporain" »²⁹⁶. Quand il parle de « marchandisation intégrale de la vie »²⁹⁷, peut-on parler d'une marchandisation, ubérisation, de la santé mentale ? En parlant d'un « modèle dominant développé par l'industrie du numérique [qui] consiste à offrir une infinité de "solutions" à l'égard de tous les moments du quotidien » et de « libéralisme appliqué à nos émotions », il semblerait que ce soit le cas. Pour Cabanas et Illouz, le développement personnel ne serait qu'une « pseudo-science forgée par le

²⁹⁴ La Carologie, « DÉVELOPPEMENT PERSONNEL = IMPOSTURE ? », *YouTube.com*, <<https://www.youtube.com/watch?v=ylcaswR5-Dc>>

²⁹⁵ L'une des grandes critiques du développement personnel est la quasi-absence des sciences et de la médecine.

²⁹⁶ Entretien de Sadin, Éric, réalisé par Chapelain, Brigitte, « Le technolibéralisme nous conduit à un "avenir régressif" », *Hermès, la Revue*, art. cit.

²⁹⁷ *Idem*.

marketing. [Menant à des] comportements anti-sociaux, au narcissisme et à de nouvelles frustrations »²⁹⁸, elle conduirait même à l'addiction²⁹⁹. En effet, plus les gens l'utilisent, plus ils en ont besoin et reviennent acheter des programmes ou des livres. Certains vont même jusqu'à décrire ces effets pervers de la quête du bonheur comme une « dictature du bonheur »³⁰⁰ ou « psychologie du capitalisme ». Entre leçons de vie et recettes miracles pour être heureux, l'individu est voué à être optimisé, lissé de toute émotion négative. L'un des pans les plus rentables du coaching en développement personnel est celui du travail. Mais vendre la bonne santé mentale comme un outil pour amplifier la productivité et la réussite, n'est-ce pas au contraire le chemin vers une aliénation au travail et finalement une mise en danger de cette même santé ? Hana Nafa (Les Gracieuses) le confirme : « les hommes de milieu socio-économique très élevé, notamment qui bossent en entreprise, s'intéressent beaucoup au développement personnel mais dans un objectif de rentabilité, d'efficacité, de productivité dans le milieu professionnel. Donc c'est un peu à double tranchant. Car d'un côté c'est bien, par exemple j'en ai vu qui se sont mis à la méditation, donc c'est bien car les effets sont bénéfiques. Mais le problème est que cela reste dans le but d'être plus productif et plus efficace au travail, donc c'est quand même une aliénation au travail qui peut parfois poser problème. » Finalement, le développement personnel ne serait-il pas le développement socio-économique des personnes qui l'utilisent à des fins commerciales ?

Au sein même de la plateforme, certains youtubeurs, se voulant alertes et bienveillants, mettent en garde contre ce phénomène. En août 2020, La Carologie publie une vidéo³⁰¹ pour inviter les utilisateurs à faire attention sur la plateforme. Elle évoque le nouveau rapport relationnel basé sur la confiance et la proximité installé sur les réseaux sociaux, propice à l'avènement du marketing d'influence avec l'émergence de partenariats, collaborations, placements de produits sur Internet, de nouvelles manières de vendre grâce à ce lien de confiance privilégié. Au-delà du manque de clarté des influenceurs vis-à-vis de la publicité qu'ils pratiquent et des abus comme le *dropshipping*³⁰², elle aborde un sujet plus opaque d'un point de vue médiatique : celui des innombrables messages de témoignages de situations difficiles - émanant la plupart du temps de jeunes voire très jeunes - parfois très inquiétantes et graves de ses abonnés qui se sentent assez en confiance avec elle pour se confier sur des situations intimes (violences, abus, dangers...). Si parler est une première étape importante, elle met en garde les vidéonautes et les invite à s'adresser aux organisations et professionnels compétents : « les gens que vous suivez sur Internet, les influenceurs, les influenceuses, les youtubeurs, les youtubeuses, les instagrammeurs, les instagrammeuses, ne sont pas des professionnels du travail social, [de la] psychologie, [...] des médecins, [...] des avocats, quoi que ce soit qui peut aider

²⁹⁸ « Développement personnel », *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9veloppement_personnel#:~:text=Le%20d%C3%A9veloppement%20personnel%20est%20un.aspirations%20et%20de%20ses%20r%C3%AAves.>

²⁹⁹ Salerno, Steve, *Sham: How the Self-Help Movement Made America Helpless*, 2005, cité dans « Le développement personnel », *Wikipédia.org*, *op. cit.*

³⁰⁰ Huot, Alice, « Doit-on vraiment chercher le bonheur à tout prix ? », *L'ADN.eu*, 14/01/2020, <<https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/usages-et-style-de-vie/doit-on-vraiment-etre-heureux/>>

³⁰¹ La Carologie, « FAIS GAFFE SUR YOUTUBE », *YouTube.com*, 01/08/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=GMxcKVNml2Y&t=13s>>

³⁰² D'après *Définitions-Marketing.com*, « Le dropshipping est une forme de e-commerce par laquelle le site vendeur ne possède pas de stocks et fait livrer le client final directement par son fournisseur sans, le plus souvent, que le client ne le sache. », « Dropshipping », *DéfinitionsMarketing.com*, <<https://www.definitions-marketing.com/definition/dropshipping/>>

réellement dans la situation décrite. » Sans cesse amenée à rediriger ces jeunes vers des associations, hôpitaux et institutions qualifiées pour les aider, elle dénonce la faible présence de tous ces organismes sur Internet, ce qui empêche les jeunes de s'adresser directement à eux. Plus que ne pas obtenir une aide adaptée à leur situation, ces jeunes risquent de se faire arnaquer. Des influenceurs qui ont conscience de leur notoriété, de la vulnérabilité et fragilité émotionnelles de leurs abonnés et du lien de confiance qu'ils entretiennent avec eux en profitent pour leur « extorquer de l'argent en faisant passer leurs capacités comme [...] équivalentes à celles de professionnels ». Se positionnant comme des thérapeutes, des médecins, ils facturent des prestations parfois plus chères que les prix du marché, alors même qu'il existe des aides gratuites, notamment pour les plus jeunes, et ce « en toute légalité ». Sans les mentionner dans sa vidéo, les coachs auto-proclamés, pseudo-certifiés, sont désignés, dénoncés par les vidéonautes dans les échanges en commentaires, signe que l'avis est partagé. Un nouveau tribunal sur Internet là où la justice fait défaut ? Créant une réflexion ouverte et publique sur la question, cette vidéo a entraîné d'autres réactions telles que celle de Laëtitia Birbes de la chaîne Le Corps La Maison L'Esprit qui a produit une vidéo³⁰³ en réponse avec des propos complémentaires. La youtubeuse confirme recevoir de nombreux messages en lien avec les TCA, la dépression, le suicide et les troubles psychologiques et avance également « vous ne devriez pas me donner cette confiance, je ne suis pas une professionnelle, je suis juste une personne qui partage des expériences personnelles, de vie ou des connaissances. » Également critique de ces youtubeurs coachs, auto-proclamés, non formés et sans limite, elle dénonce le déséquilibre et la position de force qui existe dans la relation dus à l'admiration du fan pour un youtubeur, réduisant les capacités de recul et de remise en question. Elle dissocie la dimension conseil de l'accompagnement, permettant l'un et mettant en garde sur l'autre : « les youtubeurs on est qualifiés beaucoup plus pour parler de choses, conseiller » [mais pas pour accompagner]. Tout dépendrait donc de la posture adoptée par le youtubeur et de la nature de son discours, la frontière étant plus que mince. Elle encourage ceux qui souhaitent devenir coachs à se former - citant Esther en exemple - pour éviter ces dérives. Elle responsabilise également directement les vidéonautes, affirmant qu'elle trouve dangereux que des personnes ayant des troubles psychologiques et des traumatismes donnent la responsabilité à un youtubeur non qualifié de les aider : « fuyez, n'écoutez pas un youtubeur non qualifié qui vous donne des conseils, qui vous oriente, comme si c'était des conseils de professionnel ». Elle encourage les jeunes à en parler avec leurs parents - plutôt que parfois leur demander de l'argent pour se payer un coach en ligne -, à voir des professionnels de santé, des psychologues, assistantes sociales, etc. Selon elle, se baser uniquement sur le vécu ou des lectures est problématique, notamment en raison des risques de transfert dus au manque de distanciation. De son côté, Julien Malara (Demos Kratos) confirme succinctement : « moi aussi, j'ai plein de gens qui m'envoient des mails pour me demander des conseils de vie et me raconter leurs malheurs, et je n'ai pas le temps de leur répondre et ne suis pas compétent pour ça. » Sur le coaching et le développement personnel sur YouTube, Hana Nafa (Les Gracieuses) propose une réflexion intéressante, fondée sur des enjeux plus structurels, et

³⁰³ Le Corps La Maison L'Esprit, « ▼ Réponse à @La Carologie "FAIS GAFFE SUR YOUTUBE" », *YouTube.com*, <<https://www.youtube.com/watch?v=Dvwbq6uwRmw>>

abordant le manque de cadre : « comment faire la différence entre un coach et un psychothérapeute ? C'est quelque chose de très confus en France. Même si on sort de YouTube et ses coachs, l'exercice de la psychothérapie en France n'est pas quelque chose qui est bien légiféré, contrôlé. Le titre de psychothérapeute depuis quelques temps est réglementé, il faut être psychiatre ou psychologue pour l'obtenir, et il y a aussi le cas des personnes qui ont un master de psychanalyse mais c'est plutôt une minorité. Donc ça c'est clair et c'est très bien. Mais par contre, pour exercer la psychothérapie, il y a un flou total. À partir du moment où on ne se dit pas psychothérapeute mais psychopraticien ou coach de vie ou que sais-je, on peut recevoir des patients et faire en pratique ce qui est de la psychothérapie, sans en avoir le nom. [...] Pour moi, le problème des coachs sur YouTube n'[en est que la] continuité. Le vrai problème n'est pas ça mais la façon dont on perçoit les psychologues, psychothérapeutes, la psychothérapie et la santé mentale en France, c'est plus large que ça. [...] Coach et professionnel de la santé mentale, ce n'est pas pareil. [...] Sur YouTube il y a tout le milieu du coaching qui s'est développé, qui a toujours existé d'une manière ou d'une autre mais qui prend là une forme particulière sur Internet et sur YouTube en particulier, et le problème est que ce sont des gens qui ne sont pas formés et qui s'approprient un peu ces disciplines qui concernent la santé mentale et c'est quelque chose qui est assez récurrent quand on voit le traitement de la psychologie en général. Les sujets autour de la santé mentale sont des sujets qui parlent facilement aux gens, et c'est normal. Car lorsqu'on parle de psychologie, on parle de soi, de ses émotions, de choses qui concernent la vie quotidienne. Mais du coup, beaucoup de gens et beaucoup de professions en dehors de la santé mentale pensent qu'ils peuvent s'approprier des sujets qui doivent être traités par des professionnels de la santé mentale et il y a un peu cette idée que tout le monde peut se former à la psychologie comme tout le monde peut lire un livre et être qualifié pour parler de psychologie et de santé mentale alors que ce n'est pas le cas. Le problème sur YouTube est qu'on retrouve beaucoup ce phénomène avec par exemple des personnes qui parlent de développement personnel, de coaching, etc. On peut parler de développement personnel et de coaching de manière éthique mais le problème est que ce ne sont pas du tout des professions qui sont encadrées. C'est Internet donc c'est nouveau, ça se crée en ce moment et il n'y a pas de législation qui existe pour l'encadrer. Si la personne qui parle de coaching ou de développement personnel en tant qu'individu a une éthique elle-même et sait mettre les barrières et respecter un certain cadre, ça peut bien se passer, mais si c'est une personne qui ne sait pas le faire, ça peut très mal se passer et on ne peut pas juste se reposer sur l'éthique personnelle des individus, il faudrait un cadre plus défini. » Encore et toujours cette question du cadre, qui implique généralement désaccords, temps de mise en place et détournements de son application. Les contenus pourraient être mieux encadrés pour éviter ces dérives et la mise en danger des jeunes utilisateurs.

Quelle est la responsabilité des youtubeurs vis-à-vis du contenu qu'ils proposent et de la santé mentale de leur audience ? Les réponses varient. Pour le vulgarisateur Cyrus North, elle est faible : « pour être honnête, je pense que j'ai très peu de responsabilité sur mes sujets. Ma responsabilité est de ne pas dire d'erreur quand j'expose quelque chose. Après, le fait que je rende mon audience meilleure qu'elle l'était en regardant mes vidéos, c'est cool si je le fais, c'est "nice to have" mais ce n'est pas une responsabilité, obligation. Je n'utiliserais pas un mot aussi fort, je ne suis pas responsable de mon audience. » La youtubeuse Le Corps La

Maison L'Esprit³⁰⁴ pense au contraire que « les youtubeurs doivent avoir pleinement conscience de leur responsabilité ». Hana Nafa (Les Gracieuses) a un positionnement encore différent, du fait de la particularité de son double statut de psychiatre et youtubeuse : « c'est une responsabilité qui est énorme car ce sujet est peu et mal abordé sur Internet et en général auprès du grand public, donc je me dis que comme j'aime créer du contenu sur YouTube et que j'ai ce savoir-là, il faut que je le partage, c'est important. [...] Déjà que l'offre de santé des professionnels est peu satisfaisante en France, c'est vraiment important qu'il y ait des gens comme moi qui parlent de cela, qui rendent accessibles ces connaissances. Et le faire bien est important, surtout que je suis psychiatre. Quand je m'exprime sur ce sujet, je fais attention à ce que je dis, à donner des informations qui soient justes et qui soient dans la bienveillance. Mais c'est quelque chose que je fais déjà au quotidien dans mon travail donc ce n'est pas tellement difficile, c'est juste que c'est une discipline de se dire "allez je vais faire un contenu qui soit suffisamment synthétique pour que cela puisse être accessible pour le public, pour des jeunes, et que je le poste en ligne. » Pour elle, la responsabilité semble relever de l'expertise qu'elle possède.

Pour conclure ce chapitre, nous pouvons affirmer que les contenus de youtubeurs traitant de santé mentale s'inscrivent dans un cadre qui est loin d'être neutre. Celui de YouTube, entité multiple pleine de paradoxes - discours versus actions – qui évolue avec des perspectives d'enrichissement et sous la contrainte des textes qui tentent de réguler son activité. Entre la plateforme et ses créateurs, la relation est d'amour et de haine. YouTube entrave leur parole autant qu'il la rend possible. Un dispositif techno-économique qui engendre des dérives en donnant par exemple l'opportunité à des gourous de la santé mentale de s'y développer. Un cadre qui manque de cadre ou dont le cadre est mauvais ? Il est maintenant temps de formuler des recommandations pour favoriser le processus de démocratisation et de communication de la santé mentale et des soins thérapeutiques associés par les influenceurs sur YouTube.

³⁰⁴ Le Corps La Maison L'Esprit, « ▼ Réponse à @La Carologie "FAIS GAFFE SUR YOUTUBE" », *YouTube.com, op. cit.*

CHAPITRE 3 : Nos recommandations pour une meilleure démocratisation et communication de la santé mentale auprès des jeunes sur YouTube

Au-delà des nombreuses recommandations qui pourraient être faites pour améliorer la psycho-éducation en matière de prévention et la prise en charge de la santé mentale par les services publics - dont quelques pistes se trouvent déjà ici³⁰⁵ -, nous nous pencherons sur des préconisations propres à notre sujet d'étude et reposant sur les différents constats établis dans les deux premières parties du mémoire.

Nous nous apprêtons donc à jouer le jeu des plateformes, faisant fi des mises en garde d'Éric Sadin qui nous incite à éviter le « développement irréféré d'un technolibéralisme entendant nous soumettre intégralement à ses logiques »³⁰⁶. Nous tenterons néanmoins de garder en tête le potentiel de « dévitalisation »³⁰⁷ des plateformes qui semble aller à l'encontre de la santé mentale en « défendant le bien commun et notre droit à déterminer librement du cours de nos destins »³⁰⁸ en sauvegardant les « valeurs humanistes qui nous constituent ».

Nos recommandations s'adressent à tous les acteurs, individuels et collectifs, publics et privés, qui ont une responsabilité, un rôle à jouer, un impact éventuel dans le processus de démocratisation de la santé mentale auprès des jeunes par le biais de l'influence digitale. Constituées sur la base de notre analyse de YouTube et des mécanismes d'influence qui lui sont propres, certaines réflexions peuvent s'élargir aux autres plateformes et influenceurs numériques, dans la mesure de leurs points communs.

Sans pour autant avoir le mérite de proposer de véritables stratégies pour action, nous tenterons d'apporter les pistes les plus éclairantes qui soient pour faire avancer la cause en faisant appel aux sensibilités individuelles et collectives.

Nos recommandations dresseront tout d'abord les grands axes stratégiques, puis elles s'adresseront aux créateurs de contenu, et seront enfin destinées aux différentes organisations qui peuvent s'impliquer dans le processus étudié, de YouTube aux entreprises et marques, en passant par les institutions publiques, les instances et professionnels de santé, associations et médias.

1. Des grandes orientations stratégiques

A. Associer tous les acteurs

³⁰⁵ López, Marcelino, « Moyens de communication, stigmatisation et discrimination en santé mentale : éléments pour une stratégie raisonnable », art. cit.

³⁰⁶ Entretien de Sadin, Éric, réalisé par Chapelain, Brigitte, « Le technolibéralisme nous conduit à un "avenir régressif" », *Hermès*, art. cit.

³⁰⁷ Marchand, Valérie, « La silicolonisation du monde : l'irrésistible expansion du libéralisme numérique d'Éric Sadin », art. cit.

³⁰⁸ Entretien de Sadin, Éric, réalisé par Chapelain, Brigitte, « Le technolibéralisme nous conduit à un "avenir régressif" », art. cit.

Nous prônons l'action collective et les synergies partenariales entre toutes les parties prenantes car c'est en agissant ensemble que les représentations pourront évoluer dans le bon sens, vers une information et sensibilisation qui déstigmatise et saura avoir raison de la psychophobie, vers l'ouverture et l'entretien d'espaces d'expression et de libération de la parole, et vers un accès aux soins et une prise en charge facilités. Nous gardons en tête le conseil de Casilli de mettre « l'accent sur la nécessité d'harmoniser les milieux techniques et matériels, afin de créer de nouveaux couplages d'imaginaires et de pratiques sociales »³⁰⁹. Cela passe par la mutualisation des forces grâce à des outils partagés et la mise en réseau des productions relatives à la santé mentale, notamment pour déségréger les micro-espaces existants et rendre accessible le contenu au plus grand nombre. De l'association des plateformes numériques - entre convergence des engagements et pratiques en matière de prévention, sensibilisation et démocratisation de la santé mentale, - aux partenariats entre youtubeurs et organisations, les prises de parole complémentaires sont nécessaires pour bénéficier d'approches et d'instances d'énonciation légitimées différemment. Par exemple, Hana Nafa (Les Gracieuses) serait « très intéressée » par un partenariat avec une organisation à condition « que les choses soient faites dans les règles de l'éthique, avec bienveillance et avec l'idée qu'on apporte des clés au public, aux personnes qui regardent, pour leur donner des clés pour mieux se comprendre eux-mêmes dans une idée d'autonomie de la personne et qui ne soit pas dans une idée paternaliste mais au contraire qu'eux-mêmes puissent s'approprier ces connaissances et les utiliser pour eux-mêmes. »

B. Diversifier les modes opératoires

Il paraît également important de diversifier les modalités des actions mises en place. Varier leur échelle géographique : internationale, nationale, locale. Varier leur temporalité en agissant à court, moyen et long terme, de manière ponctuelle - comme lors de la Semaine d'information sur la santé mentale³¹⁰ en mars, un moment dédié à la réflexion, pour ouvrir le débat et où un maximum d'intérêt simultané peut permettre de faire converger vers le sujet – et plus durable. Varier les espaces en agissant parallèlement sur d'autres plateformes. D'autres réseaux sont investis par les youtubeurs et leur utilité sociale en matière de santé mentale pourrait être davantage exploitée, comme le souligne Hana Nafa (Les Gracieuses) : « Je sais qu'il y a des choses qui se mettent en place, par exemple pour les jeunes qui expriment des idées suicidaires sur Twitter ou sur les réseaux sociaux pour les mettre dans une boucle de soin, mais ce qui existe est encore assez faiblard et n'est pas encore très bien développé donc je pense qu'on devrait déjà investir Internet. »

C. Dépasser les mesures de régulation

Comment éviter les contenus psychophobes sur YouTube ? Comment lutter contre la marchandisation néfaste de la santé mentale sur la plateforme ? L'épineuse question de la régulation ne met pas tout le monde

³⁰⁹ Casilli, Antonio, « Trois idées reçues sur Internet », *Sciences Humaines Magazine*, art. cit.

³¹⁰ Semaines d'informations sur la santé mentale, <<https://www.semaines-sante-mentale.fr/>>

d'accord. Certes, pour Casilli, « la régulation est consubstantielle à l'émergence de tout objet technologique [et] pour les plateformes numériques, la régulation est une condition d'existence »³¹¹, mais réguler revient aujourd'hui à interdire, supprimer, censurer, et donc enfreindre des libertés d'expression et donner un pouvoir incommensurable à la technologie sur l'humain, parallèlement à un désengagement des responsabilités de l'État sur la question. L'échec de la loi Avia contre les contenus haineux sur Internet³¹², très critiquée et qui finalement n'a pas été appliquée, en est la preuve. Durant notre entretien, le youtubeur Cyrus North a livré sa vision sur le sujet de la marchandisation de la santé mentale, axée sur une « responsabilité individuelle » revendiquée en opposition aux « systèmes régulateurs ». Selon lui, « la mesure de régulation est dans la possibilité de pouvoir se faire rembourser ou d'attaquer la personne en justice. [...] S'il y a une fraude, la loi doit pouvoir s'en occuper et défendre les gens qui se sont fait avoir. » Une confiance en la justice et en la capacité des personnes escroquées à réagir activement. L'idéal serait de trouver un juste milieu entre liberté et contrôle mais cela s'avère fort complexe et nous n'avons pas le bagage juridique pour nous permettre d'apporter des solutions à ce niveau.

Pour Hana Nafa (Les Gracieuses), plus qu'une question de régulation, il faut prendre le problème à la racine : « le problème est qu'il y a tout et n'importe quoi sur Internet et que parfois le sujet n'est pas toujours bien abordé et les gens ne sont pas toujours armés à distinguer ce qui est bien abordé de ce qui ne l'est pas. Ce qui est délicat car on ne peut pas interdire aux gens de parler de santé mentale sur Internet, c'est quelque chose qui existera toujours, les gens ont le droit de s'exprimer. Mais ce qui serait bien, c'est que si nous étions plus éduqués à la santé mentale et au traitement de l'information en général, ce serait moins dangereux, car même des gens qui ne sont pas formés auraient quand même des connaissances de base ce qui permettrait de limiter les dangers qu'il y a à mal parler de santé mentale sur Internet. [...] On ne peut pas juste contraindre et mettre des règles sur la santé mentale [sur Internet] et fermer les yeux sur le reste car Internet est Internet, tout le monde peut dire tout ce qu'il veut donc même si on essaie de mettre des mesures de régulation, il y a forcément des gens qui vont réussir à parler de santé mentale. Donc il faut créer du contenu de référence pour que les gens puissent aller le voir. Comme ça, même s'il y a des choses moins bien ou plus dangereuses à côté, il y aura du contenu de référence. Les personnes sont intelligentes et capables de faire la part des choses. »

2. Recommandations aux créateurs de contenu sur YouTube

Que peuvent faire les personnes qui disposent d'une chaîne YouTube ?

- En parler.
- Faire de la prévention.
- Avoir une approche théorique et empirique de la santé mentale la plus holistique possible.

³¹¹ Casilli, Antonio, préface dans Ertzscheid, Olivier, *L'appétit des géants. Pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes*, op. cit.

³¹² « Loi contre les contenus haineux sur Internet », *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Loi_contre_les_contenus_haineux_sur_internet>

- Varier les contenus, les formats, les postures, les approches, les sujets... pour intéresser et se rendre accessible à un maximum de profils différents.
- Soigner la forme de sa publication au vu de l'importance du titre et de la miniature.
- Utiliser davantage les hashtags très largement sous-exploités pour favoriser le référencement des vidéos sur la plateforme.
- Proposer des contenus plus spontanés tels que des lives ou des vlogs (blogs vidéo).
- Ne pas lésiner sur les disclaimers pour assurer la meilleure réception possible comme dans le cas de Hana Nafa (Les Gracieuses) qui, en publiant sa vidéo, savait qu'elle recevrait des messages de personnes ayant des idées suicidaires et cherchant de l'aide. Elle a donc bien posé le cadre en mettant un message rédigé en début de vidéo expliquant qu'il était possible de la contacter mais qu'elle ne pouvait pas s'engager sur un délai de réponse, encourageant les personnes en situation d'urgence à aller voir un professionnel de santé ou service d'urgence si détresse immédiate. Un message qui a rempli son objectif car les personnes l'ayant contactée savaient qu'elle ne répondrait pas forcément tout de suite et tout « s'est bien passé. »
- Approfondir des formats mélangeant thérapeutes et patients pour démocratiser les soins en cassant les codes institutionnels et rapports d'autorité verticaux entre eux. Une ambiance conversationnelle, de proximité, d'égal à égal, et de sécurité, qui délivre à la fois les informations importantes apportées par les professionnels ainsi qu'un contenu plus émotionnel, qui parle plus aux personnes qui vivent ces difficultés, leur permettant de s'identifier aux vécus témoignés.
- Trouver le juste milieu entre des contenus qui leur soient naturels, leur plaisent et qui plaisent aux jeunes car si l'intérêt premier est de produire du contenu et de se faire plaisir, il est aussi et surtout de lui trouver une audience réceptive.
- Lorsqu'on sait qu'une partie des youtubeurs aborde ce sujet de manière occasionnelle, nous pourrions conseiller la ritualisation, augmentation de la fréquence de traitement du sujet, mais cela pourrait aller à l'encontre du besoin et de l'envie qu'ils ont d'en parler et donc de la spontanéité et sincérité qui se dégage de leur contenu, ce qui nuirait finalement au bon fonctionnement et à l'impact positif du dispositif.
- Partager les contenus de ses pairs, les mentionner en vidéos.
- Anticiper et suivre les évolutions de la plateforme pour adapter ses contenus aux nouvelles fonctionnalités.
- Garder un œil sur les nouvelles plateformes numériques à investir.
- Faire attention à ses propos car même si on n'est pas responsable des pensées et comportements des autres, on peut "limiter la casse". Par exemple en prêtant davantage attention au langage employé pour limiter les étiquettes et éviter d'enfermer les personnes souffrant de troubles dans des catégories, les

caractérisant « de manière permanente et exclusive »³¹³ bien qu'il faille avant tout changer les attitudes et comportements pour opérer des changements utiles et durables au niveau du langage.

- Favoriser la psycho-éducation lorsqu'on a une expertise dans le domaine de la santé mentale : psychothérapeutes, créez du contenu sur YouTube ! Hana Nafa (Les Gracieuses), souhaiterait par exemple développer une activité de psychiatre en deux axes : un travail individuel - psychothérapie clinique avec des patients en physique - et un travail sur la population - éducation à la santé mentale, prévention auprès du grand public (podcast, vidéos YouTube...).
- Éviter l'ultracréditarisme – le fait de parler avec une grande assurance de ce que l'on ne connaît pas.
- Aux vulgarisateurs, un conseil qui nous est venu d'Etienne Klein, physicien spécialiste de la philosophie des sciences³¹⁴ : « les “vérités de science” ne sont pas des vérités absolues, mais les bonnes réponses à des questions bien posées. Elles sont donc vivantes et peuvent présenter un visage changeant au fil du temps. [...] Signe que même lorsque l'on énonce une supposée “vérité de science”, il faut être précis et prudent dans la façon de la formuler. »
- Nouer des partenariats cohérents avec des institutions, établissements de soins, professionnels de santé, médias, associations, entreprises, marques, etc. pour bénéficier de leur légitimité, savoir et force de frappe médiatique.
- Inciter à participer au financement de programmes publics et associatifs en faveur de la santé mentale, pour faire avancer la recherche, la prise en charge des malades, etc.
- S'associer entre youtubeurs de tous bords autour d'une campagne de sensibilisation à fort impact médiatique à l'image d'"On est prêt"³¹⁵ pour le climat.
- Utiliser les ressources propres à son segment d'activité sur YouTube pour aborder le sujet. Par exemple, les youtubeurs gamers avec des jeux vidéo types serious games.
- Poursuivre la démarche hors ligne en initiant des rencontres avec les vidéonautes sur les thématiques de la santé mentale pour matérialiser les groupes de parole.

3. Recommandations aux organisations

Nous avons établi ces recommandations à destination des organisations en les divisant en deux catégories, la première étant propre à l'entreprise qui gère la plateforme et la seconde à toutes celles qui gravitent autour, elles-mêmes réparties en quatre sous-catégories : institutions publiques ; établissements et professionnels de santé et associations concernées ; médias ; entreprises et marques. Nous prêterons attention à ne pas trop institutionnaliser le cadre car c'est justement l'authenticité, l'intimité, la confiance issues de la relation interpersonnelle et communautaire, qui fait l'intérêt du dispositif d'influence. L'idée est de lui donner

³¹³ López, Marcelino, « Moyens de communication, stigmatisation et discrimination en santé mentale : éléments pour une stratégie raisonnable », *L'Information Psychiatrique*, art. cit.

³¹⁴ Klein, Etienne, « Liberté », « Parlons Science », « Liberté et vérité », *Le 1*, N°305, « Liberté », 14/072020, p.6

³¹⁵ On Est Prêt, <<https://www.onestpret.com/>>

davantage de moyens et de puissance, de poser un meilleur cadre pour que cela se fasse, de valoriser ces initiatives et potentiellement de les développer, sans en changer la nature-même. On ne s'intéresse pas aux contenus estampillés par les organisations mais bien à leur participation et au soutien des actions des youtubeurs qui parlent de santé mentale.

A. YouTube (Google)

Pour maintenir ses engagements existants et approfondir sa démarche en intensifiant ses efforts sur ce sujet, voici quelques préconisations :

- Avoir un haut niveau d'ambition : amplifier les choses déjà en cours, les accélérer et innover.
- Mettre en place un groupe de travail sur ce sujet, rassemblant salariés de YouTube, youtubeurs, professionnels de santé, institutionnels, chercheurs, éducateurs, prospectivistes...
- Se poser les bonnes questions :
 - Comment améliorer/créer de nouveaux ponts entre tous ces acteurs (institutions, service public, associations, entreprises, médias, individus, professionnels de santé...)?
 - Comment parler aux jeunes de ces sujets sur YouTube ?
 - Comment mettre en avant les contenus qui auront un impact positif sur la santé mentale ? Mettre en place un référentiel avec des critères d'évaluation ?
 - Quels sont les besoins des créateurs de contenu ? Mener une enquête qualitative ?
 - Comment encourager les créateurs à proposer des contenus sur ce sujet ? Les faire bénéficier d'avantages socio-économiques ?
 - Quelles fonctionnalités proposer/modifier/supprimer pour favoriser le bien-être sur la plateforme, la diffusion de ces contenus et d'éventuels nouveaux formats ?
 - Des formats audiovisuels plébiscités par les jeunes et propices à la démarche ne sont-ils pas encore utilisés ? Si oui, comment en tirer parti ?
 - Dans une vidéo déjà citée, Laëtitia de la chaîne Le Corps La Maison L'Esprit dit qu'il y a « largement de quoi aider [les jeunes] en dehors de YouTube ». La plateforme pourrait-elle plutôt leur venir directement en aide ? Si oui, comment ?
 - Alors qu'en termes de démocratisation de la santé mentale, YouTube peut mieux faire, d'autres plateformes numériques prennent leur responsabilité et s'engagent concrètement. S'en inspirer et aller plus loin ? :
 - Facebook utilise l'intelligence artificielle pour prévenir les suicides³¹⁶.
 - Snapchat :
 - L'entreprise s'est engagée publiquement sur le sujet comme en témoignent ces propos de la Vice President of Global Policy Jennifer Stout : « We feel a

³¹⁶ Le Meur, Alexis, « Facebook compte sur l'IA pour lutter contre les suicides », *Stratégies.fr*, 28/11/2019, <<https://www.strategies.fr/actualites/marques/4002790W/facebook-compte-sur-l-ia-pour-lutter-contre-les-suicides.html>>

real responsibility to try to make a positive impact with some of our youngest, sometimes most vulnerable users on our platform. [...] We know this is the first step of a lot of work we want to do to provide the right resources to our users. »³¹⁷

- Et ce ne sont pas que des paroles car l'application propose désormais de nouveaux contenus Snap Originals³¹⁸ orientés sur la santé mentale ainsi que des fonctionnalités dédiées :
 - La fonctionnalité "Here For You" permet d'accéder sur l'application à des ressources d'experts en matière de bien-être émotionnel et physique, de stress lié à l'épidémie de Covid-19, d'anxiété, de dépression, de violence domestique ou de harcèlement.³¹⁹
 - La fonctionnalité "Headspace Mini" en partenariat avec l'application de méditation en ligne Headspace permet d'accéder à des méditations guidées et des pratiques de pleine conscience depuis l'application.
 - De nouveaux outils de soutien afin de prévenir des instances qualifiées en cas de période difficile pour soi ou pour un ami.
- Association avec des partenaires locaux pour créer les vidéos et partage des meilleures pratiques en matière de montage pour les organisations à but non lucratif et autres afin de rendre le contenu attrayant.
- Twitch met à disposition des ressources sur son site³²⁰ et aborde la santé mentale de ses utilisateurs sur son blog

The importance of mental health for every streamer

Apr 30 2019 - By Twitch



May is Mental Health Awareness Month in the United States, but today we're talking to streamers everywhere.

321

Streamers, help us spread Mental Health awareness this month

May 1 2018 - By Aly Sweetman



322

³¹⁷ « Nous ressentons une réelle responsabilité d'essayer d'avoir un impact positif avec certains de nos utilisateurs les plus jeunes, parfois les plus vulnérables de notre plateforme. Nous savons que c'est la première étape de beaucoup de travail que nous voulons faire pour fournir les bonnes ressources à nos utilisateurs. », Wilson, Mark, « Snapchat introduces new interventions for mental health », *FastCompany.com*, 02/22/2020, <https://www.fastcompany.com/90461846/snapchat-introduces-new-interventions-for-mental-health>>

³¹⁸ <https://snaporiginals.snapchat.com/>

³¹⁹ D., Elliot, « Toutes les nouveautés de Snapchat annoncées au Snap Partner Summit 2020 », *LaRéclame.fr*, 12/06/2020, <<https://lareclame.fr/snap-partner-summit-2020-235418>>

³²⁰ « Twitch Cares: Mental Health Support & Information », *Help.Twitch.TV*, <https://help.twitch.tv/s/article/twitch-cares-mental-health-support-information?language=en_US>

³²¹ Twitch, « The importance of mental health for every streamer », *Blog.Twitch.TV*, 30/04/2019, <<https://blog.twitch.tv/en/2019/04/30/the-importance-of-mental-health-for-every-streamer-9db0346f6a4a/>>

³²² Twitch, « Streamers, help us spread Mental Health awareness this month », *Blog.Twitch.TV*, 01/05/2018, <<https://blog.twitch.tv/en/2018/05/01/streamers-help-us-spread-mental-health-awareness-this-month-edc0607dd5df/>>

- Encadrer la production de contenus :
 - Nouer des partenariats avec des youtubeurs et autres organisations pour co-créer du contenu exclusif et le valoriser en conséquence.
 - Sponsoriser des créations de contenus.
 - Accompagner les nano et micro-influenceurs avec l'essor de l'influence hyperlocale.
- Encadrer la diffusion de contenus : vérifier les contenus sur le sujet (fact-checking).
- Encourager et récompenser les bons contenus et influenceurs identifiés :
 - Juste rémunération des vidéos.
 - Soutien technique (matériel, locaux YouTube Spaces³²³, formations/sessions de coaching, accompagnement...) en matière de production et de valorisation du contenu diffusé.
 - Soutien en visibilité : curation, éditorialisation, mise en avant des contenus sélectionnés via l'algorithme et via son espace médiatique, en tant qu'éditeur en poussant les vidéos directement sur la plateforme ou sur la chaîne YouTube France³²⁴ si elle est pérennisée.
 - Valorisation symbolique avec un prix engagé pour la santé mentale spécifique, intégré ou sur le modèle des YouTube Awards ?
 - Certifications/Labels pour les chaînes identifiées comme compétentes, celles des professionnels de santé mentale et éventuellement celles de certains vulgarisateurs adoub  s par les premiers.
- Poursuivre ses dispositifs éditoriaux de mise en échos de ces contenus : depuis le Covid-19, Une prise de parole publique inédite et qui se veut temporaire de l'entreprise sur sa propre plateforme avec la chaîne YouTube France³²⁵.
- Prendre en charge la santé mentale des youtubeurs en leur mettant par exemple des thérapeutes à disposition.
- Proposer des espaces gracieux pour les publicités d'intérêt général, qui sont consommées comme un contenu vidéo à part entière sur la plateforme, en lien avec la régie publicitaire.
- Mettre ses engagements par écrit et initier une démarche collective sectorielle pour encourager les autres plateformes à faire de même, à l'image de l'  Alliance pour mieux protéger les mineurs en ligne  , plateforme collaborative lancée le 7 février 2017 avec 22 entreprises des technologies de l'information et de la communication et des médias.

³²³   Les YouTube Spaces   proposent des programmes intensifs de formation via des ateliers pratiques, des cours ainsi que des conférences, et mettent à disposition des équipements haut de gamme ainsi que l'assistance d'experts dans un but explicite de p  renniation de l'activité professionnelle des internautes.à

³²⁴ à propos :   Cha  ne temporaire d'information et de ressources pendant la période du COVID-19  . YouTube France est un dispositif éditorial inédit créé l'occasion du Covid-19 qui se veut temporaire et valorise des contenus d'utilisateurs sur différentes thématiques sous la forme de playlists, entre art, sport, musique, cuisine, yoga et relaxation, gaming, et avec des thématiques plus engagées comme la lutte contre les discriminations raciales et l'  cologie.

³²⁵ YouTube France, *YouTube.com*, <<https://www.youtube.com/user/YouTubeFrance>>

De nombreuses causes pourraient faire l'objet de ce type de traitement. Qui peut-il juger de celles qui sont prioritaires sur les autres ? Personne, et ce n'est pas la question car nous sommes dans une logique de convergence des luttes. Comme évoqué au début du mémoire, la santé mentale est au cœur du quotidien d'absolument tout le monde. Il est donc légitime d'y accorder une grande importance.

B. Institutions publiques

- Favoriser la psycho-éducation en classe, sur Internet, dans les médias publics, et l'autonomisation des jeunes utilisateurs comme l'invite Hana Nafa (Les Gracieuses) : « je trouve qu'on devrait beaucoup plus éduquer la population à la santé et à la santé mentale plus particulièrement. » Alerter notamment sur les dangers de l'autodiagnostic.
- Améliorer et développer l'éducation aux médias par ces mêmes biais, notamment sous le prisme de la santé mentale :
 - Propos intéressants de la chercheuse Geneviève Jacquinot-Delaunay à cet égard : « Depuis quelques années, de grands changements sont intervenus qui rendent encore plus urgente cette mobilisation en faveur de l'éducation aux médias [tels que] l'accélération des évolutions technologiques au service d'une communication interactive offrant des potentialités de démocratisation. [...] Si les outils numériques sont familiers aux jeunes, cela ne veut pas dire pour autant ni qu'ils en comprennent la complexité, ni qu'ils en utilisent aisément et avec pertinence toutes les possibilités. Rappelons aussi les inégalités d'accès aux médias et aux services qu'ils peuvent rendre. [...] L'école reste un lieu privilégié pour tenter d'atténuer ces inégalités. Elle peut permettre de développer non seulement une pratique instrumentale mais surtout un usage raisonné et une culture critique des écrans et des réseaux qui constituent l'environnement du XXI^e siècle. »³²⁶
 - Responsabiliser les jeunes internautes sur leur consommation de contenu en ligne, les inviter à se questionner, prendre du recul face aux contenus qu'ils peuvent visionner et aux conseils qu'ils peuvent recevoir, à cibler, analyser, faire preuve de regard critique, sans virer immédiatement à l'ipsedixistime³²⁷. Ce que conforme le youtubeur Cyrus North : « Il faut qu'on arrive à éduquer l'audience pour qu'elle soit plus consciente de ce qu'elle fait, regarde, puisse maintenir une distance si nécessaire. »
 - Agir dans la lignée du "Safer Internet Program" « qui vise à protéger et à autonomiser les enfants et les adolescents lorsqu'ils naviguent sur internet, mais également à lutter contre les contenus et comportements illicites et préjudiciables en ligne » avec des « actions visant à promouvoir un environnement en ligne plus sûr et des campagnes de sensibilisation reposant

³²⁶ Jacquinot-Delaunay, Geneviève, « "On ne naît pas internaute, on le devient ..." », *Hermès, La Revue* 2011/1 (n° 59), pages 75 et 76, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-75.htm>>

³²⁷ Considérer comme vrais les propos de ceux auxquels, à tort ou à raison, on accorde une certaine autorité, quoi qu'ils disent, en laissant en sommeil notre esprit critique.

sur des principes d'autorégulation. »³²⁸ Il existe un Safer Internet Day³²⁹ qui a lieu tous les 11 février. L'un d'entre eux pourrait par exemple être dédié à la santé mentale.

- Encourager le visionnage et le partage de contenus qualitatifs et positifs pour leur bien-être.
- Proposer un encadrement pour les jeunes qui souhaiteraient s'exprimer sur Internet.
- Former à la compréhension des logiques algorithmiques : « Les utilisateurs peuvent prendre conscience qu'ils sont enfermés dans un système algorithmique qui ne leur montre que certains contenus, en fonction de ce qu'ils consomment. Ensuite, casser cette dynamique ! »³³⁰
- Encourager les utilisateurs à accéder à des contenus qui « diffèrent de leurs propres abonnements » et à « sortir de leur zone de confort en matière de visionnage »³³¹.
- Créer un statut de travailleur spécifique pour les youtubeurs avec un cadre et une protection sociale pour les sortir du précarité et préserver leur santé mentale.
- Nouer des partenariats avec des youtubeurs en vue de créer des contenus spécifiques :
 - Demos Kratos serait par exemple partant pour faire une vidéo sur la santé mentale des youtubeurs en partenariat avec une institution telle que le Ministère de la Santé qui sponsorise la production du contenu et donne une liberté totale sur le traitement du sujet, quitte à se faire aider par une personne de l'organisation qui ait des connaissances et compétences dans le domaine.
 - En septembre 2020, Santé Publique France noue un partenariat (rémunéré) avec Konbini en produisant une vidéo avec les youtubeurs Bilal Hassani et Léna Situations autour de la consommation d'alcool dans un but de prévention. On y voit les deux amis échanger dans un format interview interactif à la façon jeu vidéo, montrant que les institutions, si elles sont bien entourées, sont tout à fait en mesure de reprendre les codes des jeunes pour parler de causes qui les touchent, sans avoir un discours à la "Boomer to Gen Z".

C. Établissements et professionnels de santé et associations concernées

- Affirmer la position qu'il n'y a plus de distinction entre virtuel et réel et qu'il est important d'accompagner les malades sur tous les plans, avec ces nouveaux leviers d'interactions et de communication.
- Encadrer et soutenir les formes de pair-aidance présentes sur YouTube.
- Proposer des approches et des outils pour intégrer leur activité dans ce processus.

D. Médias

³²⁸ Observatoire Européen de l'Audiovisuel, « Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos », *Council of Europe.int*, *op. cit.*

³²⁹ Safer Internet France, <<https://www.saferinternet.fr/>>

³³⁰ Interview de Camier Théron, Marie, dans Maillé, Pablo, "La Colère des Internettes", *Télérama*, N°3676 du 27 juin au 3 juillet, p.15

³³¹ *Idem.*

Des processus éditoriaux, une réflexivité poussée dans la recherche et production de contenus, des espaces plus fermés, plus contrôlés, réglés et normés. Les médias, de par leur statut organisationnel, incarnent une instance d'énonciation légitimée et légitimante. En dépassant leurs préjugés sur les influenceurs, qu'ils ont longtemps ignorés et souvent méprisés³³², ils pourraient utiliser cette position pour appuyer leurs contenus sur la santé mentale, les relayant, les hébergeant. Certes, certains donnent de plus en plus de place aux témoignages. Mais l'intérêt des influenceurs est que ce sont des personnes qui se donnent la parole eux-mêmes, sans avoir à passer par un intermédiaire plus institutionnel, une sélection et des contraintes quasi certaines. Ces approches complémentaires seraient intéressantes à associer.

E. Entreprises et marques

- Prendre position publiquement si le discours est cohérent avec leur stratégie et leurs engagements sociétaux (discours, activité, pratiques et actions), soutenir, promouvoir et valoriser les contenus.
- Co-crée et/ou sponsoriser des vidéos.
- Proposer des partenariats rémunérés à des youtubeurs sur le sujet.

Une recommandation qui concerne tous les acteurs, serait le fait d'œuvrer main dans la main pour la création d'une plateforme indépendante, adaptée et attractive pour les jeunes qui centralise et promeut les chaînes et vidéos parlant positivement de santé mentale. À l'image de l'outil de recherche "Internettes Explorer"³³³, répertoire de YouTubeuses qui permet de visibiliser les créatrices de contenu sur la plateforme.

Mais au-delà de la mise en place de ces actions, peut-être faudrait-il voir encore plus loin et remettre en question notre modèle sociétal ? Une ubérisation de la vie, du travail, qui crée du mal-être et des troubles mentaux, comme le résume bien Julien Malara (Demos Kratos) : « c'est toujours la même question : pourquoi t'es mal dans ta peau ? Très souvent car la société autour de toi t'exploite ou te rend malheureux. Très rarement car toi tu as choisi de l'être. Donc c'est une question de changement de société plus que de changement d'une fonctionnalité sur YouTube. »

³³² Cardon, Dominique, « Comment devenir célèbre sur le web ? », *SciencesHumainesMagazine.com*, art. cit.

³³³ Les Internettes, <<https://www.lesinternettes.com/internettes-explorer>>

CONCLUSION

L'influence peut permettre d'éveiller les consciences de nos contemporains, de leur montrer qu'il n'y a pas une voie unique, que rien n'est perdu si nous savons nous extraire de la gangue de nos certitudes pour, à nouveau, jeter un regard lucide sur le monde.³³⁴

En quoi les influenceurs francophones sur YouTube participent-ils aux processus de démocratisation de la santé mentale et de communication autour des soins thérapeutiques chez les jeunes Français ? Pour répondre à cette problématique, nous avons soulevé de nombreuses questions, répondant à certaines d'entre elles, en laissant d'autre en suspens. D'après Gustavo Gomez-Mejia, le réseau social recouvre à la fois du personnel et du technique, ce qui n'est pas sans rappeler le plan de notre mémoire : une première partie centrée sur les individus et leurs interactions, une deuxième davantage sur l'outil technologique qui permet leur existence, mettant en avant leur « lien d'appartenance au document technique »³³⁵ qu'est YouTube. Nous avons établi trois hypothèses principales qui se sont vues confirmées, avec plus ou moins de nuance.

Oui, il existe des discours sur la santé mentale sur YouTube qui participent aux processus de démocratisation de la santé mentale et de communication autour des soins thérapeutiques auprès des jeunes. Nous avons montré qu'il y a une multitude de manières d'aborder le sujet - dessinant les contours d'une typologie de youtubeurs et de contenus -, et que celle-ci est nécessaire pour toucher largement les jeunes (il en faut pour tous les goûts !). Ces contenus sont globalement attendus et plaisent, procurant majoritairement du bien-être à ceux qui les visionnent, faisant parfois lieu de thérapie à part entière. Mais des limites freinent parfois ce processus et des dérives existent, avec des impacts qui peuvent être plus ou moins problématiques.

Oui, les jeunes utilisateurs constituant l'audience participent également - mais différemment - à ce processus d'influence. Nous avons revu la notion de contrat de lecture d'Eliséo Véron³³⁶ - avec l'entité émettrice, l'entité réceptrice et le rapport entre les deux -, en contrat de conversation entre le youtubeur et son audience : une relation conversationnelle construite conjointement avec l'audience qui participe à la création des contenus, à leur conscription. Cela nous a permis de montrer en quoi les dispositifs de communication étudiés profitent à la santé mentale de tous les jeunes utilisateurs, des youtubeurs comme des vidéonautes, catégories qui, nous l'avons vu, se confondent. Dans sa vidéo sur les pensées suicidaires, la youtubeuse La Carologie s'exprime ainsi avec émotion : « merci Internet de donner l'occasion à certaines personnes d'aller sur des forums, d'être dans des groupes de discussion, d'être sur des pages, de regarder des vidéos. [...] Franchement Internet c'est un bon moyen de se sentir moins seul, d'avoir l'impression que tout n'est pas perdu et d'éventuellement parler à des gens. Parfois c'est plus simple de parler à un pseudo, quelqu'un dont on ne connaît même pas le visage ni le nom, de façon anonyme, que de parler à un proche. »

³³⁴ Comes Communication, « Stratégies d'influence, le décryptage d'Alain Juillet », *Communication & Influence.com*, newsletter hors-série N°1, juin 2009, <www.comes-communication.com/files/newsletter/Communication&Influencehorsseriejuin09_Bruno_Racouchot.pdf>

³³⁵ Richeux, Marie, « Épisode 3 : Les fabriques de soi sur le net » avec Gustavo Gomez-Mejia, *FranceCulture.fr*, art. cit.

³³⁶ Granier, Jean-Maxence, « Du Contrat de Lecture au Contrat de Conversation », art. cit.

Oui, ce contenu s'inscrit dans un cadre économique, technologique et législatif limitatif, celui de YouTube, qui permet la bonne réalisation de ce processus autant qu'il l'entrave, répondant souvent plus à des objectifs de rentabilité que d'intérêt général. La question de la santé mentale sur YouTube, comme sur les autres plateformes socionumériques, est à double face. Source de risques et dangers – car propice au cyberharcèlement, à la dépendance aux écrans ou à la manipulation de données personnelles – influant négativement sur la santé mentale des jeunes, la plateforme permet en même temps de l'améliorer, en tant qu'un espace de libération de la parole, d'écoute, de partage qui favorise un mieux-être.

Puisque la santé publique est une discipline qui vise à mettre en place des actions en vue d'améliorer la santé de la population comme la prévention, on peut avancer que YouTube est un instrument de santé publique.

Nous avons relevé l'intérêt, voire la nécessité, de mêler psychologie et sociologie, d'envisager la santé mentale comme une question plus globale, politique. Une réflexion qui est revenue à plusieurs reprises dans notre écrit, apparaissant dès l'introduction et se voyant confirmée par les auteurs et youtubeurs tels que Hana Nafa (Les Gracieuses) ou Demos Kratos : « la santé mentale n'est pas juste quelque chose qu'on peut régler avec des médicaments, il faut changer la société pour que les gens soient en meilleure santé mentale. »

Enfin, nous avons fait émerger quelques préconisations pour favoriser le processus étudié, décrivant de grandes orientations stratégiques incitant les acteurs à s'associer, à diversifier leurs modes opératoires et à dépasser les seules mesures de régulation. Puis nous avons adressé des recommandations aux créateurs de contenu sur YouTube, à l'entreprise YouTube et enfin aux organisations susceptibles d'avoir un impact sur la question.

Les crises ont le pouvoir de cristalliser les souffrances et dévoiler des mal-être plus profonds en augmentant les risques psychiques et psychologiques. La pandémie de Covid-19 a permis de mettre le sujet de la santé mentale davantage au cœur du débat. Espérons que cela perdure au-delà des crises et que tous les acteurs se mobilisent ensemble pour un bien-être individuel et collectif et pour une société saine et bienveillante.

Pour prolonger les perspectives de ce travail, voici quelques pistes de recherche que nous jugeons très intéressantes. Notre sujet pourrait tout d'abord être traité sous le prisme d'un autre champ des sciences humaines tel que la sociologie - comme par exemple les études de genre -, l'anthropologie, la psychologie ou la philosophie. Il pourrait également être centré uniquement sur les thérapeutes youtubeurs, être envisagé avec des contenus non francophones ou adressés à d'autres publics que les jeunes. Instagram, Snapchat, TikTok ou Twitch, ce ne sont pas les plateformes et contenus qui manquent pour analyser le sujet autrement. Une approche plus prospectiviste liée aux évolutions sociétales et dans un contexte de Covid-19 serait aussi pertinente. À l'heure de la dématérialisation, phénomène accentué par la crise du Covid-19, où il est désormais plus que jamais possible d'accéder aux soins à distance et où le futur de la médecine est technologique, se dirige-t-on vers une déshumanisation des processus de soins ? Cela permettrait notamment de s'interroger sur les nouvelles formes de thérapies qui reposent sur les outils numériques. Parmi ceux-ci, les serious games : des jeux vidéo pour se sentir bien ? Bien que les jeux vidéo soient officiellement reconnus comme addictifs, ces

“jeux sérieux” souvent gratuits combinent « une intention “sérieuse” - de type pédagogique, informative, communicationnelle, marketing, idéologique ou d’entraînement - avec des ressorts ludiques. »³³⁷ Ils ont une double fonction utilitaire et de divertissement avec l’objectif de faire passer un message informatif, publicitaire ou de sensibilisation de manière attractive et ludique.³³⁸ Ces jeux informent, sensibilisent, dénoncent des abus et défendent des causes. Dans le domaine de la santé, les serious games sont souvent utilisés pour informer et rassurer les patients et leurs proches. Différents types de structures y ont recours et les conçoivent avec l’aide d’experts. Le marché du serious game est en plein essor et se professionnalise de plus en plus, notamment grâce aux progrès technologiques et à l’intérêt grandissant porté aux méthodes d’information, d’éducation et de sensibilisation alternatives. Ce concept émergent prend rapidement de l’ampleur en raison de ses divers avantages, vis-à-vis des coûts financiers réduits comme des résultats. Des applications thérapeutiques de serious games existent dans le domaine de la psychiatrie³³⁹, aidant à sortir de la dépression³⁴⁰ ou à réduire l’anxiété³⁴¹. Un sujet stimulant qu’il conviendrait d’explorer.

Les limites de notre travail sont nombreuses. Après avoir souligné sa dimension subjective en introduction, nous pouvons évoquer l’impression d’un manque de recul et de prise de hauteur. Le temps imparti pour la réalisation de notre écrit, en parallèle de l’alternance, a notamment participé à réduire la profondeur de notre analyse. À la fois trop ambitieux et pourtant loin d’être exhaustif, notre travail a reposé sur une sélection de ressources restreinte. Il était nécessaire de faire des choix, et bien qu’ayant cherché la meilleure représentativité possible, nous n’avons pas pu traiter l’ensemble de notre sujet. La nature de notre objet d’étude, en mouvement perpétuel, a rendu malaisée la délimitation d’une fin de recherche, des contenus toujours plus intéressants et au cœur de notre sujet étant diffusés jour après jour. Notre approche est donc plus superficielle que ce que nous aurions souhaité. Notre profil professionnel et notre bagage théorique en SIC plutôt léger ont été sources de difficultés pour proposer des analyses sémiotiques réellement approfondies. Même si nous avons acquis de nombreuses connaissances dans le domaine de la santé mentale et sur les mécanismes propres à la plateforme YouTube, notre “expertise” – si on peut la nommer ainsi - reste immensément réduite. Certains points d’analyse et préconisations pourraient s’avérer évidents, hors de propos ou impossibles à mettre en place, pour qui a connaissance de tous les enjeux et des pratiques concrètes. Nous espérons qu’avoir interrogé des professionnels de santé et des youtubeurs aura permis de pallier ne serait-ce qu’un peu cela. Afin de proposer un travail plus qualitatif et abouti, il aurait pu être envisagé de réduire encore le champ de notre recherche. Notre approche méthodologique aurait également pu être grandement améliorée pour aller davantage à l’essentiel et optimiser notre réflexivité et productivité.

³³⁷ « Jeu sérieux », *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Jeu_s%C3%A9rieux>

³³⁸ « À propos », *LeBlogSeriousGame.be*, <<http://blog.seriousgame.be/a-propos-2>>

³³⁹ Anonyme, « Le serious game, applications thérapeutiques en psychiatrie », *Psycom.org*, 08/04/2016, <<http://www.psycom.org/Actualites/E-Sante/Article-Le-serious-game-applications-therapeutiques-en-psychiatrie>>

³⁴⁰ Anonyme, « Comment les jeux video aident à sortir de la depression », *GoodGame.CanalPlus.com*, 29/03/2019, <<https://goodgame.canalplus.com/articles/gaming/comment-les-jeux-video-aident-a-sortir-de-la-depression?fbclid=IwAR29shcE3VxiXXJFrSScTsn72Sf4ISvb2AaMGvHqSWugtMUZuTLcEsODIvs>>

³⁴¹ Parker, Laura, « Depressed and Anxious? These Video Games Want to Help », *NewYorkTimes.com*, 24/03/2019, <<https://www.nytimes.com/2019/03/24/technology/personaltech/depression-anxiety-video-games.html>>

Néanmoins, ce document est le fruit d'un cheminement réflexif qui nous a fait grandir et mûrir tant personnellement que professionnellement – peut-on vraiment dissocier les deux ? -, nous permettant d'acquérir une approche des SIC, théories, méthodes et manière d'appréhender les choses universitaires, que nous n'avions pas. Nous avons pris plaisir à approfondir des réflexions déjà engagées depuis longtemps, à prêter attention puis à analyser chaque jour les contenus audiovisuels et interactions qui en découlent, ainsi qu'à nous entretenir avec des professionnels du Web et de la santé. En plus d'avoir mieux compris comment YouTube et les influenceurs ont impacté notre vie en améliorant notre santé mentale, nous avons le sentiment d'avoir pu comprendre certains mécanismes propres à notre monde contemporain et pris un peu de hauteur sur celui-ci, sur notre quotidien, sur notre vie. Nous avions nos a priori, nos idées reçues, et ce travail nous a permis de nous forger un avis plus éclairé sur la question, de les dépasser pour mieux l'appréhender. Dans son article « On ne naît pas internaute, on le devient... », la chercheuse Geneviève Jacquinet-Delaunay invitait à être « conscient des possibilités offertes et des dérives induites par l'environnement médiatique de son époque » et à prendre garde aux « utopies de démocratisation »³⁴² concédées aux médias sociaux. C'est ce que ce travail nous a apporté : de la conscience toute en nuance, une meilleure capacité à nous distancier du contenu regardé au regard de la position d'influence du youtubeur.

Nous ne pouvons qu'espérer que notre travail de recherche permettra de réaliser son objectif d'intérêt général et participer un tant soit peu au processus qu'il traite, à savoir mieux démocratiser et communiquer la santé mentale auprès des jeunes grâce à Internet et ainsi participer à leur bien-être psychique et leur inclusion sociale.

Nous avons mis en avant la nécessité d'une collaboration entre les acteurs publics et privés et émis l'ambition d'une participation citoyenne active à la prise de décisions afin de favoriser les interactions entre toutes les parties prenantes et leur permettre d'agir positivement ensemble.

Même si la santé mentale des jeunes a dernièrement beaucoup reposé entre les mains d'organisations, nous avons tâché de mettre en lumière l'influence citoyenne et il nous semble important d'évoquer ici l'enjeu de la participation des personnes à leur propre destin. « Tout ce qui est fait pour moi, sans moi, est fait contre moi », disaient Gandhi et Nelson Mandela. En France et ailleurs, de plus en plus de voix s'élèvent pour constater les limites des politiques lorsqu'elles sont entreprises sans concertation avec les personnes concernées. Pourquoi influencer si nous pouvons travailler avec et contribuer ensemble au changement pour faire évoluer positivement la société et les êtres qui la composent ?

Nous nous autorisons à rêver l'utopie d'un monde où chacun est sain. Car quand on est bien avec soi-même, on est bien dans son environnement et avec les êtres qui l'habitent. Quand on est heureux, on veut partager son bonheur.

³⁴² Jacquinet-Delaunay, Geneviève, « “On ne naît pas internaute, on le devient...” », *Hermès, La Revue*, art. cit.

Nous terminerons ce second mémoire sur cette citation de Margaret Mead, étendard de notre autre UTOPIES : « Ne doutez jamais qu'un petit groupe d'individus conscients et engagés puisse changer le monde. » J'influence, tu m'influences, nous vous influençons... Et s'il était possible de se sentir bien ensemble ?

RESSOURCES BIBLIOGRAPHIQUES

PRINT

Livre

Davenport, T. H. et Beck, J. C. *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*, Harvard Business School Press, 2001, 255 p.

Thèse

Mariau, Bérénice, *Écrire le fait divers à la télévision, La rhétorique émotionnelle du drame personnel au journal télévisé de TF1*, thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication sous la direction d'Emmanuel SOUCHIER, Université Paris-Sorbonne, CELSA, 2014, 516 p. (voir pdf téléchargé) voir comment elle itw les journalistes

Presse

Interview de Camier Théron, Marie, dans Maillé, Pablo, "La Colère des Internettes", *Télérama*, N°3676 du 27 juin au 3 juillet, p.15

« Liberté », Le 1, N°305, 14 juillet 2020

WEB

Articles scientifiques

Adenot, Pauline, « Les pro-am de la vulgarisation scientifique : de la co-construction de l'ethos de l'expert en régime numérique », *Itinéraires*, 2016, <<http://itineraires.revues.org/3013>>

Anonyme, « Nos vies numériques », *Sciences Humaines Magazine*, 2011 (n° 229), p 10, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/magazine-sciences-humaines-2011-9-page-10.htm>>

Arbuthnott, Alexis E, Heath, Nancy L, Lewis, Stephen P et Sornberger, Michael J, « Helpful or Harmful? An Examination of Viewers' Responses to Nonsuicidal Self-Injury Videos on YouTube », *Journal of Adolescent Health*, 2012, <<http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=f913740f-a287-419e-a4ad-a938417feed7%40sessionmgr103&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHN0aWIsdWlkJmxhbmc9ZnImc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=edscal.26394639&db=edscal>>

Barrand, Anne, Broudoux, Évelyne, Cavalier, François, Chartron, Ghislaine, Giusti, Aurélia, Jeanguenin, Jeremy, Moreau, François et Tremblay, Jean-Marie, « Transformation numérique des réseaux », *Documentaliste-Sciences de l'Information* 2013/2 (Vol. 50), pages 46 à 59, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2013-2-page-46.htm>>

Baudry, Paul, Demay, Amélie et Vinel, Margaux, « La youtubeuse : une figure féminine médiatique », *Effeuillage-La-Revue.fr*, <<https://effeuillage-la-revue.fr/portfolio-item/la-youtubeuse-une-figure-feminine-mediatique/>>

Benghozi, Pierre-Jean, « Économie numérique et industries de contenu : un nouveau paradigme pour les réseaux », *Hermès, La Revue* 2011/1 (n° 59), pages 31 à 37, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-31.htm>>

Beuscart, Jean-Samuel et Flichy, Patrice, « Plateformes numériques », numéro 212, *Réseaux*, juin 2018, p. 9 à 22, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-reseaux-2018-6-page-9.htm>>

Bullich, Vincent, « Régulation des pratiques amateurs et accompagnement de la professionnalisation : la stratégie de YouTube dans la course aux contenus exclusifs », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°16, 2015, <<https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2015/supplement-b/02-regulation-des-pratiques-amateurs-et-accompagnement-de-la-professionnalisation-la-strategie-de-youtube-dans-la-course-aux-contenus-exclusifs/>>

Burgess, Jean et Green, Joshua, *YouTube: Online Video and Participatory Culture*, Polity Press-John Wiley & Sons, Cambridge, 2013
Book review partielle : <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15405700903502312>

Cardon, Dominique, « Présentation », *Réseaux*, 2013, N° 177, p. 9 à 21, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-reseaux-2013-1-page-9.htm>>

Carlón, Mario, traduction Gomez-Mejia, Gustavo et Cortinovis, Odile, « Sur les pas de Verón... Une approche des nouvelles conditions de circulation du sens à l'ère contemporaine », *Communication & langages*, Numéro 196, février 2018, p. 99 à 120, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages-2018-2-page-99.htm?contenu=resume>>

Casilli, Antonio et Tubaro, Paola, résumé d'« Enjeux sociaux des Big Data », *HAL.Archives.Ouvertes*, 04/02/2017, <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01456369>>

Casilli, Antonio, « Le lien social à l'ère du web 2.0 », <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01055880/document>>

Casilli, Antonio, « Usages numériques en santé : conflictualité épistémique et sociale dans les communautés de patients en ligne », *HAL.Archives.Ouvertes*, 05.02.2012, <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00666614>>

Casilli, Antonio, « Trois idées reçues sur Internet », *Sciences Humaines Magazine*, 2011 (n° 229), p. 11, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/magazine-sciences-humaines-2011-9-page-11.htm>>

Chapelain, Brigitte, « Le technolibéralisme nous conduit à un “avenir régressif” », *Hermès, la Revue*, 2018, N° 80, p. 255 à 258, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2018-1-page-255.htm>>

Debien, C. et Marcaggi, G., « Le Psylab : des psychiatres 2.0 », dans HS1 - Congrès Français de Psychiatrie en 2015, *European Psychiatry*, November 2015, <<http://eds.b.ebscohost.com/accesdistant.sorbonne-universite.fr/eds/detail/detail?vid=9&sid=dfba80a9-4e52-4831-8e99-0ab643a0cade%40sessionmgr101&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHN0aWIsdWlkJmxhbmc9ZnImc2l0ZT11ZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=S0924933815004666&db=edselp>>

Dufrasne, Marie et Patriarche, Geoffroy, « Penser la diversité des pratiques médiatiques. Le réseau comme catégorie conceptuelle pour la recherche sur les audiences et les publics », *Réseaux*, 2014, N° 187, p. 195 à 232, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-reseaux-2014-5-page-195.htm>>

Ertzscheid, Olivier, *L'appétit des géants. Pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes*, Caen, C&F éditions, 2017, <https://cfeditions.com/geants/ressources/geants_specimen.pdf>

Frau-Meigs, Divina, « Les youtubeurs : les nouveaux influenceurs ! », Nectart, Numéro 5, 2017, p. 126 à 136, *Cairn.Info*, <<https://www.cairn.info/revue-nectart-2017-2-page-126.htm#>>

Georges, Fanny, « Les composantes de l'identité dans le web 2.0, une étude sémiotique et statistique. Hypostase de l'immédiateté », *HALArchives-Ouvertes.fr*, 18/08/2017, <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00332770v2/document#:~:text=A%20la%20diff%C3%A9rence%20de%20l,produit%20imm%C3%A9diat%20de%20son%20activit%C3%A9.>>

Granier, Jean-Maxence, « Du Contrat de Lecture au Contrat de Conversation », 2011, <<https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2011-3-page-51.htm#>>

Granjon, Fabien, « Du (dé)contrôle de l'exposition de soi sur les sites de réseaux sociaux », *Les Cahiers du numérique*, 2014/1 (Vol. 10), pages 19 à 44, Cairn.info, <<https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2014-1-page-19.htm#>>

Halpern, Catherine, « Une réinvention du lien social », *Sciences Humaines Magazine.com*, 2010 (n° 220), <https://www.scienceshumaines.com/une-reinvention-du-lien-social_fr_26155.html#>

Jacquinet-Delaunay, Geneviève, « “On ne naît pas internaute, on le devient ...” », *Hermès, La Revue* 2011/1 (n° 59), pages 75 et 76, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-75.htm#>>

Kelman, Herbert, « Compliance, identification and internalization: Three processes of attitude change », *Journal of Conflict Resolution*, 1958, 10 p., <https://scholar.harvard.edu/files/hckelman/files/Compliance_identification_and_internalization.pdf#>

Lézé, Samuel, « Antonio Casilli, Paola Tubaro, Le phénomène « pro-ana ». Troubles alimentaires et réseaux sociaux », *JournalsOpenEdition.org*, 2017, <<http://journals.openedition.org/lectures/23975#>>

López, Marcelino, « Moyens de communication, stigmatisation et discrimination en santé mentale : éléments pour une stratégie raisonnable », *L'Information Psychiatrique*, Volume 83, 2007, p. 793 à 799, *Cairn.Info*, <<https://www.cairn.info/revue-l-information-psychiatrique-2007-10-page-793.htm#>>

Marchand, Valérie, « La silicolonisation du monde : l'irrésistible expansion du libéralisme numérique d'Éric Sadin, Editions de l'Echappée, octobre 2016 », *Humanites-Numeriques.AC-Versailles.fr*, 18/04/2019, <<https://humanites-numeriques.ac-versailles.fr/spip.php?article46#>>

Entretien de Sadin, Éric, réalisé par Marissal, Pierrick, « Le techno-capitalisme cherche à exploiter chaque séquence de l'existence », *Sociétés*, Mars 2015, N° 129, p. 73 à 77, *Cairn.Info*, <<https://www.cairn.info/revue-societes-2015-3-page-73.htm#>>

Pierre, Julien, « Génétique de l'identité numérique. Sources et enjeux des processus associés à l'identité numérique », *Les Cahiers du numérique*, 2011/1 (Vol. 7), 2011 (n° 229), p. 15 à 29, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2011-1-page-15.htm#>>

Snickars, Pelle et Vonderau, Patrick, « The YouTube Reader », Stockholm, 2009, *KB.se*, <http://www.kb.se/Dokument/Aktuellt/YouTube_Reader_Inledning.pdf#>

Stenger, Thomas, et Coutant, Alexandre, « Introduction », *Hermès, La Revue* 2011/1 (n° 59), pages 9 à 17, *Cairn.info*, <<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-1-page-9.htm#>>

Blog

Anonyme, « Instagram Marketing: Does Influencer Size Matter? », *Markerly.com*, <<https://markerly.com/blog/instagram-marketing-does-influencer-size-matter/>>

LeBlogSeriousGame.be, <<http://blog.seriousgame.be/a-propos-2>>

Twitch, « Streamers, help us spread Mental Health awareness this month », *Blog.Twitch.TV*, 01/05/2018, <<https://blog.twitch.tv/en/2018/05/01/streamers-help-us-spread-mental-health-awareness-this-month-ed0607dd5df/>>

Twitch, « The importance of mental health for every streamer », *Blog.Twitch.TV*, 30/04/2019, <<https://blog.twitch.tv/en/2019/04/30/the-importance-of-mental-health-for-every-streamer-9db0346f6a4a/>>

Encyclopédies en ligne

« Accès », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/acc%C3%A8s/420#:~:text=Possibilit%C3%A9%20pour%20quelque%20chose%20d,de%20l'immeuble%20sont%20gard%C3%A9s.>>>

« Algorithme », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/algorithme/2238>>

« Communauté », *DéfinitionsMarketing.com*, <www.definitions-marketing.com/definition/communaute/>

« Convergence des luttes », *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Convergence_des_luttes#:~:text=La%20convergence%20des%20luttes%20est%20social%20commun%20des%20luttes%20diff%C3%A9rentes.>>

« Démocratiser », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/d%C3%A9mocratiser/23433>>

« Développement personnel », *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9veloppement_personnel#:~:text=Le%20d%C3%A9veloppement%20personnel%20est%20un,aspirations%20et%20de%20ses%20r%C3%AAs.>>

« Disclaimer », *Cambridge-Dictionary.org*, <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/disclaimer>>

« Dropshipping », *DéfinitionsMarketing.com*, <<https://www.definitions-marketing.com/definition/dropshipping/>>

« Identification (psychanalyse) », *Wikipédia.org*, <[https://fr.wikipedia.org/wiki/Identification_\(psychanalyse\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Identification_(psychanalyse))>

« Influence », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/influence/42976>>

« Influence sociale », *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Influence_sociale>

« Influenceurs », *Wikipédia.org*, <<https://fr.wikipedia.org/wiki/Influenceur>>

« Jeu sérieux », *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Jeu_s%C3%A9rieux>

« Loi contre les contenus haineux sur Internet », *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Loi_contre_les_contenus_haineux_sur_internet>

« Média », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/m%C3%A9dia/50085>>

« Plateforme », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/plateforme/61532>>

« Psychophobie », *Wikipédia.org*, <<https://fr.wikipedia.org/wiki/Psychophobie>>

« Service », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/service/72393>>

« Soins », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/soins/73237>>

« Tabou », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/tabou/76319>>

« Thérapie », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/th%C3%A9rapie/77751>>

« Ubérisation », *Larousse.fr*, <<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/ub%C3%A9risation/188213>>

« YouTube », *Wikipedia.org*, <<https://fr.wikipedia.org/wiki/YouTube>>

Études et rapports

CSA, « Pourquoi et comment le CSA a réalisé une étude sur l'un des algorithmes de recommandations de YouTube », *CSA.fr*, 12/11/2019, <<https://www.csa.fr/Informer/Toutes-les-actualites/Actualites/Pourquoi-et-comment-le-CSA-a-realise-une-etude-sur-l-un-des-algorithmes-de-recommandations-de-YouTube>>

Data & Society, « ALTERNATIVE INFLUENCE, Broadcasting the Reactionary Right on YouTube », *DataSociety.net*, 18/09/2018, <<https://datasociety.net/library/alternative-influence/>>

Morton Deutsch et Harold Benjamin Gerard, « A study of normative and informational social influences upon individual judgment », *Journal of Abnormal Psychology*, American Psychological Association, volume 51, numéro 3, novembre 1955, p. 629-636 cité dans Anonyme, *Wikipédia.org*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Influence_sociale>

Observatoire Européen de l'Audiovisuel, « Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos », *Council of Europe.int*, 2018, <<https://rm.coe.int/le-cadre-juridique-relatif-aux-plateformes-de-partage-de-vidéos/16808b05ef>>

UTOPIES, « Observatoire des Marques Positives », *Utopies.com*, <<https://www.utopies.com/observatoire-des-marques-positives-2/>>

Médias

AFP, « Séries, immersions et hashtags: parler des troubles mentaux aux jeunes », *LaDepeche.fr*, 10/10/2019, <<https://www.google.fr/amp/s/www.ladepeche.fr/amp/2019/10/10/series-immersions-et-hashtags-parler-des-troubles-mentaux-aux-jeunes,8471673.php>>

Anonyme, « Comment les jeux video aident à sortir de la depression », *GoodGame.CanalPlus.com*, 29/03/2019, <<https://goodgame.canalplus.com/articles/gaming/comment-les-jeux-video-aident-a-sortir-de-la-depression?fbclid=IwAR29shcE3VxiXXJFrSScTsn72Sf4ISvb2AaMGvHqSWugtMUZuTLcEsODIvs>>

Anonyme, « L'algorithme de recommandation de YouTube critiqué pour sa mise en avant de contenus extrêmes », *LeMonde.fr*, 19/10/2019, <https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/10/16/l-algorithme-de-recommandation-de-youtube-critique-pour-sa-mise-en-avant-de-contenus-extremes_6015784_4408996.html>

Anonyme, « Le serious game, applications thérapeutiques en psychiatrie », *Psycom.org*, 08/04/2016, <<http://www.psycom.org/Actualites/E-Sante/Article-Le-serious-game-applications-therapeutiques-en-psychiatrie>>

Anonyme, « Les excuses timorées de la patronne de YouTube envers la communauté LGBT », *LeMonde.fr*, 11/06/2019, <https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/06/11/les-excuses-timorees-de-la-patronne-de-youtube-envers-la-communaute-lgbtq_5474707_4408996.html>

Baudry, Paul, Demay, Amélie et Vinel, Margaux, « La youtubeuse : une figure féminine médiatique », *Effeuillage-La-Revue.fr*, <<https://effeuillage-la-revue.fr/portfolio-item/la-youtubeuse-une-figure-feminine-mediatique/>>

Beckouche, Pierre, « Les nouveaux territoires du numérique. L'univers digital du sur-mesure de masse », *Éditions Sciences Humaines.com*, janvier 2019, <https://editions.scienceshumaines.com/les-nouveaux-territoires-du-numerique_fr-710.htm>

Belkaab, Omar, « YouTube dévoile son chiffre d'affaires pour la première fois et c'est colossal », *Frandroid.com*, 04/02/2020, <https://www.frandroid.com/android/applications/google-apps/671978_youtube-chiffre-daffaires-devoile-premiere-fois>

Bennett, Chloe, « Inquiétude de santé et dangers d'auto-diagnostic », *News-Medical.net*, 23/08/2018, <[https://www.news-medical.net/health/Health-Anxiety-and-Dangers-of-Self-Diagnosis-\(French\).aspx](https://www.news-medical.net/health/Health-Anxiety-and-Dangers-of-Self-Diagnosis-(French).aspx)>

Bisaillon, Erika, « Réseaux sociaux : les « mésinfluenceurs » et les influenceurs du mieux-être », *L'Exemplaire.com*, 13/01/2020, <<https://www.exemplaire.com.ulaval.ca/reportages/les-mesinfluenceurs-et-les-influenceurs-du-mieux-etre/>>

C., Élodie, « D'Instagram à YouTube : combien coûte une campagne d'influence ? », *LaRéclame.fr*, 31/10/2019, <<https://lareclame.fr/kolsquare-influence-marketing-225954>>

Cardon, Dominique, « Comment devenir célèbre sur le web ? », *SciencesHumainesMagazine.com*, Mensuel N°278, Février 2016, <https://www.scienceshumaines.com/comment-devenir-celebre-sur-le-web_fr_35690.html>

Comes Communication, « Stratégies d'influence, le décryptage d'Alain Juillet », *Communication & Influence.com*, newsletter hors-série N°1, juin 2009, <www.comes-communication.com/files/newsletter/Communication&Influencehorsseriejuin09_Bruno_Racouchot.pdf>

Comes Communication, « Stratégies d'influence, le décryptage de Marie-France Garaud », *Communication & Influence.com*, newsletter hors-série N°4, janvier 2011, <www.comes-communication.com/files/newsletter/Communication&Influence_HS_4_Bruno_Racouchot.pdf>

D., Elliot, « Toutes les nouveautés de Snapchat annoncées au Snap Partner Summit 2020 », *LaRéclame.fr*, 12/06/2020, <<https://lareclame.fr/snap-partner-summit-2020-235418>>

Faure, Léa, « YouTube aura recours à l'intelligence artificielle pour la modération des vidéos », *ItSocial.fr*, 17/03/2020, <<https://itsocial.fr/actualites/youtube-aura-recours-a-lintelligence-artificielle-moderation-vidéos/>>

- Foulon, Sandrine, « Le patron, c'est YouTube ! », *Alternatives Économiques*, 2017, N°367, p.46, <<https://www.cairn.info/magazine-alternatives-economiques-2017-4-page-46.htm>>
- Frau-Meigs, Divina, « Les youtubeurs : les nouveaux influenceurs ! », Nectart, Numéro 5, 2017, p. 126 à 136, *Cairn.Info*, <<https://www.cairn.info/revue-nectart-2017-2-page-126.htm#>>
- Granjon, Fabien, « Le web fait-il les révolutions ? », *SciencesHumainesMagazine.com*, Mensuel N°229, Août - septembre 2011, <https://www.scienceshumaines.com/le-web-fait-il-les-revolutions_fr_27535.html>
- Huot, Alice, « Doit-on vraiment chercher le bonheur à tout prix ? », *L'ADN.eu*, 14/01/2020, <<https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/usages-et-style-de-vie/doit-on-vraiment-etre-heureux/>>
- Huot, Alice, « Les influenceurs ont enfin leur carte de crédit. Et elle dépend de leur nombre de followers. », *L'ADN.eu*, 26/06/2020, <https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/usages-et-style-de-vie/karat-influenceurs-carte-bancaire/?utm_source=newsletter_ladn&utm_medium=email&utm_campaign=news_ladn&utm_content=20200629>
- Jahjah, Marc, « Logiques marchandes et désir de distanciation : l'ambiguïté des youtubeurs », *LaRevueDesMedias.INA.fr*, 06/03/2017, <<https://larevuedesmedias.ina.fr/logiques-marchandes-et-desir-de-distanciation-lambiguite-des-youtubeurs>>
- Kammerer, Béatrice, « Crédibilité des experts : la forme compte », *SciencesHumainesMagazine.com*, Mensuel N°305, Juillet 2018, <https://www.scienceshumaines.com/credibilite-des-experts-la-forme-compte_fr_39783.html>
- Kubiak, Emeric, « Contre la discrimination, mieux vaut structurer que former », *HarvardBusinessReview.fr*, 27/08/2020, <https://www.hbrfrance.fr/chroniques-experts/2020/08/31194-contre-la-discrimination-mieux-vaut-structurer-que-former/#nlref=8a1f7244d33ebe3ffbb030f3c757652c&utm_campaign=20200911&utm_medium=email&utm_source=nl-hbr-mensuelle>
- Le Meur, Alexis, « Facebook compte sur l'IA pour lutter contre les suicides », *Stratégies.fr*, 28/11/2019, <<https://www.strategies.fr/actualites/marques/4002790W/facebook-compte-sur-l-ia-pour-lutter-contre-les-suicides.html>>
- Lellouche, Serge, « La Maladie mentale en mutation Psychiatrie et société », *SciencesHumainesMagazine.com*, Mensuel N°117, Juin 2001, <https://www.scienceshumaines.com/la-maladie-mentale-en-mutation-psychiatrie-et-societe_fr_1442.html>
- Leloup, Damien, « YouTube, Facebook, Twitter : l'échec de la modération », *LeMonde.fr*, 05/06/2019, <https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/06/05/youtube-facebook-twitter-l-echec-de-la-moderation_5471822_4408996.html>
- Mohen-Vincent, Aline, « La santé mentale au-delà des idées reçues », *SciencesHumainesMagazine.com*, Mensuel N°217, Juillet 2010, <https://www.scienceshumaines.com/la-sante-mentale-au-dela-des-idees-recues_fr_25735.html>
- Parker, Laura, « Depressed and Anxious? These Video Games Want to Help », *NewYorkTimes.com*, 24/03/2019, <<https://www.nytimes.com/2019/03/24/technology/personaltech/depression-anxiety-video-games.html>>

Revel, Claude, « La France, un pays sous influences ? », 2012, cité dans Comes Communication, « Influence, lobbying, public diplomacy... la France face aux armes du smart power : le décryptage de Claude Revel », *Communication & Influence.com*, newsletter N°34, juin 2012, <http://www.comes-communication.com/files/newsletter/Communication&Influence_juin%202012_Claude_Revel_Bruno_Raco_uhot.pdf>

Richeux, Marie, « Épisode 3 : Les fabriques de soi sur le net » avec Gustavo Gomez-Mejia, *FranceCulture.fr*, 26/10/2016, <<https://www.franceculture.fr/emissions/les-nouvelles-vagues/lidentite-34-les-fabriques-de-soi-sur-le-net>>

Signoret, Perrine, « YouTube accusé de démonétiser les vidéos sur le corps et la sexualité des femmes », *LeMonde.fr*, 25/05/2018, <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>

Susarla, Anjana, « Biased algorithms on platforms like YouTube hurt people looking for information on health », *NiemanLab.org*, 15/07/2020, <<https://www.niemanlab.org/2020/07/biased-algorithms-on-platforms-like-youtube-hurt-people-looking-for-information-on-health/>>

Thalmann, Yves-Alexandre, « Le développement personnel. Des effets pervers ? », *SciencesHumainesMagazine.com*, Grands Dossiers N°55, Juin - Juillet - Août 2019, <https://www.scienceshumaines.com/le-developpement-personnel-des-effets-pervers_fr_41026.html>

Wilson, Mark, « Snapchat introduces new interventions for mental health », *FastCompany.com*, 02/22/2020, <<https://www.fastcompany.com/90461846/snapchat-introduces-new-interventions-for-mental-health>>
¹ <<https://snaporiginals.snapchat.com/>>

Sites internet

Anonyme, « Le niveau d'anglais en France est en hausse », 05/11/2019, *Studyrama.com*, <<https://www.studyrama.com/actualite/le-niveau-d-anglais-en-france-est-en-hausse-106403>>

« antoine.dprs », *Instagram.com*, <<https://www.instagram.com/antoine.dprs/>>

Apple Santé, <<https://www.apple.com/fr/ios/health/>>

Assemblée Nationale, « Projet de loi n° 2488 relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère numérique », *Assemblée Nationale.fr*, <http://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/115b2488_projet-loi>

« Comment reconnaître un charlatan ou un pseudo thérapeute sectaire ? » Mission interministérielle de vigilance et de lutte contre les dérives sectaires (MIVILUDES), *Dérives-Sectes.gouv.fr*, <<https://www.derives-sectes.gouv.fr/comment-reconnaitre-un-charlatan-ou-un-pseudo-th%C3%A9rapeute-sectaire>>

« Communication d'influenceurs et marques », *ARPP.org*, <<https://www.arpp.org/actualite/communication-influenceurs-marques/>>

« Consignes relatives aux contenus adaptés aux annonceurs », *SupportGoogle.com*, <<https://support.google.com/youtube/answer/6162278?hl=fr>>

« Contenus soumis à une limite d'âge », Aide YouTube, *Support.Google.com*,
<<https://support.google.com/youtube/answer/2802167?hl=fr#:~:text=Les%20vid%C3%A9os%20soumises%20%C3%A0%20une,ont%20activ%C3%A9%20le%20mode%20restreint>>

Creators For Change, *YouTube.com*, <<https://www.youtube.com/creators-for-change/>>

Doctissimo, <<https://www.doctissimo.fr/>>

Doctolib, <https://www.doctolib.fr/>>

« Et toi ça va ? », *Fondation Pierre Deniker.fr*, <<https://www.fondationpierredeniker.org/campagne-depression-2019>>

Karat, <<https://www.trykarat.com/>>

« La vidéo native sur Facebook, quel intérêt », *FilmCorporate.fr*, 17/11/2017,
<<https://www.filmcorporate.fr/video-native-facebook/#:~:text=D%C3%A9finition%20de%20la%20vid%C3%A9o%20native,%C3%A9ditorial%20que%20l'internaute%20consulte>>

Les Internettes, <<https://www.lesinternettes.com/internettes-explorer>>

« Les obligations d'information des plateformes numériques », *Économie.Gouv.fr*, 21/04/2020,
<<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/les-obligations-dinformation-des-plateformes-numeriques#:~:text=Les%20op%C3%A9rateurs%20de%20plateformes%20num%C3%A9riques%20ne%20peuvent%20b%C3%A9n%C3%A9ficier%20du%20r%C3%A9gime,illicites%20en%20lien%20avec%20les>>

« Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (1) », *LegiFrance.gouv.fr*,
<<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000801164/2020-09-16/>>

« Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard) », *LegiFrance.gouv.fr*,
<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexteArticle.do;jsessionid=607CD9799F7A964AE886407A91F407E9.tplgfr41s_3?idArticle=LEGIARTI000020358258&cidTexte=LEGITEXT000006068930&dateTexte=20200311>

« Nos progrès en gestion des contenus nuisibles », *YouTube.com*,
<<https://www.youtube.com/howyoutubeworks/progress-impact/responsibility/>>

On Est Prêt, <<https://www.onestpret.com/>>

Pignol, Juliette, « Chiffres YouTube – 2020 », *BlogDuModérateur.com*, 10/10/2017, mis à jour le 31/12/2019, <<https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-youtube/>>

« Règlement de la communauté », *YouTube.com*,
<https://www.youtube.com/intl/ALL_fr/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/?utm_campaign=1008960&utm_source=paidsearch&yt_product=ytgen&yt_goal=eng&utm_medium=googlesearch&utm_content=txt&yt_campaign_id=hyw&yt_creative_id=&utm_keyword=%2Br%C3%A8glement%20%2Bde%20%2Bla%20%2Bcommunaut%C3%A9%20%2Byoutube&utm_matchtype=b>

« Ressources », *YoutubeursYoutubeuses.Wordpress.com*,
<<https://youtubeursyoutubeuses.wordpress.com/ressources/>>

Safer Internet France, <<https://www.saferinternet.fr/>>

« Santé mentale », Organisation Mondiale de la Santé, *WHO.int*,
<[« Santé mentale et psychiatrie : changer le regard sur la santé mentale et les personnes atteintes de troubles psychiques », 24/08/2018, ARS.Santé.fr, <\[>\]\(https://www.ars.sante.fr/sante-mentale-et-psychiatrie-changer-le-regard-sur-la-sante-mentale-et-les-personnes-atteintes-de\)](https://www.who.int/topics/mental_health/fr/#:~:text=La%20sant%C3%A9%20mentale%20englobe%20la, personnes%20atteintes%20de%20ces%20troubles.></p></div><div data-bbox=)

Se Sentir Bien, <<https://programmes.sesentirbien.coach/>>

Semaines d'informations sur la santé mentale, <<https://www.semaines-sante-mentale.fr/>>

« #StatusOfMind », Royal Status For Public Health, <[>](https://www.rsph.org.uk/our-work/campaigns/status-of-mind.html)

« Taux d'engagement Facebook », *1min30.com*, <[>](https://www.1min30.com/dictionnaire-du-web/taux-engagement-facebook#:~:text=%E2%80%93%20D%C3%A9finition%20par%20l'agence%201min30,pour%20une%20publication%20en%20particulier)

« Twitch Cares: Mental Health Support & Information », *Help.Twitch.TV*,
<[>](https://help.twitch.tv/s/article/twitch-cares-mental-health-support-information?language=en_US)

« Vidéo sur internet : mieux comprendre les pratiques », *Médiamétrie.fr*, 14/11/2019,
<[>](https://www.mediametrie.fr/fr/video-sur-internet-mieux-comprendre-les-pratiques)

YouTube Creators, « YouTube Studio : fin de la phase bêta », *YouTube.com*, 21/11/2019,
<[>](https://www.youtube.com/watch?v=VKf6NF0OD5A)

« YouTube en chiffres », YouTube pour la presse, *YouTube.com*,
<<https://www.youtube.com/intl/fr/about/press/>>

YouTube.com, <[>](https://www.youtube.com)

YouTube Social Impact, *YouTube.com*, <<https://socialimpact.youtube.com/>>

Thèse

Aupeix, Anaïs, *Expositions de soi : journal intime et reconfiguration de l'intimité à l'heure d'Internet*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication sous la direction de Pierre Molinier et de Marlène Coulomb-Gully, 2013, 681 p.,
<[>](http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=04f2b4a6-53ff-463f-80b3-17026ad8db6c%40pdcv-sessmgr04&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLHNoaWIsdWlkJmxhbmc9ZnImc2l0ZT11ZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXR1#AN=halir.tel.01159877v1&db=ir01198a)

Vidéos YouTube

Adam Bros, Le problème des Youtubers ! (avec @Alexandre Calvez), *YouTube.com*, 07/06/2020,
<[>](https://www.youtube.com/watch?v=ySoI7Ph4qTs)

Adam Bros, La fin de YouTube. (réponse JDG, Léna Situations etc.), *YouTube.com*, 29/12/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=jFmLXUHvIXM>>

Cyrus North, « Il manque un psy dans Game of Thrones 🔥 », *YouTube.com*, 23/05/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=R- UAdogsaw&t=36s>>

Demos Kratos, « Je fais une dépression », *YouTube.com*, 22/01/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=rNAPmWp7GFA&t=2592s>>

Dirty Biology, « Les Youtubeurs et leurs problèmes psychologiques - DBY #47 », *YouTube.com*, 02/09/2018, <https://www.youtube.com/watch?v=6k1J_h4OxQg>

EnjoyPhoenix, « Le harcèlement au Lycée | Mon histoire et mes solutions ! », *YouTube.com*, 29/10/2014, <<https://www.youtube.com/watch?v=AWpkDtbM90s>>

EnjoyPhoenix, « LES DESSOUS DE YOUTUBE (DÉMONÉTISATION, ALGORITHME, TENDANCES...) », *Youtube.com*, 29/06/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=M3QwH6h9ITc>>

Esther, « Juste envie de discuter avec des humains », *YouTube.com*, 23/05/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=cV7tL9rrviE&feature=youtu.be>>

Horia, « L'AUTO-MUTILATION - ShareHoria », *YouTube.com*, 15/01/2017, <<https://www.youtube.com/watch?v=5j-xGCQfnKc&t=11s>>

La Carologie, « ANXIÉTÉ / ANGOISSE : Mon expérience », *YouTube.com*, 30/03/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=gCXHl0cSvFw>>

La Carologie, « Avoir des pensées suicidaires », *YouTube.com*, 30/04/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=zT2Y-MVq6CQ&t=195s>>

La Carologie, « COUPLE ET TROUBLE », *YouTube.com*, 31/05/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=dL9DWg-DZcI&t=1s>>

La Carologie, « FAIS GAFFE SUR YOUTUBE », *YouTube.com*, 01/08/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=GMxcKVNml2Y&t=13s>>

La Carologie, « DANS LA TÊTE DE : Déborah », *YouTube.com*, 17/08/2020, <https://www.youtube.com/watch?v=_Kz7BD98dEo>

La Carologie, « DOUZE HEURES AUX URGENCES », *YouTube.com*, 23/08/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=Jr2MyCFSsQU>>

La Carologie, « VLOG À L'ARRACHE #2 », *YouTube.com*, 02/05/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=5zWgwzqFQ7Y>>

La Psy Qui Parle, « L'avis PSY sur le JOKER (2019) », *YouTube.com*, 08/12/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=3h09nseVUCA>>

La Ruche Média TV, « Les youtubeurs vus par la sémiologue Pauline Escande-Gauquié. », *YouTube.com*, 13/06/2017, <<https://www.YouTube.com/watch?v=Mtq9P8BeMpg>>

Le Corps La Maison L'Esprit, « ▼ Réponse à @La Carologie "FAIS GAFFE SUR YOUTUBE" », *YouTube.com*, <<https://www.youtube.com/watch?v=Dvwbq6uwRmw>>

Le Psylab, « Un festival de Rock pour prévenir le suicide ? », 12/09/2020, *YouTube.com*, <https://www.youtube.com/watch?v=x7hzSS_gRnA>

Léa Choue, « YOUTUBE : L'ENFER PSYCHOLOGIQUE (Reponse à DirtyBiology) », *YouTube.com*, 05/1/2018, <<https://www.youtube.com/watch?v=f4jxvDdnRMc>>

Léna Situations, « LE BLUES || Léna Situations », *YouTube.com*, 03/02/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=VP0o-ojOM0M>>

Les Gracieuses, « IDÉES SUICIDAIRES pt 2 : Que faire pour s'en sortir ? feat La Carologie », *YouTube.com*, 01/05/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=c0FM0mr3u0w&t=2s>>

« Les Petites Manies », *YouTube.com*, <<https://www.youtube.com/channel/UcKXftvv5VlfJKUt9N5452TQ>>

Lolita, « Souffrir du trouble de la personnalité Borderline », *YouTube.com*, 05/03/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=7giRtlJDCPw&t=16s>>

Lucasdorable, « J'avais besoin de vous parler (et de m'appliquer plein de makeup sur la tronche) », *YouTube.com*, 06/10/2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=jYSpK3UMQhY>>

Natacha Birds, « ça va ? », *YouTube.com*, 30/09/2018, <https://www.youtube.com/watch?v=AJvXb_fCo4>

Raïssa Gloria, « MOI ET MES PENSÉES. | MademoiselleGloria », *YouTube.com*, 29/09/2019, <https://www.youtube.com/watch?v=gqNWckeE0_k&fbclid=IwAR1JbbI7Jg5t7EGcEv3nTryCwKXODsdcBGAJWcJhPOwIXv0k7mqe1tbCLhk>

Squeezie, « Le vrai visage de Squeezie », *YouTube.com*, 12/08/2019, <https://www.youtube.com/watch?v=lt3o_0aq2ys>

Sullivan Gwed, « JE SUIS ANGOISSÉ ! », *YouTube.com*, 30/04/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=MWpoYwYpUMA>>

Think With Google UK, « More than just viewers: Celebrating YouTube's special connection with its audience », *YouTube.com*, 06/11/2017, <https://www.youtube.com/watch?time_continue=90&v=Dw2NOE_6VAU&feature=emb_title>

YouTube France, *YouTube.com*, <<https://www.youtube.com/user/YouTubeFrance>>

ANNEXES

Corpus vidéo

Grille d'analyse sémiotique

Lien vers le document Google Sheet :

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/11hVJi6gx8JhLxSQ3lfEY7FfnayfeXJAgre0zR8l63CM/edit?usp=sharing>

Captures d'écran des vidéos telles que référencées :



S'abonner → <https://goo.gl/llf6cE> ⚠️ N'oublie pas d'activer les notifications (clique sur la petite cloche en haut) si tu ne veux pas ...



MOI ET MES PENSEES. | MademoiselleGloria

RaïssaGloria • 398 k vues • il y a 11 mois

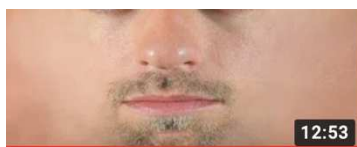
N'oublie pas d'activer la cloche, pour avoir la notification quand je sors une nouvelle vidéo ! Bon le ma vidéo « Moi et mes ...



Il manque un psy dans Game of Thrones 🔥

Cyrus North ✓ 100 k vues • il y a 1 an

Vidéo avec GROS SPOILERS !! Yo les potes ! Petite vidéo pendant mes vacan
! J'espère que vous trouverez tout ça pertinent !



Squeezie décide un matin de se lancer dans une série de tests qui dévoileront son vrai visage... Le visage de Natsu ...



Je fais une dépression

Demos Kratos • 30 k vues • Diffusé il y a 7 mois

A quoi bon se battre si tout va s'effondrer ? A quoi bon faire des vidéos si le peuple n'a aucun pou
=> PLUS D'INFOS EN ...



JE SUIS ANGOISSÉ !

Sullivan Gwed ✓ 132 k vues • il y a 9 mois

Vous vous êtes reconnu dans ma vidéo ? N'hésitez pas à contacter Fil sant
<https://www.filsantejeunes.com> - Pour voir les ...



LUCASDORABLE // Je me détruis les cheveux en vous racontant ma vie //

Lucas Dorable • 407 k vues • il y a 1 an

Yo tout le monde j'espère que vous allez bien, aujourd'hui j'ai décidé de vous raconter ma petite vie en me décolorant la tignasse ...



VIVRE AVEC DES TROUBLES MENTAUX

Léa Choue • 25 k vues • il y a 11 mois

Regarde une pub, ou fait un don pour me soutenir : <https://utip.io/feed/choue> Retrouve mon livre DearMe : <http://amzn.to/2l7rCXU> ...

Autres chaînes consultées avec des vidéos sur le sujet

- Antastesia

<https://www.youtube.com/user/Apn9a>



L'émétophobie

38 k vues • il y a 3 mois



Mon rapport à la nourriture.

37 k vues • il y a 4 mois



Raw emotion (?) : I can't with summer. (SAD)

34 k vues • il y a 1 an



Je ne sais plus profiter.

58 k vues • il y a 1 an



An update on my anxiety disorders.

11 k vues • il y a 1 an



Q&A -dealing with loneliness, depression, learning arabic,...

16 k vues • il y a 2 ans

- Anthonin



mon addiction à la drogue

471 k vues • il y a 4 mois

- Ayo Coralie

<https://www.youtube.com/user/divinediamondyt>



TROUBLES DE L'ANXIÉTÉ | Crise d'angoisse, Attaque de panique, Tachycardie

Ayo Coralie 82 k vues · il y a 1 an

DÉROULE MA POULE __ N'HÉSITE PAS À T'ABONNER, JE POSTE UNE NOUVELLE VIDÉO CHAQUE LUNDI, MERCREDI ET ...

- EnjoyPhoenix

<https://www.youtube.com/channel/UC99LgIedzGD1GirhFGldfUQ>



CRISES DE PANIQUE, ANGOISSE, STRESS : STORYTIME & SOLUTIONS !

EnjoyPhoenix 591 k vues · il y a 2 ans

Abonne toi et active les notifications en cliquant sur la juste au dessus pour voir toutes mes vidéos ! N'oublie pas de liker la ...

- Esther Taillifet :

- Chaîne personnelle Esther

<https://www.youtube.com/user/EstherSSB>

- Chaîne de podcast “Se Sentir Bien - devenir son propre coach”

<https://www.youtube.com/channel/UCgXajmxNmL9cqSQiWM8iQRw>

- Chaîne de coaching Esther Taillifet - Coach en perte de poids

https://www.youtube.com/channel/UCp0HZsgPlvEU_Ftsxju_hQw

- La Carologie

<https://www.youtube.com/channel/UCxQcOTjUpeI8Goo6UXJ2NgA>



SANTÉ MENTALE

- La psy qui parle

<https://www.youtube.com/channel/UCjFDAyjR5j8KqzxIkgCYgmA>



Comment les réseaux sociaux impactent la santé...

23 k vues · il y a 6 mois



L'avis PSY sur le JOKER (2019)

115 k vues · il y a 8 mois



Pourquoi LA PSYCHOLOGIE est une SCIENCE ?

12 k vues · il y a 1 an

- Le Psylab

<https://www.youtube.com/user/lepsytab/featured>

 <p>A QUOI TU SERS ? 15:25</p>	 <p>TROUBLE BIPOLAIRE LET'S PLAY! Psych Optik #6 24:46</p>	 <p>Suicide & gènes PSYCHE #10 9:49</p>
<p>La psychothérapie sert-elle à quelque chose ? (Pr B... 41 k vues • il y a 2 ans</p>	<p>LE TROUBLE BIPOLAIRE (let's play) - PSYCHOPTIK #6 127 k vues • il y a 3 ans</p>	<p>Suicide et gènes (Pr COURTET) - PSYCHE #10 39 k vues • il y a 4 ans</p>

- Léna Situations

<https://www.youtube.com/channel/UCDk15M0WVaddTWE4rr2cSeA>



LE BLUES
5:15

LE BLUES || Léna Situations
607 k vues • il y a 1 an

- Les Gracieuses

<https://www.youtube.com/channel/UCgKeM6qJSuBNpe4ASkSHT0Q>

 <p>ANGOISSE ET CONFINEMENT 28:21</p>	 <p>LE SENTIMENT D'ÉCHOUER 17:37</p>	 <p>LA PSYCHIATRIE EN PORTUGAIS 13:16</p>
<p>ANGOISSE ET CONFINEMENT : attaques d... 8,3 k vues • il y a 5 mois</p>	<p>Je fais de la TCC sur moi-même ! Pourquoi ce... 824 vues • il y a 8 mois</p>	<p>Mes débuts à l'hôpital psychiatrique de Lisbonne 1,2 k vues • il y a 1 an</p>
 <p>PSYCHIATRE ? 34:34</p>	 <p>ADDICTIONS 21:45</p>	 <p>CE QUE "LES FOUS" ONT A NOUS APPREN 13:43</p>
<p>Les "psys" : comment s'y retrouver ? 2,4 k vues • il y a 3 ans</p>	<p>Addictions 1,9 k vues • il y a 3 ans</p>	<p>Ode aux patients psychiatriques 2,8 k vues • il y a 3 ans</p>

- LouanneManShow

<https://www.youtube.com/channel/UCoDPvBrLC3uOPmNuNv7ZBIw>



La Déprime Hivernale
42 k vues • il y a 10 mois

- Nadjélika

<https://www.youtube.com/channel/UCBt1c2FjTJGekUUQlvNj7PQ>

- Pure Human Soul

<https://www.youtube.com/channel/UCs3q2c8rTZXYhAkhdo65NCg/videos>

- Sandrea

<https://www.youtube.com/user/sandrea26France/videos>



J'AI PLEURÉ TOUTE LA NUIT | Personne ne va le savoir.

Sandrea • 247 k vues • il y a 1 an

DEROULE CETTE BARRE POUR PLUS D'INFO ⓘ N'oubliez surtout pas d'activer la cloche pour ne rater aucune de mes ...



MON POIDS & L'image que j'ai de moi.

Sandrea • 398 k vues • il y a 2 ans

DEROULE CETTE BARRE POUR PLUS D'INFO ⓘ Un simple merci de regarde cette vidéo jusqu'à la fin.
▶ ROOM TOUR: ...

- Simplement Debora

https://www.youtube.com/channel/UCS3Zc_tUc4PPUTDeWDsAMNQ

- Swann Périssé

<https://www.youtube.com/user/swannperisse/videos>

- Vivre Avec

https://www.youtube.com/channel/UCH3Hp3WAm0iGQBi_csusoUg/videos



Un mois d'arrêt maladie et point santé psy

6,4 k vues • il y a 5 mois



Ça ne va pas trop

9,5 k vues • il y a 2 ans

Note d'analyse d'une série de 3 vidéos



Avoir des pensées suicidaires

La Carologie • 35 k vues • il y a 4 mois

Parler du suicide, c'est avant tout ouvrir la porte à un dialogue, écouter la souffrance de l'autre et en accepter l'existence.

La Carologie, « Avoir des pensées suicidaires », *YouTube.com*, 30/04/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=zT2Y-MVq6CQ&t=195s>>



IDÉES SUICIDAIRES pt 1 : Comment surviennent-elles ? ft La Carologie

Les gracieuses • 3,3 k vues • il y a 4 mois

VIDÉOS MENTIONNÉES : - La deuxième partie de cette vidéo "IDÉES SUICIDAIRES pt. 2 : Que faire pour s'en sortir ?

Les Gracieuses, « IDÉES SUICIDAIRES pt 1 : Comment surviennent-elles ? ft La Carologie », *YouTube.com*, 30/04/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=fA1EAWq6d0&t=3s>>



IDÉES SUICIDAIRES pt 2 : Que faire pour s'en sortir ? feat La Carologie

Les gracieuses • 1,4 k vues • il y a 3 mois

VIDÉOS MENTIONNÉES : - Première partie de cette vidéo "IDÉES SUICIDAIRES pt 1 : Comment surviennent-elles ?

Les Gracieuses, « IDÉES SUICIDAIRES pt 2 : Que faire pour s'en sortir ? feat La Carologie », *YouTube.com*, 01/05/2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=c0FM0mr3u0w&t=2s>>

Faire appel à un thérapeute également sur Youtube pour légitimer ses propos

Influenceurs qui donnent de la visibilité à des pros

La psy donne des exemples, Carolina EST un exemple

Elles se renvoient un peu la balle, intéressant car illustre vraiment complémentarité essentielle des discours

Carolina : témoignage, partage d'expérience

Hana : information, prévention, sensibilisation, conseil

→ **La Carologie (23 ans, suisse, 266K) : Avoir des pensées suicidaires, 30.04.2020 (51mn45s)**

environ 17 000 vues, 1,6K likes et 260 commentaires en 24h



Prévention & Sensibilisation > Donner les numéros d'aide
Notion de francophonie



Démonétisation de Youtube



- **Disclaimer** : un discours très clair, des objectifs explicites, une démarche structurée, approche quasi-universitaire du fait de son parcours scolaire, elle utilise ses compétences pour transmettre un message, elle anticipe la réception

Alerter sur la dureté du sujet pour préserver ceux qui pourraient souffrir d'écouter la vidéo

Statue que c'est compliqué de parler de ce sujet et que ce sera dur pour les personnes de l'entendre

Dit que c'est important de parler de ce sujet car "tabou extrême" alors que pensées que beaucoup ont

Donne faits : mort par suicide courante chez les jeunes

Parle des gens qui ont des pensées suicidaires

Souhaite que ce soit un sujet dont on parle plus et dont on n'ait pas honte de parler et arrêter de culpabiliser de penser à ces choses

"Cette vidéo ce n'est pas des conseils. Je n'ai pas de conseils à donner, je n'ai pas la solution au problème et je ne peux pas trouver la solution ni pour moi ni pour d'autres personnes. La seule chose que je peux faire, c'est donner des pistes, de te donner mes outils, te dire ce qui a marché pour moi, ce que je fais pour surmonter ces pensées."

Fait participer son réseau (a demandé sur Instagram - interconnexion entre les RS - ce que les gens de sa "communauté" pensent de ça) pour montrer la multiplicité d'expériences, besoins, problèmes et solutions différents car tous différents, "chaque personne a un vécu différent, des proches différents et des expériences différentes donc évidemment c'est pas exhaustif, c'est juste des pistes mais y a beaucoup de choses dans lesquelles je me suis reconnue et à mon avis, c'est commun à bcp de personnes", a eu "beaucoup beaucoup beaucoup de réponses", peurs/douleurs partagées, réactions idéales des personnes à qui on en parle

Pas de solution unique

Ce qui marche pour moi ne marchera pas forcément pour toi et vice versa, d'où l'intérêt de montrer un maximum de parcours

Objectif de la vidéo : pouvoir parler de ce sujet librement sans culpabiliser

Espère que la vidéo ne fera pas culpabiliser les gens qui se reconnaîtront dans un discours qui raisonnera en eux

Veut que les autres se sentent libres de s'exprimer à ce sujet

- Raconte son histoire

Évoque les stigmas autour des personnes suicidaires, les représentations incomplètes/faussées

"Tu vois de quoi je parle je pense" → permet l'identification

Donne exemples de pensées concrètes qu'elle a eu → permet l'identification

Se met à la place des personnes qui vont écouter la vidéo "j'ai conscience de la portée que ça a ce que je dis"

Insiste bcp sur le sentiment de culpabilité du fait d'aller mal (dans une société où c'est mal perçu et accepté → ce qui empire les choses of course)

parle de demander et donner de l'aide à quelqu'un → "ça c'est vraiment important et j'ai vraiment envie qu'on le retienne dans cette vidéo"

décrit ses pensées

retrace le processus, le cheminement de pensée

tente de parler du vécu d'autres personnes pour montrer que son expérience n'est pas représentative d'une généralité
"en tout cas en ce qui me concerne"

au sujet de messages Insta reçus sur les peurs qui sont les plus revenues : "alors j'ai pas trop envie de m'aventurer sur ce terrain parce que je pense pas être capable de m'expliquer là-dessus mais je comprends"

"si je dois prendre mon exemple"

→ Les difficultés du témoignage réside dans ses limites

"je sais qu'on est énormément à" → montre qu'elle s'est renseignée, a discuté avec des gens etc.

"de ce que je sais, pour être entourée de personnes qui ont vécu des choses similaires..."

"je ne suis pas professionnelle de la santé mais de ce que je sais..."

"c'est pas moi qui le dis, c'est des gens qualifiés qui travaillent dans le domaine de la santé, qui font des études là-dessus et qui bossent avec des gens souffrant, des personnes suicidaires et autres" → tente de légitimer son propos avec un argument d'autorité

tente de déconstruire les idées reçues

"je mettrai dans la description si je trouve un article ou n'importe quel document qui puisse parler de ça beaucoup mieux que moi parce que je sais que c'est quelque chose qui a été étudié et ça peut être présenté avec des arguments et quelque chose de beaucoup plus construit que ce que je dis là mais ça me paraissait important de le dire dans cette vidéo parce qu'en tant que personne qui a des pensées suicidaires" → cherche à valider ses propos par un tiers légitime, soutenir son argumentaire, se remet constamment dans sa position de non-professionnelle. Mais en fait les gens ont peut être plus besoin de ce qu'elle dit elle plutôt que de quelconque article impersonnel et médical. Avec l'insistance sur la prononciation de "en tant que", se replace vraiment comme une malade.

"je ne sais pas, je suis pas médecin mais j'imagine que..."

"je ne suis pas professionnelle"

"nous", "notre douleur" → inclus les personnes qui souffrent comme elle, un nous qui rompt l'isolement

"on est très nombreux à être dans la situation dans laquelle..."

"on ne nous prenait pas au sérieux"

donne des conseils (d'elle est de toutes les personnes qui lui ont partagé leurs expériences du coup) :

- aux proches de personnes souffrantes :
 - si personne qui souffre n'en parle pas : lancer la discussion autour du suicide pour "ouvrir la parole" et "communiquer"
 - si personne qui souffre en parle :
 - écoute active, se montrer attentif, poser des questions, montrer de l'intérêt, de la compréhension, de la compassion, pas dans le jugement, ne ramène pas le sujet à elle
 - calme, éviter la surréaction, l'excès, les états d'âme et la panique
 - proposer de l'aide adaptée à notre cas, "qu'est ce qui pourrait te faire du bien ?" "je ne sais pas comment je peux t'aider mais je veux t'aider, dis-moi comment"
- aux personnes souffrantes :
 - "Il faut en parler mais à quelqu'un qui nous fait sentir en sécurité."
 - s'adresser à des pro : "il y a des gens dont c'est le travail d'être à cette écoute-là", "mes thérapeutes me sauvent la vie" "il existe des gens à qui ça vaut la peine de parler"

"maintenant j'ai quand même pas mal d'expérience avec ce sujet [le suicide], c'est un sujet que j'ai retournée dans tous les sens et je connais pas mal de gens avec qui j'en ai parlé donc je suis plus familiarisée avec ça" (citation à éviter de sortir du contexte ou faire intelligemment)

"Merci Internet, vraiment merci Internet de donner l'occasion à certaines personnes d'aller sur des forums, d'être dans des groupes de discussion, d'être sur des pages, de regarder des vidéos, je ne sais pas mais franchement Internet c'est un bon moyen aussi de se sentir moins seul et d'avoir l'impression que tout n'est pas perdu et d'éventuellement parler à des gens. Parfois c'est plus simple de parler à un pseudo, quelqu'un dont on ne connaît même pas le visage ni le nom, de façon anonyme, que de parler à un proche."

va faire d'autres vidéos sur le sujet car volonté de partager outils et stratégies pour aller mieux, les siens et ceux de sa communauté alors que cette vidéo était pour parler de la démarche et des difficultés d'en parler

"je suis ouverte à entendre et recevoir les désaccords"

"je t'invite vraiment à t'exprimer dans les commentaires si t'en ressens le besoin"

"n'hésite vraiment pas à t'exprimer dans les commentaires, fais-toi plaisir, lâche-toi, écris des romans de 4 pages si tu veux et que ça peut te faire du bien"

partage des ressources, numéros à contacter etc. et invite son public à faire de même dans les commentaires

"tout mon amour et tout mon soutien" (aux personnes qui souffrent et à leurs proches)

"comme je peux pas faire câlins, je fais des vidéos et ça pourra peut être aider/apaiser" #confinement

Tipée : les personnes qui font vivre les youtubeurs, récompensent leur travail, soutiennent leur contenu, les financent...

“j’espère que cette vidéo t’auras plu, même si elle n’est pas très joyeuse, j’espère qu’elle aura pu t’aider, te servir”

- Commentaires

- Quasi uniquement des réactions dites “positives”
- Remerciements de personnes qui jugent la vidéo importante
- Témoignages de personnes qui se sont reconnues, besoin de partager leur expérience
 - ex : “cette vidéo est arrivée au bon moment”
- Déclaration d’identification
- Soutien apporté
- Tabou soulevé
- Utilité publique évoquée
- Ouverture au débat : Le suicide, l’euthanasie, sont-elles de mauvaises choses ? → Sacralisation de la vie mais si trop de souffrance, pourquoi ne pas laisser les gens partir ?
- Uniquement un commentaire un peu critique mais qui like quand même et un commentaire à côté de la plaque qui n’apporte rien

Les Gracieuses

Chaîne polyvalente, questions de société, féminisme, racisme, planète, santé mentale, bien-être psychosocial, sexualité, voyage, cultures, art, danse, littérature, politique, etc.

Déclare son métier de psychiatre donc on connaît sa posture

Les gracieuses est un lieu de réflexion sur des sujets de société, le développement personnel psychique et physique, et parfois des thématiques médicales.

Moi, je suis Hana, et quand je ne réfléchis pas et que je ne cherche pas à tout remettre en question, j’aime regarder les gracieuses que je croise à Paris, là où j’habite. Accessoirement, je suis aussi interne en psychiatrie, et je mange beaucoup ! Et toi, qui es-tu ?

→ Les Gracieuses (6K) : IDÉES SUICIDAIRES pt 1 : Comment surviennent-elles ? ft La Carologie, 30.04.2020 (25mn56s)

environ 1 700 vues, 160 likes et 15 commentaires en 24h

Ressources “que faire en cas d’urgence”

Sources bibliographiques et scientifiques dans la barre d’info



IDÉES SUICIDAIRES pt 1 : Comment surviennent-elles ? ft La Carologie
655 vues • 30 avr. 2020

79 likes 3 commentaires PARTAGER ENREGISTRER ...

Les gracieuses 5,34 k abonnés **S'ABONNER**

Comment cette vidéo a t-elle été accueillie ?

Pas mal reprise, partagée, car un peu unique ?

Objectif clair de la vidéo : “prévention et information médicale à propos des idées suicidaires”

Transparence de la collaboration : “je fais une vidéo dans le cadre d’un projet avec Caroline de la chaîne La Carologie...”, “on s’est dit qu’il serait intéressant de collaborer ensemble pour que je puisse compléter son récit avec mon approche de psychiatre, que je puisse apporter des éléments théoriques et des explications”

“ces vidéos s’inscrivent donc dans un objectif que nous avons en commun avec Carolina qui est de favoriser l’éducation à la santé mentale, pour tous, pour le grand public, que les personnes soient confrontées à des troubles psychiques ou non.”



“elle a fait une très importante et très juste vidéo où elle parle des idées suicidaires sous le spectre de sa propre expérience”,
 “elle a fait un travail très complet où elle a recueilli les témoignages et les expériences d’autres personnes” → légitimation / valorisation

“le suicide est et a toujours été un tabou” “sujet délicat”

“les idées suicidaires et le suicide sont un véritable enjeu de santé publique” :

rappel des faits : mortalité par suicide extrêmement fréquente, notamment dans les tranches d’âge les plus jeunes, devant les accidents de la route

manières d’aborder le sujet pouvant être dangereuses

dresse un contexte sociétal :

- suicide retrouvé dans milieux artistique, littéraire, question philosophique, morale récurrente, question parfois pénale et religieuse
- traitement dans les médias avec l’effet Werther

s’appuie sur des études pour montrer que les campagnes de prévention, programmes d’éducation à la santé mentale et information des publics entraînent diminution de la mortalité par suicide et des tentatives de suicide

important d’aborder ces thématiques sous un angle médical, psychologiques, de soin

propos clairs et structurés (plan en 3 parties/sources...), montage avec coupes, diction accentuée

1. Définitions et modèles théoriques

2. Vrai ou Faux des idées préconçues sur le suicide

3. Que faire en cas d’idées suicidaires ?

“Dans un premier temps, il me paraît importante de distinguer”

“il me paraît aussi important de vous définir...”

distanciation “les personnes” “quelqu’un”

“il est très important de parler de ses idées suicidaires, de les repérer et de proposer des alternatives à celles-ci”

emploi des termes

mots-clés mis en valeur/écrit au centre au montage lorsque prononcés dans la vidéo

ne parle absolument pas d’elle (voir si elle prononce “je”)

donne exemples de pensées

“donc vous voyez”

alternance “nous” / “notre” - “il/elle” - “son/sa” : se met à la place des personnes mais reswitche car ça ne la concerne pas

“j’espère vraiment que la vidéo vous aura permis de mieux comprendre les processus...”

“j’espère que la vidéo vous aura été utile”

“n’hésitez pas à réagir dans les commentaires”

“je vous fais d’énormes bisous, prenez soin de vous et à très bientôt” → familiarité pas incompatible avec la posture donc, le propre de la plateforme ? de la personnalité de cette psy ?

- Commentaires : n’ont rien à voir, beaucoup moins, beaucoup plus rationnels, personnes pas forcément concernées, une infirmière donc domaine médical (pas les mêmes auditeurs) - voir captures d’écran

→ **Les Gracieuses (6K) : IDÉES SUICIDAIRES pt 2 : Que faire pour s’en sortir ? feat La Carologie, 01.05.2020 (25mn05s)**

environ 500 vues, 85 likes et 15 commentaires en 16h

Ressources que “que faire en cas d’urgence”

Sources bibliographiques et scientifiques dans la barre d'informations

Participation communauté Instagram pour connaître les idées reçues sur le sujet

Fait appel à des études

Registre médical invoqué vs registre moral

S'adresse parfois aux personnes souffrantes, parfois à leurs proches, parfois au grand public

question morale → "je vous envoie vivement vers la vidéo de La Carologie qui a elle-même vécu avec des idées suicidaires très dures et très envahissantes, je pense qu'il n'y a pas mieux comme réponse que de prendre connaissance par soi-même du récit d'une personne qui est passée par cette difficulté"

"si on veut être juste et honnête dans son analyse on ne peut pas occulter le témoignage de personnes qui sont concernées par la chose et vraiment Caroline exprime avec beaucoup d'authenticité et beaucoup de justesse cette notion de douleur psychologique intense qu'elle pouvait ressentir"

a été "profondément émue" par le témoignage de Caro qu'elle trouve très courageuse

insiste sur le recours à un professionnel de la santé mentale

Partie 3 de conseils adressés aux proches, mises en situation, donne des étapes, puis conseils aux personnes (plan de sécurité personnalisé réalisé avec professionnel de santé)

insister sur le fait d'en parler

"malheureusement" engagée dans son discours

"cette vidéo a été longue, lourde et complexe car ce n'est pas un sujet facile autant émotionnellement qu'intellectuellement"

"je vous incite chaleureusement à aller regarder la vidéo de La Carologie"

"n'hésitez pas à me faire part de vos réflexions dans les commentaires"

Entretiens

Retranscription de l'entretien téléphonique avec le youtubeur Cyrus North le 14 août 2020

Pour commencer, peux-tu rapidement te présenter, décrire ta chaîne YouTube et le contenu que tu proposes ?

Je m'appelle Cyrus North, je fais des vidéos de réflexion contemporaine, de questionnements sur des phénomènes actuels. Je faisais longtemps de la philosophie et je m'en suis avec le temps un peu détaché, sans la délaissier mais en l'appliquant à des choses plus modernes.

Quelle est la nature de ta communauté et la relation que tu entretiens avec elle ?

J'ai une communauté de 460 000 personnes sur YouTube. J'essaie de maintenir un lien avec eux sur plusieurs plateformes différentes : Instagram, Twitter, Facebook et via une newsletter de 7 000 personnes que je devrais utiliser plus. C'est assez difficile de garder un lien avec eux parce qu'ils sont très nombreux, parce que ça prend du temps et parce que quand j'ai du temps, je préfère l'utiliser à créer du contenu sur YouTube directement.

Ma communauté est constituée d'environ 70% d'hommes, des 18-24 ans en priorité puis 24-35. Après je n'ai pas beaucoup plus d'infos, mais il faut toujours garder en tête que l'audience n'est pas un bloc et que c'est des gens qui sont extrêmement différents les uns des autres, donc je ne me risquerai pas à faire une topologie même si j'ai essayé plusieurs fois d'en faire avec des sondages, etc., en fait c'est difficile d'en tirer quelque chose.

Les personnes qui regardent mon contenu sont principalement des abonnés.

Qu'est-ce que la santé mentale selon toi ? Quelles en sont tes représentations (perception, image...) ?

C'est une sacrée question, lourde de sens. C'est quelque chose qui est difficile à évaluer, qu'on sous-estime un peu, qu'on laisse un peu trop de côté, quelque chose d'invisible, j'ai presque envie de dire sournois. Autant la santé physique, elle saute aux yeux, elle est directe, Schopenhauer dirait qu'elle est immédiate puisque la moindre douleur provoque un élan de conscience sur son propre corps. La santé mentale c'est beaucoup plus complexe, c'est que depuis peu qu'on met l'accent là-dessus et aujourd'hui l'essor des outils type réseaux sociaux, smartphones, etc., menace vraiment cette santé-là, donc faut qu'on en parle de plus en plus j'imagine, qu'on sensibilise les gens là-dessus, à s'écouter, à s'observer, consulter. Même le fait de consulter, dans beaucoup de cultures, ça reste un peu tabou de voir un psy. Ma perception de la santé mentale c'est vraiment d'un truc insidieux, un truc qui est dans l'ombre.

D'après toi, le sujet est-il assez visible dans la société ? ... sur Internet ? ... et sur YouTube ?

Le sujet commence à être de plus en plus visible dans la société. Je ne sais pas s'il est assez visible, moi j'avoue que je suis un peu biaisé parce que, comme tout le monde, je suis soumis à l'effet bulle, donc je n'en sais rien en fait, je ne sais pas. À priori je ne pense pas que ce soit assez visible, même s'il y a des petites initiatives, un moment YouTube avait fait un truc pour la santé mentale des créateurs, mais c'est du côté des créateurs, pas du côté de l'audience.

Comment décrirais-tu ta relation avec YouTube (plateforme/média/réseau social/entreprise) ?

YouTube je l'aime très très fort et en même temps YouTube me fait un petit peu peur. Ça me fait peur de poster un truc et que ça réagisse pas du tout, ça me fait peur que ça arrive plus d'une fois de suite et que je doive changer de job et en même temps tout ce que j'ai, je lui dois, en partie en tout cas. C'est une relation un peu particulière, je ne dirai pas conflictuelle, parce que les règles sont claires, il n'y a pas de surprise, c'était le deal de départ, donc on fait avec, il faut juste se protéger, je me protège, en essayant de pas trop prendre à cœur les signaux positifs comme négatifs.

Tu as l'impression d'être dans une relation de pouvoir et que la plateforme a une main sur ta vie du fait de l'instabilité, précarité, dans laquelle ça peut te mener ou pas forcément ?

Quelque part oui, mais pour moi le sujet ce n'est pas la plateforme, c'est les gens. Souvent, je trouve qu'on déresponsabilise, entre guillemets car ce n'est pas une responsabilité grave. On dit toujours que c'est la plateforme ou l'algorithme, alors que c'est les gens, en vrai l'algorithme suit le comportement des gens. C'est plus par rapport à mon audience que j'ai cette relation-là que par rapport à la plateforme, c'est juste que la plateforme symbolise un peu cette relation d'une certaine manière. Après évidemment la plateforme a son rôle à jouer, avec par exemple le fait qu'il n'y ait pas d'éditorialisation. S'il y en avait une et que la plateforme décidait de me mettre en avant, j'aurais moins cette pression de faire une vidéo tous les X temps, donc forcément le fait que la plateforme ait dit « ok, tout ça, ça va se faire de manière algorithmique et le seul indicateur qu'on va donner à l'algorithme, c'est faire en sorte que les gens restent le plus longtemps possible sur la plateforme », c'est un choix qui a effectivement des conséquences sur ma vie et sur mon avenir. Évidemment, la plateforme est à prendre en compte mais ce n'est pas la seule responsable de tout ça.

Cette peur de ne pas produire un contenu qui va plaire et cette quête de la vue et de faire quelque chose qui corresponde aux attentes des utilisateurs, est-ce que ça fait évoluer ton contenu vers des choses que tu ne voudrais pas forcément faire, ou tu vas créer dans le but de plaire plutôt de faire ce qui te plaît toi ?

Ça fait ça, ce n'est pas très conscient, c'est un peu plus sournois que ça : je fais un truc parce que ça me plaît, je vois si ça plaît aux gens et si c'est le cas je vais le refaire encore, et au bout d'un moment on se dit « est-ce que je le fais parce que j'aime toujours ou parce que les gens aiment ? ». Ça arrive un peu progressivement, au bout de quelques vidéos on se dit « pour qui je le fais ? ». La réponse à ta question est oui.

Quel est ton impact et ta responsabilité sur YouTube, que ce soit en tant que créateur ou visionneur de vidéos, sur ta propre santé mentale ?

En tant que créateur, il y a un aspect positif énorme, qui m'a vachement aidé dans ma santé mentale, c'est que je fais ce que j'aime.

Pour revenir à la question précédente, c'est un peu des problèmes de riche, car de manière générale j'aime ce que je fais, après est-ce que j'aime un peu moins, un peu plus, mais c'est toujours mieux que d'aller ramasser du riz dans une rizière. De manière générale ça me permet de faire ce que j'aime, de faire des vidéos, d'être assez indépendant, ça donne une liberté qui est incroyable, qui vaut bien plus que beaucoup de choses, et ça en termes de santé mentale c'est quand même hyper positif.

Dans les aspects négatifs, il y a le côté insécurité, mais moi ça fait 7 ans que j'ai lancé ma chaîne YouTube et 5 ans que j'ai décidé d'en vivre, donc au bout de 5 ans on s'y fait, je sais que dans 6 mois si ça se trouve je ferai complètement autre chose. Je me suis habitué à ce sentiment et je ne pense pas qu'il impacte ma santé mentale. Peut-être que je me trompe car il y a des trucs de stress hyper vicieux qui sortent autrement, je n'en sais rien, mais à priori ce n'est pas le cas, peut-être que je suis en train de développer un cancer en cachette depuis 5 ans. Après comme je le disais, pour moi la santé mentale est quelque chose d'hyper tapi dans l'ombre mais pour l'instant de manière consciente tout se passe bien.

En tant que viewer, c'est particulier car je ne peux pas être un viewer lambda, c'est impossible, car à chaque fois que je regarde une vidéo, je suis obligé de penser à toute la création derrière et je vais me comparer au créateur. Je ne vais pas juste être là à écouter son message, penser si c'est bien ou mal et comment ça impacte ma vie. Même si ça impacte ma vie positivement, il y a toujours un fond de « ok mais qui a sorti ce message, pourquoi ça pourrait être intéressant pour moi de le transmettre aussi, pourquoi je le ferai pas du tout, etc. ? ». Globalement, ça donne des idées, des pistes, ouvre mes perspectives, plus de pistes pour améliorer mon quotidien, réfléchir à des trucs, je ne m'attarde pas trop dessus, je ne vais pas être mal, frustré, en regardant des vidéos.

As-tu une responsabilité en tant que créateur de contenu sur YouTube sur ce sujet ?

Non, je ne pense pas. Pour être honnête, je pense que j'ai très peu de responsabilité sur mes sujets. Ma responsabilité est de ne pas dire d'erreur quand j'expose quelque chose. Après, le fait que je rende mon audience meilleure qu'elle l'était en regardant mes vidéos, c'est cool si je le fais, c'est « nice to have » mais ce n'est pas une responsabilité, obligation, je n'utiliserai pas un mot aussi fort, je ne suis pas responsable de mon audience. Mais je comprends qu'il y ait des gens qui aient pas du tout cette approche-là. Déjà ce serait trop complexe d'être responsable de 500 000 personnes, et encore plus pour ceux qui en ont des millions, et ça m'embête de mettre des barrières à la création. Un gars comme Cyprien ou Squeezie, tant qu'il ne dit pas des choses fausses... Ça peut être problématique, mais la solution n'est pas dans le fait

d'attaquer la source, c'est chiant et c'est dommage mais il faut qu'on arrive à éduquer l'audience pour qu'elle soit plus consciente de ce qu'elle fait, regarde, puisse maintenir une distance si nécessaire.

Tu abordes le sujet de manière occasionnelle et avec des approches différentes, avec dernièrement la méditation (mars 2020 et live sur Twitch), la solitude (mai 2020), l'addiction au smartphone (juin 2020), mais je me suis plutôt intéressée à ta vidéo "Il manque un psy dans Game of Thrones" ou tu abordes en mai 2019 la psychologie sous l'angle de la pop culture en analysant le personnage d'une série. Peux-tu me parler un peu de sa conception, de ta collaboration avec la chaîne Le Psylab ?

Je regarde la dernière vidéo de GOT, je me connecte sur Internet, je vois tout ce que les gens disent, ça me rend ouf parce que je trouve qu'il y a des mauvaises interprétations de certaines choses et d'un coup je réfléchis à cette théorie, au fait que son père était déjà fou, je pense à tout ça, je fais mes petites recherches sur Internet, j'étais en train de me renseigner sur la communication non violente, et quand j'ai vu l'épisode je me disais il y a plein de choses qui m'échappent dans la série, j'en parle à ma meuf et je lui dis « ça m'aurait trop fait rire qu'il y ait un psy dans GOT » et je vois aussi que c'est partout, en TT (top tweets), tout le monde en parle, et je me dis, là je suis en vacances, je peux faire une petite vidéo qui va pas me prendre trop de temps, que je monte dans la foulée, que je sors, et je pense qu'il y a moyen que ça plaise, que ça fasse des vues, que ce soit partagé. Je fais cette vidéo et j'en parle avec Jeff du Psylab, qui est un pote, en lui demandant de vérifier ce que je dis, il l'a fait, c'était bon pour lui, j'ai fait une petite citation en fin de vidéo pour lui donner le peu de visibilité que je peux pour le remercier et voilà, c'est comme ça que ça s'est fait. Ce qui explique la miniature dégueulasse de la vidéo.

Justement, par rapport à l'investissement fourni, as-tu été satisfait des réactions et interactions générées par la publication de la vidéo ?

J'avais très peur, je ne suis pas habitué à faire des vidéos à l'arrache comme ça, j'avais peur que ça soit mal pris, et non j'étais content. Après coup, je me suis dit, c'est dommage, j'étais quand même dans ce cadre idyllique avec ma meuf, et j'ai passé les ¾ de la journée sur une vidéo, peut-être que j'aurais juste du kiffer mes vacances, mais là j'ai reregardé et j'ai vu qu'elle est quasiment aux 100 000, et je me disais en la regardant qu'il faut vraiment que je paye quelqu'un pour refaire la miniature.

Dans ta vidéo tu parles avec un ton humoristique d'un sujet qui pourrait être sensible pour certaines personnes, c'est une approche particulière souvent assimilée à la vulgarisation sur Internet, tu n'as jamais eu de souci avec cette approche, quels sont ses avantages, inconvénients... ?

Je pense qu'il y a assez de témoignages, de tons solennels, qui correspondent aussi à cette thématique qui est dure, la plupart des contenus ont ce ton-là. À mon sens, ce n'est pas gênant car je n'ai pas une chaîne qui traite exclusivement de ça. Si j'avais une chaîne de troubles mentaux, je pense que je ne pourrais pas en parler avec humour, sauf si j'étais moi-même sujet aux troubles mentaux et à priori je ne crois pas que ce soit le cas, même si, encore une fois, je ne suis pas au courant de tout ce qui se passe dans ma tête. Donc je pense que c'est aussi parce que c'était un one shot dans déjà l'angle de base n'est pas sérieux : « il manque un psy dans Game of Thrones », ce n'est pas « je vais vous raconter la maladie de mon grand-père », et encore j'aurais peut-être pu faire des vannes, mais là l'angle était léger et c'est pour ça qu'on ne m'en a pas vraiment voulu. Mais si c'était constant et beaucoup de formats et si le ton de ma chaîne était troubles mentaux et humour, là on aurait pu se poser la question de « est-ce que ce n'est pas maladroît ? ».

Dans ta vidéo, tu pointes du doigt un personnage qui a commis de grandes violences en lui attribuant un trouble mental. Penses-tu que cela contribue à faire perdurer le stigma des "fous dangereux" et le fait qu'il faille les annihiler "si elle continue, là on la bute" ?

Alors, est-ce que c'est moi qui ai cette vision là ou c'est le scénariste ? Est-ce que moi je ne suis pas juste en train de montrer ce qui se passe dans la série ? Si on m'avait fait cette accusation, j'aurais pu répondre « cette histoire d'une folle qui devient dangereuse où il faut faire quelque chose pour l'arrêter, ce n'est pas moi qui l'ai inventée ». En ce sens, je ne suis pas sûr que ce soit moi qui participe à relayer ce stigma. Car je ne pense pas que quelqu'un qui n'ait pas vu Game of Thrones ait vu ma vidéo. Je pense que GOT a plus de puissance en termes de frappe médiatique que moi.

Lorsque tu dis "Formez des putains de psys", même si c'est dit comme une blague adressée aux réalisateurs de la série, est-ce une manière de soulever une problématique publique et budgétaire bien réelle ?

Je me souviens plus du contexte de cette phrase. Je trouve que d'une manière générale, on manque de psys dans les conversations. Ça nous aiderait, et ça aiderait dans les conversations publiques, qu'il y ait plus de psys qui nous aident à comprendre, à accepter.

As-tu l'intention d'aborder à nouveau ce type de sujets ? Si oui, sous quels formats ?

À un moment où j'avais le format « Coup de phil » sur la philo, j'avais pensé faire des petites pastilles de psycho. Voir des grandes thématiques, expériences, psychiatriques, psychologiques, puis je suis passé à autre chose dans ma vie. Donc non, ce n'est pas prévu, et si ça se fait, ça reste un peu ponctuel, comme pour Game of Thrones.

Pourquoi ce choix ? Qu'est-ce qui pourrait te donner plus envie de l'aborder sur ta chaîne ?

Tout simplement car je ne suis pas expert, je n'ai pas fait une fac de psycho, je n'exerce pas la psychologie, la psychiatrie, je n'ai pas fait de psychanalyse, donc même si ça m'intéresse, ce n'est pas quelque chose qui m'anime finalement, donc ce serait hyper compliqué pour moi de repartir à zéro. En philo, rien qu'avec un an de lycée et deux ans de prépa, j'avais un petit bagage qui me permet de comprendre toutes les informations que je lis, de savoir de quoi j'ai envie de parler, etc. Alors qu'en psycho, je partirais de loin, et j'avoue avoir envie de parler d'autre chose, il y a d'autres thématiques que j'ai envie de traiter.

Donc plus que la question de la légitimité que t'abordais au début, c'est surtout une question d'intérêt ?

Je pense que la légitimité se bâtit avec le temps. Aujourd'hui, j'ai acquis une forme de légitimité sur des thématiques alors que je ne parlais de rien. Et quelque part, j'ai tellement lu et travaillé mes sujets, alors je ne suis pas un expert mais je n'y connais pas rien. Je suis assez team « c'est en forgeant qu'on devient forgeron » et pousser les gens à dépasser leur syndrome de l'imposteur, etc. parce que je pense que cette légitimité elle peut se bâtir et si quelqu'un faisait des vidéos de psycho depuis 7 ans, bien sûr en se renseignant, en faisant valider les textes par des gens qui savent, des vrais experts pour le coup, la personne deviendrait un.e vulgarisateur.rice de psycho et serait légitime là-dedans je trouve.

Quelqu'un qui viendrait témoigner, apporter son regard, donner des conseils dans des vidéos (une personne atteinte d'un trouble ou qui en compte dans son entourage), cette personne qui ne serait pas experte serait-elle moins légitime pour en parler selon toi ?

Je ne sais pas, je ne suis pas sûr, c'est délicat car ce n'est pas parce qu'on est atteint du trouble ou qu'on connaît quelqu'un qui en est atteint, qu'on sait ce qu'il faut faire pour aider à aller mieux, minimiser le trouble, guérir... Pour moi, c'est deux trucs qui sont très différents. C'est toujours intéressant d'avoir des témoignages, et ça peut peut-être aider d'en entendre, mais pour un objectif de guérison, je ne sais pas si ce n'est pas mieux d'avoir quelqu'un dont le métier, qui y a été confronté, qui l'a étudié, qui sait ce qu'il faut faire.

Et dans un objectif d'information, de sensibilisation, d'éducation... ?

Oui, ça c'est très bien, c'est comme Konbini qui a fait un Speech avec une femme schizophrène, et on pouvait voir dans les commentaires que les gens découvraient que ce n'était pas qu'entendre des voix dans sa tête. C'est très intéressant, ça permet de retirer des stigmas. Après ce n'est pas la même conversation que celle sur la légitimité dans un objectif d'aide, d'aller mieux, guérison.

Et le rôle du vulgarisateur ?

Un vulgarisateur va juste expliquer que ça existe, il va donner quelques faits sur la maladie, ouvrir des portes. Là on ne parle pas d'histoire, de philo, d'art, on parle quand même de maladies, des troubles, des choses qui impactent vraiment la vie de gens, des choses douloureuses, donc pour moi, les vulgarisateurs ce n'est pas ce dont on a besoin sur ce domaine- là, on a vraiment besoin d'experts, des psychologues, des psychiatres, comme Le Psylab, c'est vraiment super.

Mais ce n'est pas pour autant que des vulgarisateurs ne devraient pas exister, c'est bien qu'il y en ait en psycho. Mais si tu me demandes ce qu'il faudrait, c'est ces gens-là qu'il faudrait.

Et donc pour toi c'est une forme de soin, un psychologue, un psychiatre, qui a une chaîne YouTube et qui diffuse du contenu, ça fait partie d'un processus de soin ?

Non, je ne pense pas, mais ça peut peut-être aider certaines personnes, les rassurer sur à quoi ressemble le soin, retirer des barrières, mais ce n'est pas un soin à proprement parler.

Serais-tu intéressé par un partenariat sur un sujet en lien avec la santé mentale avec une institution, une association, un hôpital, un média... ? Si oui, dans quelles conditions ?

Ça va être dur ma réponse mais pour être totalement transparent et honnête, ce serait une discussion avec mon agent. Ce n'est pas que financier, ce serait une question de planning. Même si c'est des thématiques qui m'intéressent, il y a une telle sollicitation, un tel nombre de projets, et un temps de travail limité, qu'on ne peut pas dire oui à tout, on est obligés de trier, filtrer... Il y a des trucs que je fais, beaucoup moins que ce que je ferais, parce que c'est des causes sociales, des économies sociales et solidaires, mon agent est dans la même logique que moi là-dessus. Mais pour le coup, MacDo me contacte, c'est non. C'est des sujets qui sont intéressants, importants.

Que penses-tu de la manière dont sont traités les contenus en lien avec la santé mentale par la plateforme YouTube ? Au niveau de la mise en avant, de l'algorithme, de la monétisation, penses-tu que c'est un type de contenu qui est soutenu par YouTube ?

Via la monétisation, je ne suis pas sûr que ce soit soutenu car je pense que si demain je fais une vidéo sur la schizophrénie, je ne sais pas si c'est monétisé, démonétisé, je n'en sais rien en fait mais j'ai plus de risques que si je fais une vidéo où pendant 24h je mange bio.

C'est problématique pour toi ?

Bien sûr. C'est un gros problème qui touche aussi les femmes, c'est assez insupportable. À l'époque où je parlais de news, pareil, dès que je faisais une vidéo... par exemple sur Adama Traoré... dès que c'était sur des trucs un peu sensibles, j'avais fait un truc sur la jungle de Calais qui avait été démonétisé. C'est un problème. Après, nous créateurs, on en parle à YouTube, alors on ne pèse pas énorme dans la balance, après ce sont des enjeux qui ne sont pas à notre niveau, même pas au niveau de la France, même les interlocuteurs qu'on a, leur pouvoir de décision est assez réduit. Tout ça c'est des choses qui se passent au siège, c'est des grosses lignes directrices. Après petit à petit, c'est en train de bouger. J'ai vu que mon pote HugoDecrypte qui fait des vidéos d'actus, a fait une vidéo sur le cannabis qui a été démonétisée puis remonétisée après vérification par YouTube. Moi j'avais fait un truc sur Sea Shepherd sur la violence animale donc on voit des dauphins avec du sang, etc. elle a été démonétisée manuellement puis remonétisée donc ils font de plus en plus d'efforts dans cette direction-là, donc j'espère que bientôt la démonétisation ne sera plus un sujet. Il me semble qu'il y a un événement « Mental Health Awareness » aux US où pendant une semaine ou une journée, YouTube pousse grave ça en avant et fait quelques actions là-dessus, donc il n'y a pas rien, évidemment ça pourrait être mieux mais tu vois on aurait parlé d'autres sujets où je t'aurais dit là c'est grave mais là je trouve que ça va quand même dans la bonne direction.

Que penses-tu de la marchandisation de la santé mentale sur Internet et sur YouTube aujourd'hui, avec la multiplication des services de coaching en ligne, avec des youtubeurs qui vont proposer des services payants à leur communauté ?

Je ne suis pas sûr d'avoir un avis hyper négatif là-dessus, alors ça dépend comment c'est fait et si la personne a quelque chose à apporter. Je n'ai rien contre le coaching, je pense même que ça peut être bénéfique dans plein de cas. Ça dépend vraiment du coach, du service, si c'est quelqu'un qui t'aide vraiment à aller mieux, et là encore une fois je ne parle pas de troubles mentaux. Pour moi, c'est de la vente mais pas un abus ou de la manipulation. Ce n'est pas quelque chose que je trouverais grave. On prend plus en compte les conseils qu'on a payé pour avoir. Ce côté ne me gêne pas mais ça dépend à quel point c'est du bullshit derrière, si les gars ont un truc à t'apporter.

Selon toi, cela devrait faire l'objet de mesures de régulation pour éviter les dérives ?

Pour moi, la mesure de régulation elle est dans la possibilité de pouvoir se faire rembourser ou d'attaquer la personne en justice. Je suis très responsabilité individuelle, je n'aime pas trop les systèmes régulateurs. Je pense qu'il en faut sur plein de sujets, je ne suis pas ultra-libéral, ce n'est pas ma pensée, mais pour ce genre de trucs, t'as une communauté, tu leur proposes quelque chose qui a un prix, tout est clair, expliqué, etc., ce n'est pas un problème. Maintenant, s'il y a une fraude, la loi doit pouvoir s'en occuper et défendre les gens qui se sont fait avoir.

Aurais-tu des recommandations à faire pour permettre une meilleure démocratisation de la santé mentale et des soins associés auprès des jeunes sur YouTube ? (à la plateforme, aux youtubeurs, aux jeunes utilisateurs, aux médias, entreprises, associations, institutions médicales, etc.)

Ces moments, les spotlights, les trucs comme la Mental Health Awareness, la journée, je pense que ces trucs devraient être beaucoup plus, je trouve ça bien. On devrait avoir chaque année une semaine minimum dédiée à ça. Ça paraît peu, mais c'est déjà un temps où ça crée de la conversation, les langues se délient, on parle de certains trucs, des influenceurs peuvent témoigner, et ça peut sensibiliser plein de gens à se dire « j'avoue c'est un truc qui me touche, je devrais me sentir concernée par ce truc-là, peut-être que je devrais me prendre en main ». Je pense que ces initiatives sont top et il n'y en a pas assez, ce n'est pas assez puissant, reconnu. La plupart des youtubeurs, quand ils sont honnêtes avec leur audience et qu'ils parlent de leurs ressentis, émotions, ils touchent toujours du doigt ce problème-là. Il y a beaucoup de témoignages, vidéos coup de gueule, mises à nu, et je pense que c'est hyper sain, il faut continuer à le faire. Quand j'ai fait la vidéo où je parlais de ma calvitie, j'ai eu pas mal d'écho d'hommes qui m'ont écrit « ta vision m'a grave aidé, m'a fait du bien ». Notre rôle en tant que créateur/influenceur, et plus influenceur là je crois, c'est de parler de ces choses-là, pas de parler que des trucs positifs qui nous arrivent, parler aussi des problèmes, j'ai l'impression que ça se fait déjà et de plus en plus. Plus le lien est fort avec la communauté, plus on est enclin à le faire. Je pense qu'il faut continuer dans ce sens.

As-tu quelque chose à ajouter ?

Il y a plein de choses dont on parle qui sont impossibles, c'est une direction, mais c'est impossible, c'est peut-être défaitiste mais je pense qu'il y a pas mal de problèmes qui sont insolubles, des problèmes qui sont des conséquences directes de l'existence-même de YouTube, d'influenceurs, d'une audience qui a le choix de regarder ce qu'elle veut. Il y a des choses qui sont inhérentes à ça et qui ne partiront jamais. On peut faire le maximum pour en réduire les effets, et c'est aussi le but de cette conversation, mais je pense qu'il ne faut pas se voiler la face sur le fait que tant qu'il y aura le choix de regarder ce qu'on veut sur Internet, il y aura des influenceurs ; tant qu'il y aura des influenceurs, il y aura des influenceurs

qui vont acheter des shibas ; et tant que des influenceurs achèteront des shibas, des gens en achèteront. Il n'y a rien contre ça, si ce n'est changer totalement de modèle.

Est-ce que pour toi, les utilisateurs viewers sont des influenceurs ?

Il y a toujours ce qu'on appelle la micro-influence donc oui ils s'influencent entre eux mais ils influencent aussi l'influenceur. Si demain, tout le monde s'intéresse au minimalisme et que tout le monde me le réclame, je vais faire une vidéo dessus puis d'autres car YouTube va m'encourager en me disant « ouais, mec ça plaît trop à ton audience, regarde, t'as des millions de vues en parlant du minimalisme ! », donc moi je vais le faire, je ne saurai même plus si j'aime ça ou pas mais bon je serai trop occupé à travailler dessus et du coup plein de gens qui étaient même pas concernés par le sujet s'y intéressent donc l'audience a influencé l'influenceur qui influence un paquet d'autre monde. C'est vraiment le serpent qui se mord la queue. L'influence n'est jamais la source. Les individus qui arrivent à influencer sont des gens qui ont des personnalités et des visions hyper fortes et ces individus généralement on les connaît, c'est des gars comme Steve Jobs, des prophètes. Ce sont sinon plus souvent des groupes déjà formés, qui peuvent être des marques, des sociétés, avec la publicité notamment.

Retranscription de l'entretien téléphonique avec le youtubeur Julien Malara (Demos Kratos) le 17 août 2020

Pour commencer, peux-tu rapidement te présenter, décrire ta chaîne YouTube et le contenu que tu proposes ?

Je m'appelle Julien Malara, j'ai 24 ans, j'ai lancé la chaîne Demos Kratos quand j'en avais 21 ans donc un peu plus de 3 ans, quand j'étais à Sciences Po Grenoble suite à un éveil politique où je me suis rendu compte que j'avais beaucoup de connaissances politiques suite à ma prépa, par rapport aux autres étudiants de première année. J'ai voulu démystifier tous ces éléments politiques pour pouvoir parler à beaucoup de monde en même temps et à la base pour combattre les idées politiques reçues, comme le fait que l'on soit en démocratie.

Quelle est la nature de ta communauté et la relation que tu entretiens avec elle ?

J'ai accès à 2 types de données : les statistiques sur mon espace créateur YouTube (plus ou moins fiables) et ce que je remarque beaucoup. Mon public est composé à 75% d'hommes, selon YouTube, parce que les hommes créent plus de comptes YouTube que les femmes ou parce que le contenu politique attire plus les hommes que les femmes, je pense que c'est un peu des deux. C'est un public qui a entre 18 et 35 ans donc relativement jeune et qui s'intéresse beaucoup aux questions d'écologie, d'autonomie et de démocratie au sens premier du terme, à savoir redonner le pouvoir au peuple, autonomie politique donc. Ma communauté, c'est des gens qui ont évolué avec moi, pas la même hier qu'aujourd'hui. Aujourd'hui, certains sont très avancés, j'ai l'impression qu'ils n'apprennent pas grand-chose avec moi et quand je poste quelque chose ils me disent « ah enfin t'en parles ! », comme si j'étais en retard par rapport à eux, et d'autres qui au contraire découvrent les sujets. Mon but est d'être le plus radical possible, à savoir aller le plus possible à la racine des problèmes, donc ça peut faire peur à certains et ça plaît à d'autres et pour certains ça ne va pas encore assez loin. Pour la plupart, c'est plutôt des écolos, gens de gauche, abstentionnistes, des gens qui ont déjà une très forte désillusion de la vie politique.

Tu communique beaucoup avec eux, sur la plateforme et hors de la plateforme ?

Il fut un temps, j'avais un Discord où je parlais souvent avec des gens et là depuis quelques temps, je lis tous les commentaires, réponds à certains, mais je suis beaucoup moins actif. À une époque je faisais des lives presque une fois par semaine pour discuter avec les gens mais là je me suis vraiment détaché de la chaîne parce que ça me bouffait.

Qu'est-ce que la santé mentale selon toi ? Quelles en sont tes représentations (perception, image...) ?

Pour moi, la santé mentale c'est que tu sois heureux et que t'arrives à dormir la nuit. Quand je n'avais pas cette santé mentale, c'est ça que je ressentais, je n'arrivais jamais à dormir, j'étais tout le temps fatigué et je n'étais plus heureux.

D'après toi, le sujet est-il assez visible dans la société ? ... sur Internet ? ... et sur YouTube ?

Très peu, je le vois tous les jours, sur 9GAG notamment, forum pour hommes qui veulent faire des blagues, il y a au moins un meme par semaine qui parle des hommes qui dépriment, la dépression chez les hommes pas assez prises au sérieux dans la société, leur pression mentale. Et je suis d'accord avec eux dans le sens où la dépression est quelque chose qu'on aborde très peu, généralement que quand on va au bout du bout, quand on va voir un psy ou un médecin mais la santé mentale on va dire basique, avant que ça devienne malade...

Est-ce que selon toi, c'est un sujet qui est plus visible sur Internet et plus particulièrement sur YouTube que dans la « vraie vie » ?

Je pense que sur Internet, les youtubeurs, par exemple les forums, etc., les gens se lâchent beaucoup plus, il y a une ouverture de la parole. Le nombre de youtubeurs qu'on a vu expliquer qu'ils faisaient une dépression parce qu'ils

travaillaient trop, ne prenaient pas assez de temps pour eux. Ça, même tes amis ne te le disent pas quand ils font une dépression. Tu le vois mais ils en parlent moins ouvertement. Internet libère vraiment la parole donc je pense que sur Internet ça se voit vraiment beaucoup plus au sujet de la dépression que dans la vie de tous les jours. Moi sur YouTube, j'ai déjà vu presque tous les youtubeurs faire une vidéo à un moment pour expliquer qu'ils faisaient soit une dépression, soit un burn-out.

Je lie les deux, ma dépression était très liée à un burn-out. Sur YouTube, les gens sont exploités. Pour moi YouTube, c'est le Deliveroo, l'Uber de la télévision, la précarisation des métiers de l'audiovisuel, avec des personnes qui gagnent un SMIC pour les plus chanceux et qui travaillent 50-60-70h par semaine, ils bossent tout le temps, et du coup font des burn-outs, des dépressions. Ils sont soumis à une pression immense car il y a les statistiques, les chiffres, les vues, faire toujours plus, toujours mieux. C'est la jungle YouTube. Réussir à tenir sur la durée, il faut vraiment faire énormément d'efforts. C'est pour ça que la plupart des youtubeurs crament au bout de 3-4 ans et que ceux qui restent, ils restent 10 ans car ils ont réussi à trouver leur équilibre.

Et du coup, tu restes sur cette plateforme ? Tu fais partie de ces travailleurs précaires qui vont peut-être durer 10 ans car ils auront trouvé ce rythme-là ?

J'ai commencé ma chaîne tout seul dans ma chambre en bossant H24. Ensuite, j'ai rajouté des gens qui bossaient avec moi dans ma chambre, et qui bossaient H24. Et ensuite, j'ai pris des bureaux et là je suis en train d'instaurer la semaine de 4 jours pour bosser moins. Au début, on travaillait comme des dingues. Je me suis totalement cramé. J'ai fait burn-out, dépression, tout ça. Et maintenant, on est en train de réfléchir à comment mettre en place quelque chose qui soit plus pérenne comme la semaine des 4 jours des horaires de boulot fixes (9h-18h), des choses qui ne te bouffent pas ta vie. Quand t'es sur YouTube, tu te dis que ce n'est pas un vrai boulot. Tu bosses jusqu'à 3h du matin puis tu viens au bureau à 12h car après tu es claqué. Tu travailles un peu n'importe comment et te crames donc très vite. Tu fais un nombre d'heures impossible, même la nuit tu penses à tous tes montages, etc. Je dormais super mal. À cela, tu rajoutes l'éco-anxiété et le fait que j'apprenais de plus en plus qu'on allait tous crever, et là t'as un bingo où tu te dis « je fais tout ça, je me détruis la santé pour rien puisqu'on va tous crever. » C'était le combo quoi.

Quand tu te revois dans cette période, tu ne t'es pas douté que ça allait terminer en burn-out ?

Je l'ai vu monter petit à petit ce burn-out, surtout quand on travaillait chez moi. On a essayé de trouver un studio à Lyon et c'était très compliqué, surtout en tant qu'association. Là on a enfin de vrais locaux dans une friche industrielle, au pôle Pixel, où il y a tous les vidéastes de Lyon, où on a réussi à louer 120 m², on a des espaces dédiés, il y a un vrai confort de vie, une vraie séparation entre la vie professionnelle et personnelle. On essaie de plus en plus de cantonner le travail aux horaires de travail et aux lieux de travail. Si je devais donner un conseil, ce serait « ne bossez pas chez vous ».

Comment décrirais-tu ta relation avec YouTube (plateforme/média/réseau social/entreprise) ?

C'est une relation d'amour et de haine. Je regarde environ 2 heures de vidéos YouTube par jour. Je suis énormément de youtubeurs, je suis cette plateforme depuis 10 ans, pas qu'en politique. C'est vraiment mon kiff YouTube, je connais tout, comment fonctionnent les algorithmes, comment publier une vidéo, etc. Et en même temps de la haine car c'est vraiment une plateforme qui exploite ses créateurs, leur donne très peu d'informations sur comment la plateforme fonctionne, qui ne les paie pas, qui les sous-paie avec de la pub mais à des niveaux atroces, qui censure énormément de contenus en démonétisant les vidéos, donc ce n'est pas vraiment de la censure mais comme tu n'as pas envie d'être démonétisé, tu auto-censures certains trucs. Après, ils vont même jusqu'à de la censure en interdisant ta vidéo de diffusion dans certains pays, parce que ça a des contenus politiques, illicites, ou quoi que ce soit, comme un ami qui a filmé une manifestation et s'est fait striker pour diffusion d'images violentes. Un strike c'est un gros truc, pas juste un avertissement. Tu as le droit à 3 strikes puis ta chaîne est supprimée définitivement. YouTube se base sur des créateurs qu'il ne paie pas, et en même temps il les engueule au moindre truc. Dès qu'ils publient une vidéo, ils peuvent se faire démonétiser, striker, déréférencer... Ce sont des choses aléatoires, l'algorithme ne t'explique pas pourquoi. C'est beaucoup de stress. Tu passes énormément de temps à travailler, tu la sors et tu n'es pas sûr qu'elle fasse des vues. À la TV, tu sors un documentaire, tu sais que ce sera diffusé sur cette chaîne, tu l'as signé avant, tu sais qu'il va être vu par des gens, quel que soit ce que tu fais. YouTube, c'est aléatoire, tu ne comprends pas pourquoi. Il y a beaucoup de boulot invisible. On croit que le boulot sur YouTube c'est juste de faire la vidéo mais il faut ajouter le fait de trouver de l'argent car YouTube ne paie pas, d'éviter de se faire striker, de faire de la communication pour que ta vidéo soit vue, d'essayer de faire des vidéos avec d'autres youtubeurs car c'est ça qui marche sur cette plateforme. C'est beaucoup de boulot pas payé. Quand tu bosses pour un patron et qu'il te dit « fais tout ça », tu te dis que tu bosses pour un salaire. Mais là quand tu fais tout ça, tu te dis « ce que je fais là me rapporte zéro », puisque ce n'est pas grâce à YouTube qu'on gagne notre vie nous. On gagne notre vie grâce à d'autres organisations économiques mais pas grâce à YouTube. Donc on bosse beaucoup pour pas beaucoup de retombées, qu'elles soient économiques ou psychologiques. Quand une vidéo plaît, c'est mieux qu'un salaire pour nous. On a énormément de fierté à avoir produit un truc, à avoir transmis des idées politiques, etc. Mais quand ta vidéo elle est regardée par personne, que t'as mis du temps, de l'argent, de l'énergie pour aucun retour financier et aucun retour en reconnaissance, c'est le pire, tu as vraiment l'impression d'avoir travaillé pour rien.

Tu as la partie émergée, où je comprends comment marche techniquement le site, et en même temps YouTube est aléatoire. Des fois, il peut y avoir un match de foot et les gens regardent beaucoup de foot sur YouTube, donc si tu publies une vidéo YouTube au milieu pour parler d'écologie elle fera zéro vue alors que si tu l'avais publiée trois jours après, elle aurait été plus mise en avant par YouTube. Tu as plein d'imprévus comme ça qui sont incontrôlables, c'est-à-dire qu'on comprend à peu près comment fonctionne YouTube, mais c'est la théorie, et il y a une différence entre la théorie et la pratique. Donc tu as l'impression que tu maîtrises YouTube, mais en fait c'est YouTube qui te maîtrise.

Énormément de créateurs détestent YouTube, car c'est vraiment... Tous les créateurs quand tu vas leur parler, ils vont te dire en premier « non mais c'est quand même vachement bien YouTube, y a quand même pas mal de fonctionnalités, c'est cool », puis après, entre nous, quand on parle entre créateurs, on a dépassé ce discours de "YouTube c'est bien", et on se dit tous entre nous qu'on est surexploités. Dans l'audiovisuel, tout le monde a droit à des droits d'auteur, à des subventions, nous sur YouTube, ça commence à arriver à peine. YouTube n'arrête pas de faire n'importe quoi et parfois de nous enlever des fonctionnalités qui nous servaient trop en tant que créateurs, pour nous en rajouter d'autres dont on se fiche un peu. On voit qu'on n'a aucun contrôle sur la plateforme, et qu'elle privilégie de moins en moins les créateurs et de plus en plus les marques, les grosses chaînes, la pub. T'as plus l'esprit youtubeur que t'avais à une époque. YouTube, tu ne peux pas les appeler, c'est tout le monde et ce n'est personne. Tu peux envoyer un mail à un service clientèle qui te répondra des réponses techniques. Contrairement à Dailymotion qui avait un service où des gens appelaient les youtubeurs, il y avait un intermédiaire humain entre les gens et les vidéastes de l'époque. Alors qu'aujourd'hui il n'y a plus aucun contact humain, mais en même temps ils ne pourraient pas, il y a trop de gens sur YouTube. Après, j'ai entendu dire que quand tu dépasses les 100 000 abonnés, tu peux avoir un conseiller, mais ça reste à mon avis des choses très basiques. YouTube, ils m'ont déjà appelé une ou deux fois quand ils faisaient des enquêtes pour savoir ce dont les créateurs ont besoin sur la plateforme. Ils ont fait ça il y a deux mois spécialement pour les vidéastes qui parlent d'actualité politique et de sujets de société, on a fait un entretien téléphonique d'une heure et là j'ai eu l'impression que YouTube s'intéressait un peu à ce que je pouvais penser. Je leur avais dit que j'en avais marre de la censure. Pendant une heure, on a parlé de vraiment ce qu'il fallait améliorer sur la plateforme et je leur ai dit sans langue de bois plein de choses cash. Après, c'est le problème d'une multinationale, t'as aucun contact humain, elle pense en termes de rentabilité, de chiffres, et pas de point de vue artistique. C'est comme quand t'es réalisateur de films au cinéma ou réalisateur de vidéos sur Facebook, ce n'est pas la même chose. Au cinéma, tu as des règles, des conventions, des salaires minimum, du budget, c'est humain, dans un film, une équipe ça peut être une centaine de personnes mais ça reste humain. YouTube, c'est une multinationale, il y a des millions de personnes dans le monde entier, pas en tant qu'employés mais en tant qu'utilisateurs. Ça ne peut pas être humain YouTube, ça ne le sera jamais, c'est le problème de la mondialisation, que des flux, de l'argent, des chiffres, et plus de l'humain.

Ce que tu disais en parlant du cinéma, c'est qu'il y a quand même des normes, des réglementations, c'est quelque chose que tu souhaiterais pour YouTube ?

Oui... Non... Je suis quand même content de pouvoir magouiller mon truc et que personne ne m'embête. Enfin si, on m'embête quand même un peu, on me restreint un peu quand même car on se met en intermédiaire du spectacle donc il y a des cotisations, des choses qui sont normales, beaucoup de paperasse et d'administratif. Donc je me dis qu'avoir une structure plus organisée demanderait encore plus de paperasse et de bordel et serait compliqué à gérer mais en même temps, il y a de la sécurité. Les règles sont là pour que les gens travaillent dans de bonnes conditions. Le problème est que si on instaure les 35h, un salaire minimum, les gens vont... c'est l'esprit YouTube, l'esprit Uber, Deliveroo, tu taffes comme un dingue, t'es précarisé et payé au lance-pierre. Toute notre société va dans ce sens-là, c'est la société du précaire, une société où tout le monde est précarisé, où les entreprises nous utilisent quand elles en ont besoin et tout est une question de chiffres, de rentabilité à court terme. En fait YouTube n'est que le reflet de la manière dont est organisée notre société. Et vu que notre société est bien, à mon sens, dégueulasse, YouTube devient et l'était déjà certainement depuis longtemps, dégueulasse.

Tu as évoqué l'impact de YouTube sur ta santé mentale en tant que youtubeur, qu'en est-il en tant que viewer ?

D'un point de vue viewer, moi j'aime beaucoup YouTube, car c'est énormément de créateurs qui ont des univers différents, qui font des choses avec peu de moyens, c'est ce que j'aime voir sur YouTube, des gens qui sont passionnés de quelque chose et tentent des nouvelles choses, expérimentent, créent des choses qui n'auraient pas eu leur existence au cinéma ou à la télé. YouTube c'est ma télé. J'aime énormément apprendre des choses via les vidéos YouTube.

Quelle est ta responsabilité sur YouTube en tant que créateur ?

Est-ce que je suis responsable de ma santé mentale ? Forcément, je suis responsable dans le sens où je peux faire des choix mais après est-ce que je suis maître de mes choix ou mes choix ne sont que la conséquence de la société. Le choix de bosser H24 sur ma chaîne YouTube, on pourrait dire que c'était mon choix, que j'aurais pu choisir de bosser moins, mais non, parce qu'en fait la plateforme YouTube fait en sorte que la régularité soit récompensée donc si tu sors une vidéo par jour par exemple, tu ne dors jamais, tu bosses tout le temps, car tu veux grandir sur la plateforme. Et vu que pour YouTube, il n'y a pas beaucoup d'aides, de subventions, c'est un nouveau métier donc il n'y a pas vraiment de cadre pour travailler sur YouTube, ce qui fait que tu te sous-payes, ne te paye pas et ne te limite pas en heure. Je suis responsable de

ça car je l'ai fait, mais car la société, YouTube, tout le monde, me poussait à faire ça, je n'aurais pas pu faire autrement donc j'ai une responsabilité limitée, ou partagée plutôt.

En janvier 2020, tu as organisé une vidéo en live intitulée “Je fais une dépression”, notamment centrée sur l'éco-anxiété. Tu t'es extrait de l'entité collective Demos Kratos et t'es exprimé de manière spontanée à titre personnel dans le but d'échanger avec tes abonnés, de te confier en te livrant sur tes difficultés et d'obtenir des partages d'expériences positifs et des conseils. C'est un format intime, introspectif, qui dénote du reste du contenu proposé sur la chaîne, comment navigues-tu entre ces deux identités ?

Tu as tout à fait raison, c'était très personnel, et en même temps, la chaîne YouTube, jusqu'à il n'y a pas très longtemps était très personnelle. Je parlais directement à la caméra aux gens, j'avais vraiment ce contact et le fait que je me sois mis avec une équipe, eh bien le côté je suis seul dans ma chambre et je parle avec mes abonnés s'est transformé en on est 3-4 à réaliser des vidéos ensemble donc je me mets moins en avant car c'est plutôt des documentaires, plus travaillés, etc., donc je me détache de ma chaîne YouTube. Et c'est quelque chose que j'ai envie de corriger, j'ai envie de retrouver ce côté simple et personnel de la chaîne YouTube. J'ai envie de pouvoir reparler aux abonnés. Le live « dépression » dénotait du reste de la chaîne car à ce moment-là toutes les vidéos étaient très impersonnelles et celle-là était très personnelle, mais avant les vidéos étaient très personnelles, j'expliquais pourquoi j'étais devenu végane, pourquoi je votais insoumis, pourquoi l'écologie ce n'était pas ça, je m'exprimais sur ce que je pensais, ce que je faisais, c'était Julien vous raconte ce que lui fait et ce qu'il pense, et là ça s'est transformé depuis un moment en Julien vous présente des documentaires réalisés à plusieurs personnes et on le voit que 5 minutes dans la vidéo et du coup ça plaît moins aux abonnés, ça me plaît moins à moi et même à l'équipe car ils se rendent compte et ça les embête de faire du contenu qui ne soit pas vu, donc on s'est mis d'accord sur l'idée qu'on allait repartir sur des vidéos plus personnelles.

As-tu regardé ce live depuis que tu l'as mis en ligne et si oui, qu'en as-tu pensé avec le recul ?

J'ai regardé les 5 premières minutes et je me suis souvenu que ça m'avait fait énormément de bien cette vidéo. Car je me suis souvenu très clairement, que quand j'ai fait cette vidéo, je faisais vraiment plus de vidéos personnelles sur la chaîne donc je ne parlais jamais aux gens en fait. Quand je faisais des vidéos face cam, je pouvais toujours glisser une blague, je pouvais parler naturellement... Alors qu'avec toutes les vidéos montées, les documentaires, je ne pouvais plus parler librement, j'étais cantonné à des scripts. Et quand j'ai fait le live, je me suis senti tellement bien car j'ai pu renouer un contact avec les abonnés et à la fin du live je me suis dit que j'avais envie de reparler aux gens et j'ai d'ailleurs commencé à faire des lives sur Twitch. Aujourd'hui, j'ai envie de parler aux gens, je n'ai pas envie de faire des documentaires impersonnels qu'on verrait à la télé, j'ai envie que ce soit moi dans ma chambre qui parle aux gens même si c'est plus chambre mais un studio, mais que ça reste cette idée de moi assis dans une pièce qui parle aux gens directement à cœur ouvert. C'est ça que les gens cherchent sur YouTube aussi, c'est que des gens deviennent leurs amis et qu'ils leur racontent des choses, pas des vidéos impersonnelles qu'on pourrait voir sur France 2.

As-tu obtenu des réponses à tes questionnements, l'aide que tu espérais avoir de la part de ta communauté ?

Alors, je ne me souviens pas avoir eu des conseils spécifiques ou de l'aide spécifique. C'était plutôt le fait de l'exprimer à ma communauté, et qu'ils répondent par une dose d'amour et de soutien qui m'a aidée à aller mieux. Après les conseils qu'ils donnaient étaient un peu bateau comme aller voir un psy. Quelques temps après la vidéo, je me suis dit « bon maintenant ça suffit, je vais voir un psy », et j'avais d'ailleurs pris rendez-vous mais il y a eu le confinement donc je n'y suis jamais allée.

Je me souviens qu'à l'époque j'avais regardé les différences entre psychiatre et psychologue et apparemment psychiatre c'était plus médicaments, maladie, tout ça, et psychologue plus l'esprit, et moi je n'ai jamais été diagnostiqué dépressif et je ne pense pas que j'ai été dépressif au sens faire une dépression médicale, c'était plus dépressif dans le sens où ça faisait des mois que je savais plus quoi faire, que j'en arrivais à pleurer dans mon lit le soir pour aucune raison. En fait, j'étais vraiment très très mal pendant très longtemps et ça a été un mélange de burn-out et de « ma vie n'a plus aucun sens ». Donc c'était quand même à mon avis pas loin d'une dépression, mais ça n'a jamais été médicalement validé. D'ailleurs on me l'a bien fait comprendre en commentaire de la vidéo du live. Il y en a plein qui m'ont dit : “mais t'as pas honte de dire que t'es en dépression, une dépression ce n'est pas ça, c'est beaucoup plus grave”. Certains étaient un peu énervés que je dise ça, mais pour moi c'était le terme qui décrivait le plus ce que je vivais.

Un moment tu dis que ta communauté est ta psy et tes abonnés te le disent également. Est-ce que tu peux déjà commenter ça et est-ce que tu as l'impression de te faire soigner par ta communauté ?

Oui. Je me souviens très bien que c'est ça que j'avais ressenti. Après le live et avoir parlé avec des gens pendant 2 heures, je me sentais très bien car j'avais pu discuter avec quelqu'un de tout ce que je ressentais, le fait d'avoir une oreille à peu près attentive, au final c'est ça un psy, quelqu'un qui écoute tes problèmes et te dit “mais non t'inquiète y a ça y a” et la communauté a fait ça avec bienveillance du coup elle a été ma psy à ce moment-là. Après aujourd'hui j'en suis toujours à ce point de ma vie où je ne sais pas trop ce que je vais faire. Là j'ai envie de quitter Lyon, d'aller vivre dans la nature, dans un mobil-home ou une tiny house. Mais du coup, est-ce que je continuerai à faire des vidéos ? J'ai plus la passion de la politique comme à l'époque. Aujourd'hui, elle m'ennuie.

[APARTÉ DANS LA CONVERSATION SUR L'ÉCOLOGIE, L'AUTONOMIE, LA POLITIQUE...]

Ce live a-t-il été visionné par des gens qui n'appartiennent pas à ta communauté ? Est-il encore visionné aujourd'hui ?

La vidéo a duré énormément dans le temps. La surprise de cette vidéo est que même aujourd'hui il y a encore des gens qui la voient, qui commentent. Je pense qu'elle a percé au-delà de ma communauté, parce que franchement pour qu'elle vive aussi longtemps, c'est car il y a des gens qui tapent "je suis déprimé", "éco-anxiété" ou des choses comme ça et qui tombent sur la vidéo. Elle parle à beaucoup de monde, c'est pour ça que pour un live elle a fait plus de 30 000 vues alors qu'elle a duré 2h. Ça veut dire qu'il y a énormément de gens qui sont attirés par ce sujet, partagent ce sentiment et qui sont touchés. C'est immense pour un live de 2h qui parle d'un sujet très personnel, qui parle de MA dépression, ce n'est pas un gros docu de 2h ou une vidéo avec des intervenants de qualité.

Penses-tu que ton contenu participe au processus de démocratisation de la santé mentale auprès des jeunes et que ta vidéo a pu en aider certains ?

Quand j'ai fait cette vidéo, ce n'était pas mon objectif, mais au final je pense que ça a parlé à énormément de gens. Le fait que j'en aie parlé, que je ne sois pas le seul à penser ça, qu'on est plusieurs, qu'en plus les gens dans le chat se sont soutenus mutuellement, tout ça fait vraiment un esprit de communauté, de solidarité, qui peut aider beaucoup de monde. Donc oui, ce type de vidéo participe grandement à populariser le sujet et à aider les gens qui en souffrent.

Te sens-tu influencé par tes abonnés/viewers ?

Alors oui, je me sens influencé par mes viewers car ce sont eux qui me disent constamment en commentaire "eh t'as pas pensé à ça", "eh va voir cette chaîne elle est cool", donc ça m'influence forcément dans mes choix. Après c'est pas du tout la même chose l'influenceur sur les réseaux sociaux et le viewer qui influence. Le viewer il peut influencer le sujet que tu vas faire, l'influenceur c'est un terme marketing qui veut dire inciter ta communauté à acheter un produit de marque ou à faire des actions mais on dit rarement influenceur politique. Je suis militant politique, je milite, donc j'influe forcément sur ce que les gens pensent mais je milite, alors qu'influenceur ça veut plutôt dire, je vais influencer des gens pour qu'ils achètent de la merde. C'est pour ça que les commerciaux nous appellent des influenceurs et pas des youtubeurs, car on n'est pas des créateurs de contenu, on est des gens qui peuvent vendre leur truc.

As-tu l'intention d'aborder à nouveau ce type de sujets ? Si oui, sous quels formats ?

Je n'ai pas encore prévu de reparler de dépression mais après on n'est jamais à l'abri que... Quand un jour je déciderai d'aller me mettre à la nature et que je commencerai à faire des vidéos dans mon petit mobil home et que je présenterai mon jardin et tout ça, il y a très certainement des chances que j'explique que je me sens beaucoup mieux maintenant, que la ville me faisait déprimer, etc. Forcément, c'est un sujet que je vais continuer à aborder parce que c'est ma vie mais après on n'a pas prévu de documentaire ou quoi.

Serais-tu intéressé par un partenariat sur un sujet en lien avec la santé mentale avec une institution, une association, un hôpital, un média... ? Si oui, dans quelles conditions ?

Oui, c'est un projet qui pourrait être, alors on ne me l'a jamais proposé pour l'instant, mais ça pourrait être très intéressant de faire un jour un sujet sur la santé mentale des youtubeurs. Il faudrait que quelque chose nous en donne l'occasion, quelqu'un qui nous contacte, qui veut faire une vidéo avec nous sur ça. C'est une question d'occasion, je pense.

Si par exemple, c'était le Ministère de la Santé ?

Je pense qu'il y aurait peut-être un débat en interne. À voir. Déjà, il faudrait forcément que le partenaire avec qui on fasse ça sponsorise la vidéo, dans le sens où il nous aide à financer le travail pour la faire. C'est la base, ce qui nous enlève le plus de stress dans un projet, de savoir qu'il sera financé. Ce serait l'étape 1. L'étape 2 serait d'avoir la liberté totale de traiter le sujet comme on veut, quitte à ce qu'on se fasse aider par une personne du Ministère. Mais oui, c'est typiquement le genre de trucs qui pourrait se faire, tourner un jour une vidéo en partenariat avec le Ministère de la Santé sur la question de la santé mentale. Je pense qu'on fera un point d'honneur à tacler l'État quand même. On parle de la santé mentale des youtubeurs, mais en fait c'est la santé mentale de tous les gens qui sont précarisés et la politique actuelle précarise tout le monde. La santé mentale n'est pas juste quelque chose qu'on peut régler avec des médicaments, il faut changer la société pour que les gens soient en meilleure santé mentale. On voudrait garder notre message politique derrière.

Ton live a été démonétisé non ?

Oui, la vidéo est démonétisée. J'ai dû essayer de la remonétiser et ça n'a pas marché. La démonétisation ça peut être un ou plusieurs abonnés qui signalent la vidéo et alors le robot YouTube la bloque automatiquement, et toi tu peux faire appel à YouTube pour qu'un vrai être humain vienne voir et valide que cela doit être censuré ou pas. Soit c'est une question de droits d'auteur si diffusion de musique avec pareil soit une détection automatique par le robot, soit un signalement manuel par Universal par exemple pour démonétiser ou récupérer 100% de la monétisation de la vidéo. Ça

peut venir de pas mal d'endroit la démonétisation. Pareil avec des extraits de vidéo de France TV alors que c'est légal avec la loi de courte citation mais sur YouTube, la loi ne fait pas loi. La loi de YouTube, c'est l'argent. C'est très rageant car tu sais que tu es dans ton droit mais la loi s'interprète.

Regardes-tu des contenus en lien avec le développement personnel sur YouTube ?

Très peu.

Que penses-tu de la marchandisation de la santé mentale sur Internet et sur YouTube aujourd'hui, avec la multiplication des services de coaching en ligne, avec des youtubeurs qui vont proposer des services payants à leur communauté ?

Moi aussi, j'ai plein de gens qui m'envoient des mails pour me demander des conseils de vie et me raconter leurs malheurs, et je n'ai pas le temps de leur répondre et ne suis pas compétent pour ça. Les youtubeurs qui profitent de ça pour vendre des formations, parfois ils peuvent être bien intentionnés mais bon.

Aurais-tu des recommandations à faire pour permettre une meilleure démocratisation de la santé mentale et des soins associés auprès des jeunes sur YouTube ? (à la plateforme, aux youtubeurs, aux jeunes utilisateurs, aux médias, entreprises, associations, institutions médicales, etc.)

Je n'ai pas d'idée de solution à court terme. Enfin si, à la limite tu pourrais avoir sur YouTube des conseillers téléphoniques à contacter via la plateforme. Au niveau de l'État, beaucoup plus d'aide économique pour les youtubeurs et un statut, ou une explication d'un statut youtubeur qui permettent d'être protégé, d'avoir un salaire car pour l'instant tout le monde se met en auto-entrepreneur, c'est de l'arnaque, énormément de stress pour rien. Ça ce serait les solutions à court terme et moi je vais parler tout de suite à long terme, c'est-à-dire qu'il faut qu'on apprenne à sortir du précaire, qu'on arrête tous ces boulots précaires, cette ubérisation de la vie. Cette ubérisation du travail est néfaste et c'est cela qui crée autant de troubles mentaux, ce sont des gens qui n'ont plus de repères, ne gagnent pas d'argent pour énormément de charge mentale et de travail. Ils sont exploités en fait. C'est toujours la même question : pourquoi t'es mal dans ta peau ? Très souvent car la société autour de toi t'exploite ou te rend malheureux. Très rarement car toi tu as choisi de l'être. Donc c'est une question de changement de société plus que de changement d'une fonctionnalité sur YouTube.

Retranscription des messages audio envoyés sur WhatsApp par la youtubeuse et psychiatre Hana Nafa (Les Gracieuses) le 17 août 2020

Pour commencer, peux-tu te présenter rapidement ?

Je m'appelle Hana, je suis une jeune femme de 28 ans, je suis française d'origine algérienne et je suis psychiatre quasiment, je suis interne en psychiatrie. Sinon, en tant que personne, je suis quelqu'un qui est très intéressée par la société, comment elle fonctionne, je m'intéresse beaucoup au féminisme, à ce genre de sujets de société, et en même temps je m'intéresse beaucoup à tout ce qui concerne la psychologie, comment fonctionnent, se comportent les individus, etc. Dans mon métier, c'est quelque chose que j'étudie en profondeur et c'est plus dans ma vie privée, dans mes intérêts personnels que je m'intéresse à tout ce qui est sociologie et je trouve ça hyper intéressant d'étudier l'interaction entre les deux. Et du coup, j'ai aussi une chaîne YouTube, où j'aime bien en explorant et en parlant de plein de sujets qui m'intéressent, finalement je me rends compte que c'est finalement un peu toujours ces deux thématiques-là qui me passionnent et qui me turlupinent.

Qu'est-ce que la santé mentale selon toi ?

La santé mentale, déjà, c'est mon métier. C'est quelque chose dans lequel je me suis spécialisée car en tant que psychiatre. Je suis en dernière année d'internat de psychiatrie. En novembre je termine mon internat, passe ma thèse et deviens psychiatre. Après, en m'extrayant de mon rôle de psychiatre, d'un point de vue plus personnel, pour moi la santé mentale est un état de bien-être psychique, psychologique, dans lequel on arrive à la fois à affirmer ses besoins, tout en étant à l'aise avec les autres, l'interaction avec les autres est également importante. C'est être bien avec soi et avec les autres, et ça peut passer par des choses qui nous concernent tous comme des difficultés de communication, ou des choses plus majeures, visibles, dans le champ de la psychiatrie et des maladies mentales et c'est là que j'interviens dans mon travail.

Quelles en sont tes représentations (perception, image...) ?

Un travail en permanence, à la fois un état de bien-être en permanence et à la fois un travail qui se fait tout au long de la vie de compréhension de soi-même, de compréhension des autres.

D'après toi, le sujet est-il assez visible dans la société ?

Pas du tout. Déjà, la santé mentale existe au sein du champ plus large de la santé et je trouve que l'éducation que l'on a à notre propre santé n'est pas optimale. En tant que personne qui a fait des études de médecine, je sais que ce qui m'a

frappée quand j'ai commencé à faire des études de médecine, c'est que je me suis rendu compte que le médecin n'était pas un espèce de dieu, de sorcier, qui savait tout, mais qu'en fait il y a avait toute une réflexion. On voit que la personne a tel ou tel symptôme, on se dit que si elle a tel symptôme, le plus probable est qu'elle ait telle maladie du coup je vais lui donner tel traitement et puis peut-être qu'une fois que j'aurai donné le traitement, je vais voir que la personne réagit comme ça au traitement, du coup je saurai que l'hypothèse que j'avais fait au départ était bonne ou pas. Je me suis rendu compte que ce n'était pas de la magie, qu'il fallait avoir des connaissances et une réflexion derrière. Alors évidemment je le savais, mais on a quand même ce rapport au médecin quand on est enfant et pour les gens qui ne sont pas dans le milieu de la médecine tout au long de la vie, c'est quelque chose d'un petit peu magique, c'est une personne qui sait ce que tu as et qui devine un peu comme ça. Et en fait je me suis dit, ok la figure du médecin a un effet thérapeutique en elle-même, mais c'est quand même dommage qu'on n'informe pas plus les gens sur leur propre corps, leur propre santé. Je me suis dit qu'on devrait avoir des cours d'éducation à la santé quand on est à l'école, juste pour connaître les choses de base. Comme par exemple, si j'ai un rhume, j'attends, je me repose et le rhume va passer, il n'y a pas besoin d'aller chez le médecin obligatoirement tout de suite. Je me suis dit que le système de santé fonctionnerait mieux, serait moins bouché, si les gens avaient déjà une certaine connaissance de leur propre corps. Eh bien, ce que je dis sur la santé en général est encore plus fort pour la santé mentale. Par exemple, je trouve qu'on devrait éduquer les gens à la question des idées suicidaires, de la dépression, de la tristesse, de leurs propres émotions, et c'est quelque chose qu'on ne fait pas du tout. Quand on pense aux idées suicidaires, on pense tout de suite à quelque chose de dramatique, de terrible, on est dans la panique, alors que c'est très fréquent. Il y a beaucoup de gens qui ont déjà eu des idées suicidaires au cours de leur vie, certains ponctuellement, d'autres s'inscrivaient dans une maladie plus caractérisée nécessitant un suivi. C'est quelque chose que j'aimerais vraiment développer. Je trouve qu'on devrait beaucoup plus éduquer la population à la santé et à la santé mentale plus particulièrement.

D'après toi, le sujet est-il assez visible sur Internet ?

Sur Internet, on en parle plus car sur Internet on parle de tout, tout le monde peut avoir la parole et c'est un milieu propice aux associations de patients qui peuvent expliquer, témoigner, à ce que les professionnels de santé décident de prendre la parole. Donc on en parle plus mais le problème est qu'il y a tout et n'importe quoi sur Internet et que parfois le sujet n'est pas toujours bien abordé et les gens ne sont pas toujours armés à distinguer ce qui est bien abordé de ce qui ne l'est pas. Ce qui est délicat car on ne peut pas interdire aux gens de parler de santé mentale sur Internet, c'est quelque chose qui existera toujours, les gens ont le droit de s'exprimer. Mais ce qui serait bien, c'est que si nous étions plus éduqués à la santé mentale et au traitement de l'information en général, ce serait moins dangereux, car même des gens qui ne sont pas formés auraient quand même des connaissances de base ce qui permettrait de limiter les dangers qu'il y a à mal parler de santé mentale sur Internet.

D'après toi, le sujet est-il assez visible sur YouTube ?

Sur YouTube, j'allais dire que j'ai pas spécialement de choses à spécifier par rapport à Internet, mais si peut-être qu'en fait sur YouTube il y a tout le milieu du coaching qui s'est développé, qui a toujours existé d'une manière ou d'une autre mais qui prend là une forme particulière sur Internet et sur YouTube en particulier, et le problème est que ce sont des gens qui ne sont pas formés et qui s'approprient un peu ces disciplines qui concernent la santé mentale et c'est quelque chose qui est assez récurrent quand on voit le traitement de la psychologie en général. Les sujets autour de la santé mentale sont des sujets qui parlent facilement aux gens, et c'est normal. Car lorsqu'on parle de psychologie, on parle de soi, de ses émotions, de choses qui concernent la vie quotidienne. Mais du coup, beaucoup de gens et beaucoup de professions en dehors de la santé mentale pensent qu'ils peuvent s'approprier des sujets qui doivent être traités par des professionnels de la santé mentale et il y a un peu cette idée que tout le monde peut se former à la psychologie comme tout le monde peut lire un livre et être qualifié pour parler de psychologie et de santé mentale alors que ce n'est pas le cas. Et le problème sur YouTube est qu'on retrouve beaucoup ce phénomène avec par exemple des personnes qui parlent de développement personnel, de coaching, etc. On peut parler de développement personnel et de coaching de manière éthique mais le problème est que ce ne sont pas du tout des professions qui sont encadrées. C'est Internet donc c'est nouveau, ça se crée en ce moment et il n'y a pas de législation qui existe pour l'encadrer. Si la personne qui parle de coaching ou de développement personnel en tant qu'individu a une éthique elle-même et sait mettre les barrières et respecter un certain cadre, ça peut bien se passer, mais si c'est une personne qui ne sait pas le faire, ça peut très mal se passer et on ne peut pas juste se reposer sur l'éthique personnelle des individus, il faudrait un cadre plus défini.

Questions à la créatrice de contenu

Peux-tu décrire rapidement la nature de ta communauté sur YouTube (âge, genre, nationalité, localisation, centres d'intérêt...) et la relation que tu entretiens avec elle ?

Je fais des vidéos depuis à peu près 6 ans et j'ai commencé mes vidéos quand j'étais en 5ème année de médecine donc juste avant que je passe le concours de l'internat qui est un concours qui demande beaucoup de travail, ensuite j'ai fait mon internat et en gros ce que j'essaie de dire c'est que depuis que j'ai commencé ma chaîne YouTube, j'ai toujours été en études de médecine et ce sont des études qui sont prenantes et qui ont fait que je n'ai jamais mis ma chaîne YouTube

au premier plan et forcément mes études passaient toujours en premier. Donc j'ai passé de longues périodes sans poster de vidéos, je ne suis pas une créatrice de contenu, une youtubeuse, qui a toujours posté régulièrement, maintenu un lien constant et fort avec sa communauté donc j'ai longtemps eu du mal à me positionner par rapport à cette communauté. Déjà, je ne sais pas si le terme "communauté" est adapté que ce soit pour les autres et encore plus pour moi. Mais vu que cela fait plusieurs années que je suis YouTube et que des gens me suivent depuis le début, parfois je me rends compte que des personnes m'écrivent, m'apprécient, suivent ce que je fais, aiment mon travail, me remercient. Et à chaque fois je suis un peu surprise car je me dis "wow, c'est fou, je n'ai pas l'impression d'avoir investi de manière aussi sérieuse que ça pour avoir des gens qui me suivent comme ça". Et puis après je me dis "non mais en fait si, si je regarde toutes les vidéos que j'ai fait depuis le début, j'en ai fait quand même beaucoup, j'ai quand même beaucoup travaillé, c'est faux, j'ai pas mal investi sur ma chaîne YouTube, mais c'est juste que ça n'a pas été régulier donc c'est juste que je me sens un peu en décalage par rapport à cela". Donc pour décrire ma communauté sur YouTube, j'ai un peu cette réticence là mais il n'empêche que si je réfléchis un peu plus je peux le faire et je peux dire que les gens qui me suivent sur YouTube sont des gens qui ont à peu près mon âge, à peu près le même profil que moi, en général qui habitent en France pour la plupart, et ce sont des gens très intelligents j'ai l'impression, qui s'intéressent à des choses très subtiles. Les vidéos qui plaisent beaucoup sur ma chaîne sont des vidéos assez pointues, par exemple quand je parle de santé mentale, quand je développe des sujets assez "intellectuels". Parfois, ça me met un peu la pression car je me dis que j'aime bien faire ce genre de vidéos mais elles demandent du travail, du temps, et du coup j'ai tendance à procrastiner, en me disant "non mais là je n'ai pas le temps, il faut que je me concentre sur mes études". Mais au final, je trouve super d'avoir une communauté qui s'intéresse autant à ce genre de choses et qui écoute aussi attentivement ce que je dis, et qui apprécie autant que j'aborde des sujets assez pointus comme ça.

Concernant la relation que j'entretiens avec eux, pendant longtemps ça a été assez compliqué, et même maintenant, d'admettre qu'il y a des gens qui me suivent, mais j'essaie de travailler dessus et les fois où j'ai rencontré des gens qui me suivent et discuté, car je discute beaucoup avec eux sur les réseaux sociaux - parce que j'ai une petite communauté, 6 000 abonnés c'est vraiment pas grand-chose pour YouTube et surtout que j'y suis depuis 6 ans, quand les gens m'écrivent quand je suis sur Instagram, comme je suis pas du tout assaillié sous des messages, je leur réponds, et ça arrive qu'on discute et ça a toujours été hyper agréable de discuter avec eux.

Selon toi, quelle est ta responsabilité sur le sujet de la santé mentale en tant que créatrice de contenu sur Internet ? Et plus particulièrement en tant que psychiatre ?

C'est une responsabilité qui est énorme car ce sujet est peu et mal abordé sur Internet et en général auprès du grand public, donc je me dis que comme j'aime créer du contenu sur YouTube et que j'ai ce savoir-là, il faut que je le partage, c'est important. Même si cela me demande du travail et que parfois c'est fatigant, il faut que ces connaissances soient diffusées, il faut rendre accessible ce contenu-là, parce que déjà l'offre de soin en santé mentale à l'heure actuelle laisse à désirer. Il n'y a pas forcément suffisamment de professionnels, qui ne sont pas forcément formés d'une manière que je trouve satisfaisante. Je dis ça rapidement mais en France la psychanalyse a un poids extrêmement important et il y a beaucoup de psychologues, de professionnels de santé qui n'ont pas été formés à ce qu'on appelle la psychologie scientifique, les thérapies cognitives et comportementales, qui sont même réfractaires à cela, et moi je trouve que c'est un problème. Donc déjà que l'offre de santé des professionnels est tellement peu satisfaisante en France, c'est vraiment important qu'il y ait des gens comme moi qui parlent de cela, qui rendent accessible ce savoir. Et donc le faire bien est important, surtout que je suis psychiatre. Donc oui, quand je m'exprime sur ce sujet, je fais attention à ce que je dis, à donner des informations qui soient justes et qui soient dans la bienveillance, mais c'est quelque chose que je fais déjà au quotidien dans mon travail donc ce n'est pas tellement difficile de faire ça mais c'est juste que c'est une discipline de se dire "allez je vais faire un contenu qui soit suffisamment synthétique pour cela puisse être accessible pour le public, pour des jeunes, etc, et que je le poste en ligne.

Peux-tu décrire rapidement le contenu que tu proposes sur le sujet ? (thématiques, formats, fréquence, etc.)

Parler de santé mentale sur ma chaîne YouTube, c'est plus quelque chose que j'aimerais développer davantage dans le futur. Jusqu'à présent, ma chaîne YouTube n'est pas quelque chose d'extrêmement sérieux, que j'ai mis au premier plan dans ma vie, même si à chaque fois que j'ai posté des vidéos, je l'ai fait avec le plus de sérieux possible, dans la fréquence de mes publications, dans le temps que j'y ai consacré chaque jour, ce n'est pas quelque chose que j'ai mis au premier plan. Donc les fois où j'ai parlé de santé mentale étaient lorsque des occasions le permettaient. Par exemple, à l'occasion du confinement pendant le Covid, le premier truc que je me suis dit est "il faut que je trouve un moyen d'aider". Et comme en tant que psychiatre je n'étais pas dans les premières lignes aux urgences à m'occuper des gens qui ont le Covid, je me suis demandé ce que je pouvais faire, je me suis dit que le confinement allait être difficile psychologiquement donc il faut que je fasse une vidéo pour aider les gens à gérer leurs angoisses pendant le confinement. Et c'est ce que j'ai fait, j'ai sorti une vidéo sur l'angoisse, les troubles anxieux, la gestion de la santé mentale pendant le confinement. J'ai fait une vidéo sur les idées suicidaires suite à une demande d'une youtubeuse, La Carologie, qui voulait aborder ce sujet-là car elle-même avait eu des idées suicidaires et m'a proposé de le faire avec elle car elle voulait avoir l'appui d'un professionnel de santé donc j'ai accepté volontiers. Quand j'ai commencé mon internat de psychiatrie, je découvrais le milieu de la santé mentale et j'avais envie de partager ce que je découvrais donc j'ai fait quelques vidéos au début de mon internat sur

les connaissances que j'étais en train d'acquérir. Il y a certaines vidéos, ce n'est pas que je suis en désaccord maintenant, mais j'ai pris beaucoup d'expérience, mon point de vue a évolué et j'ai pris du recul sur ce que je disais, mais je trouve ça intéressant d'avoir le regard que j'avais en tant que personne qui découvrait la psychiatrie. Donc ça a plutôt été assez ponctuel jusqu'à présent mais j'aimerais beaucoup dans le futur avoir une partie de mon travail qui est thérapeutique, particulièrement axée sur la psychothérapie, moi j'adore la psychothérapie, et c'est ce que je voudrais développer particulièrement entre autres choses, mais dans mon travail clinique avec des patients, donc ça c'est la partie "dans la vraie vie", et après il y a toute la partie "virtuelle" où j'aimerais axer mon travail sur l'éducation à la santé mentale, la prévention auprès du public en général, donc là ce serait plus un travail pas individuel mais sur la population. Donc il y a vraiment ces deux axes que j'aimerais développer et je ne sais pas encore sous quelle forme. J'ai pensé à faire un podcast dans le futur ou alors développer plus les vidéos sur la chaîne YouTube, je ne sais pas encore.

Envisages-tu la création de contenu comme la continuité de ton travail de psychiatre ? Selon toi, s'agit-il d'un travail thérapeutique complémentaire/à part entière ou d'une préparation à celui-ci ?

C'est vraiment deux axes que j'aimerais travailler. L'axe clinique individuel où je travaille avec des patients en tant que psychiatre et thérapeute et l'axe de prévention, d'éducation à la santé mentale où, alors non je ne considère pas ça comme du travail thérapeutique, bien qu'évidemment que la prévention, la psycho-éducation a déjà une fonction thérapeutique car la personne peut comprendre des choses, modifier son comportement, être plus à l'aise avec telle ou telle difficulté qu'elle présente, mais c'est un travail différent car je n'ai pas la même posture. Et par exemple, quand j'ai fait ma vidéo sur les idées suicidaires, c'est un sujet compliqué à aborder, par parce qu'il est pour moi car c'est un sujet qui est au cœur de mon métier, que je connais ce sujet par cœur, que j'ai l'habitude, enfin quand t'es psychiatre, le risque principal que tu dois éviter est que tes patients passent à l'acte et fassent des tentatives de suicide ou des suicides aboutis, donc ce sujet je le connais très bien, mais par contre c'est délicat d'aborder ce sujet parce que la réception peut en être compliquée, ça peut déclencher des émotions difficiles à vivre pour des personnes qui sont touchées par cette problématique et je savais que j'allais recevoir des messages de gens qui avaient des idées suicidaires et qui allaient chercher de l'aide. Donc j'ai vraiment bien posé le cadre en faisant cette vidéo. En début de vidéo, j'avais mis un message "attention si jamais vous avez des idées suicidaires et que vous voulez me contacter, vous pouvez le faire mais sachez que je ne peux pas m'engager sur un délai de réponse et que si vous êtes dans une situation d'urgence et que vous avez des idées suicidaires maintenant, il faut aller voir un professionnel de santé, et il faut aller voir un service d'urgence si vous êtes dans une détresse immédiate. Donc en faisant ce message au début de la vidéo, ça a été assez facile à cadrer car des personnes m'ont écrites et elles savaient que je ne pouvais pas forcément répondre tout de suite donc ça s'est bien passé.

Quand les gens m'écrivaient sur Instagram, car c'est le moyen le plus facile de me contacter, des personnes qui avaient vu ma vidéo et avaient elles-mêmes des idées suicidaires, et bien évidemment je les écoutais, j'accueillais ce qu'ils me disaient, mais bon la réponse est toujours la même quelle que soit la problématique de la personne. Si la personne a des idées suicidaires maintenant et qu'elle pense à passer à l'acte, je la renvoie vers un service d'urgence mais si ce n'est pas un risque immédiat, la réponse va toujours être "ce que je vous conseille de faire est de commencer une thérapie, d'aller voir un professionnel de santé, un médecin, un psychiatre". En fonction de si la personne est suivie ou pas, car il y a différents cas de figure, je leur explique bien qu'en s'adressant à moi sur Instagram, ils s'adressent à moi en tant que Hana la youtubeuse, pas en tant que docteur psychiatre. Même si je suis psychiatre même en étant youtubeuse, je leur explique que quand tu fais un travail thérapeutique, médical, avec un professionnel de santé, c'est pas du tout le même rapport, et moi en tant que youtubeuse, je ne peux pas apporter le cadre nécessaire à un travail thérapeutique. Et cela je leur explique et ils le comprennent très bien, et je leur dis d'aller voir un professionnel pour avoir une prise en charge qui soit sur-mesure. Du coup, oui c'est un travail complémentaire, on peut dire que c'est une forme de continuité mais moi c'est aussi car ces deux aspects là m'intéressent énormément, le travail plus individuel et le travail plus sur la population. D'ailleurs, pour la petite histoire, quand j'ai choisi de faire mon internat en psychiatrie, j'ai énormément hésité avec une autre discipline, celle de la santé publique, où on ne fait justement pas du travail thérapeutique individuel mais on s'occupe de la population, on fait de la prévention, etc. Donc faire de la santé publique en psychiatrie, c'est quelque chose qui m'intéresse, et ce sont deux axes que je trouve complémentaires.

Comment navigues-tu entre un positionnement à la fois personnel (familiarité, émotionnel... plus propre à l'activité de loisir) et professionnel (factuel, pédagogie, distanciation... plus propre à l'activité de psychiatre et vulgarisatrice) ?

Quand j'ai commencé ma chaîne YouTube, et surtout quand j'ai commencé mon internat de psychiatrie, je me suis dit que je n'avais pas beaucoup d'abonnés mais qu'à partir du moment où je m'affichais sur Internet, je suis reconnaissable, n'importe qui peut me trouver, et que par ailleurs je suis médecin, je m'exposais à une certaine difficulté. Mes patients, chefs, collègues peuvent me trouver sur Internet et voir mes vidéos. Je me suis demandé comment faire, si je devais rester anonyme, ne pas faire ma chaîne YouTube, ne pas aborder certains sujets, et c'était important pour moi de faire des vidéos sur YouTube, j'avais envie de le faire donc j'ai assumé de faire les deux, d'être reconnaissable, que mon nom apparaisse sur Internet, et en même temps d'être médecin. Alors, je n'ai pas beaucoup d'abonnés donc il n'y a pas une grande probabilité pour que mes patients retrouvent ma chaîne YouTube, mais c'est possible que ça arrive. Il suffit qu'il n'y en ait qu'un seul pour que ça puisse déjà poser problème. Et je me suis dit que j'allais faire ma chaîne YouTube mais que

tout ce que je dis sur Internet, je sois capable de l'assumer devant un patient, même si ce sont des choses intimes, il faut que ce soit un degré d'intimité que je sois capable de tolérer. Ça m'a fait un peu peur au début mais j'ai réussi à le gérer. Cela ne m'est jamais arrivé qu'un patient en consultation ou à l'hôpital me dise qu'il m'a reconnue sur Internet. Il m'est déjà arrivé de recevoir un commentaire d'une vidéo que j'avais faite sur la chaîne de quelqu'un d'autre, un patient adorable qui disait "ah j'ai eu cette interne à tel hôpital, elle était vraiment chouette comme médecin", mais cela n'a jamais été direct. Si cela arrivait, je ne sais pas forcément comment je réagirais mais je sais que quand je poste chaque vidéo, j'ai cette idée que je dois être capable de l'assumer donc je pense que j'arriverais à le gérer. Du coup lorsque j'aborde ces sujets de santé mentale, je précise bien d'où je pars, que je suis en effet professionnelle de santé, mais que le travail que je fais sur YouTube n'est pas le même que celui que je fais en tant que médecin d'une personne, d'un individu. Après, le fait qu'on me voie parfois parler de mes émotions, de mes faiblesses, etc., ce n'est pas forcément facile mais en même temps c'est le travail qu'on demande à faire aux patients en psychothérapie. On leur demande de se connaître, de faire face à leurs faiblesses, de s'ouvrir par rapport à leurs faiblesses. Je pratique les TCC, de la psychothérapie avec une démarche vraiment scientifique car hypothético-déductive où tout a été théorisé, réfléchi donc tout ce qui est relation thérapeutique, alliance thérapeutique est abordé. Par exemple, il y a le dévoilement de soi, une technique qui peut être utilisée par le thérapeute. Lorsque le patient a une difficulté, on peut lui dire "moi aussi, j'ai déjà vécu cette difficulté et voilà comment cela s'est passé". Mais vu que c'est dans un cadre, que cela a été théorisé, on sait ce qu'on fait et on ne le fait pas de manière familière ou inadaptée, on ne casse pas la relation thérapeutique quand on le fait. Et je vois les choses comme ça sur YouTube, parfois je livre des choses qui sont assez personnelles mais j'ai toujours l'idée derrière la tête qu'il est possible qu'un patient tombe dessus et que je sois capable de l'assumer dans un contexte professionnel.

Quel impact penses-tu avoir sur la perception qu'ont les gens qui regardent tes vidéos de la santé mentale ?

Je pense que ça fait le même impact que j'ai eu quand j'ai découvert la psychiatrie, la psychologie, etc. C'est que lorsqu'on a des connaissances, qu'on nous transmet ce savoir, cela permet de mieux comprendre, ce qu'on appelle la psycho-éducation. On arrive à mettre des mots sur des choses qui nous paraissent un peu terrifiantes et incompréhensibles, ce qui les rend moins effrayantes donc on se sent plus aptes à les gérer.

Quel impact penses-tu avoir sur la santé mentale de ta communauté et sur ton audience plus globale ?

Je pense que je leur apporte des clés pour mieux se comprendre, mieux comprendre leurs troubles, et du coup avoir moins peur de ce qui peut leur arriver et savoir à quel moment il est important qu'ils demandent de l'aide, en tout cas c'est mon but.

En mai 2020, tu as publié deux vidéos sur les idées suicidaires en partenariat avec Carolina Gonzalez de la chaîne "La Carologie" en te positionnant clairement comme psychiatre. Peux-tu me parler de ce partenariat (qui a initié la démarche, comment cela s'est déroulé, préparation, montage et publication du contenu, choix éditoriaux et audiovisuels notamment...)?

Carolina, qui elle-même a vécu la dépression et les idées suicidaires, avait fait une vidéo sur les idées suicidaires et était très stressée à l'idée de la poster car c'est un sujet pas facile donc elle l'a envoyée à quelques personnes proches avant de la publier, dont moi car elle savait que j'étais psychiatre et voulait avoir mon retour. Donc j'ai commencé à lui faire mon retour. Sa vidéo, je l'ai trouvée très intéressante, un témoignage de patient est très intéressant et Carolina est une femme qui est très intelligente, qui arrive à la fois à livrer ce qu'elle ressent de manière authentique et à prendre ce recul et à analyser ce qui est en train de lui arriver. Donc en rajoutant des petites connaissances que moi j'avais pour appuyer son propos, elle m'a dit "oh c'est trop intéressant ce que tu dis, en fait ce qui serait vraiment chouette et me rassurerait ce serait qu'on fasse un partenariat et qu'en même temps que je poste ta vidéo toi tu postes une vidéo en tant que psychiatre". Donc elle avait un peu envie de cadrer son propos car je pense que ça la stressait un peu de parler de cette thématique. Et donc j'ai accepté et j'ai tourné mes vidéos et on s'est mises d'accord sur une date pour les publier en même temps.

Comment perçois-tu l'impact de tes vidéos ? Quels retours et réactions as-tu eu ? As-tu le sentiment d'avoir aidé des jeunes utilisateur·rice·s ? As-tu attiré un nouveau public sur ta chaîne ? Tu as par exemple énoncé qu'il était possible de t'écrire personnellement, as-tu reçu beaucoup de messages ? Si oui, de quelle nature ?

J'ai déjà répondu à pas mal de choses. Ces derniers temps j'ai attiré un nouveau public sur ma chaîne car pendant le confinement j'ai publié des vidéos, une sur le coronavirus en général, où je ne me positionnais pas en tant que psychiatre mais en tant que médecin, où je donnais des informations de base de santé publique aux gens pour qu'ils puissent savoir comment se comporter par rapport au Covid. Et ensuite je l'ai fait sur la santé mentale et je pense que ça répondait vraiment à une demande à ce moment-là car ces vidéos ont été extrêmement regardées, j'ai eu beaucoup de nouveaux abonnés à cette période, alors que cela faisait un petit moment que ma chaîne n'évoluait plus en termes d'abonnés. Oui, le fait d'aborder la santé mentale un petit peu plus, je sais qu'il y a un public très intéressé par cela et à chaque fois que j'en parle cela plaît. Par rapport au fait que j'ai dit qu'il était possible de m'écrire personnellement, eh bien oui, je serais plus à l'aise sur un sujet tel que les idées suicidaires, si les gens ne pouvaient pas m'écrire personnellement à moi en tant que psychiatre en espérant que je vais régler leurs problèmes. Mais je savais que cela allait se passer car on reçoit beaucoup de messages de gens qui nous écrivent personnellement sur Internet, quand on parle de ce genre de sujets un peu intimes,

on a très rapidement des gens qui nous racontent leurs difficultés, font des messages très longs, racontent leur vie etc. dans l'espoir d'avoir de l'aide et d'être entendu. Donc je savais qu'en me positionnant en tant que psychiatre, en parlant de ce sujet qui est hyper tabou, hyper sensible, que j'allais avoir des messages. Donc la solution était de cadrer cela. Je n'ai pas écrit ce message pour dire "oui vous pouvez m'écrire", c'était plus pour dire "je sais que vous allez m'écrire, donc du coup si vous le faites, vous pouvez mais voilà comment cela va se passer et voilà comment on va cadrer, donc déjà je ne vous répondrai pas dans l'urgence, mais quand j'aurais le temps, et si vous êtes dans l'urgence, allez voir un professionnel de santé dans la vraie vie."

Du coup j'en ai reçu quelques-uns, pas non plus énormément. Ce que j'ai apprécié et qui prouve que mon message a fonctionné est que quand je répondais aux personnes, je finissais toujours par les renvoyer vers des professionnels de santé, il n'y a pas eu cet effet où la personne continue à vous envoyer des messages, n'est pas satisfaite de votre réponse et a vraiment envie de vous accaparer, que vous lui apportiez des réponses sur son cas personnel. Comme j'avais bien cadré les choses, les gens m'ont remerciée de leur avoir répondu et m'ont dit "oui, en effet, je vais aller voir un professionnel de santé". Donc cela s'était bien passé mais en effet j'ai eu quelques personnes qui m'ont écrit en me disant qu'ils avaient des idées suicidaires et que c'était des situations urgentes, et je les ai renvoyés vers le numéro de SOS Amitié.

Tu déclarais proposer ces vidéos dans l'objectif suivant : "favoriser l'éducation à la santé mentale, pour tous, pour le grand public, que les personnes soient confrontées à des troubles psychiques ou non". Penses-tu l'avoir atteint ?

Oui, quand j'en parle, je pense que j'atteins cet objectif, mais ce que j'aimerais bien dans le futur, c'est aborder plus de thématiques, car là c'était des choses assez ponctuelles. J'aimerais bien apporter plus de clés encore et sur d'autres problématiques. Oui, je pense que dès qu'on explique aux gens, dès qu'on fait de la psycho-éducation, les gens comprennent, et cela les aide, j'en suis persuadée.

Depuis la publication de ces vidéos, reçois-tu davantage de messages à ce sujet ?

Oui, je reçois pas mal de messages à ce sujet. Mais dès que je parle de mes études de médecine, de ma position de médecin, et maintenant depuis quelques années de la santé mentale, je reçois des messages à ce sujet. C'est un sujet qui intéresse énormément les gens. J'avais fait une vidéo où je parlais de ma première année de médecine en tant qu'étudiante et j'ai reçu des tas de messages sous les vidéos. Vraiment dès qu'on parle de médecine, etc., cela intéresse beaucoup les gens.

Serais-tu intéressée pour créer du contenu en partenariat avec d'autres acteurs sur ce sujet (institutions publiques, hôpitaux, médecins/thérapeutes, associations, médias...) ? L'as-tu déjà envisagé ? Si oui, sous quelles conditions ?

Oui, oui, oui, je serais extrêmement intéressée. Je n'ai pas encore pensé aux conditions, aux formats, etc., mais c'est quelque chose auquel j'aimerais plus penser dans le futur. Les conditions ce serait que les choses soient faites dans les règles de l'éthique, avec bienveillance et avec l'idée qu'on apporte des clés au public, aux personnes qui regardent, pour leur donner des clés pour mieux se comprendre eux-mêmes dans une idée d'autonomie de la personne et qui ne soit pas dans une idée paternaliste "faites comme ci, faites comme ça et ce n'est pas autrement" mais au contraire qu'eux-mêmes puissent s'approprier ces connaissances et les utiliser pour eux-mêmes.

As-tu vu une évolution dans le traitement du sujet sur YouTube ces dernières années ? Si oui, laquelle ?

Je suis quelques personnes qui parlent de santé mentale sur YouTube, notamment Psychocouac qui fait un travail merveilleux, qui est psychologue je crois. Mais après je ne suis pas non plus une experte de YouTube, je ne suis pas non plus en train de scruter tout ce qui se fait autour de cette thématique et des autres thématiques d'ailleurs. Mais le problème avec tout ce qui concerne le développement personnel et le coaching, quand cela flirte avec la santé mentale, quand on fait par exemple du coaching pour les gens dépressifs, la dépression est une maladie donc c'est un peu compliqué. Quand on parle de tout ce qui est relations toxiques, parents toxiques, abus, viols, là on flirte et même plus que flirter avec le domaine de la santé mentale. Et c'est parfois fait avec beaucoup de bienveillance, mais on peut quand même être maladroit et faire des choses dangereuses, et parfois carrément dans un but mercantile, de vendre des coachings très cher, et là oui cela pose problème. Et je pense que ces choses-là se développent de plus en plus même si en parallèle il y a des choses positives qui se développent également. C'est un sujet que je vais aborder sur ma chaîne YouTube tôt ou tard, je ne sais pas encore quand, la question du coaching, comment faire la différence entre un coach, un psychothérapeute, car c'est quelque chose de très confus en France, même si on sort de YouTube et des coachs de YouTube, l'exercice de la psychothérapie en France n'est pas quelque chose qui est bien légiféré, contrôlé. Le titre de psychothérapeute depuis quelques temps est réglementé, il faut être psychiatre ou psychologue pour l'obtenir, et il y a aussi le cas des personnes qui ont un master de psychanalyse mais c'est plutôt une minorité. Donc ça c'est clair et c'est très bien. Mais par contre, pour exercer la psychothérapie, il y a un flou total. À partir du moment où on ne se dit pas psychothérapeute mais psychopraticien ou coach de vie ou que sais-je, on peut recevoir des patients et faire en pratique ce qui est de la psychothérapie, sans en avoir le nom, donc c'est très problématique. Et pour moi, le problème des coachs sur YouTube n'est qu'une continuité de ça. Le vrai problème n'est pas ça mais la façon dont on perçoit les psychologues, psychothérapeutes, la psychothérapie et la santé mentale en France, c'est plus large que ça. Donc oui, je pense qu'il y a

beaucoup d'évolutions qui devraient être faites de ce côté. Et j'ai oublié de le dire mais l'une des premières vidéos que j'ai faites sur la santé mentale sur ma chaîne, c'était une vidéo avec mon meilleur ami qui est neuropsychologue et on définissait ces termes qui sont très flous pour les gens, et je comprends pourquoi, car ce sont des termes qui sont très flous, on ne les informe pas assez, mais sur les différences entre psychiatres, psychologues, psychothérapeutes, psychanalystes, toutes ces choses-là. Je pense qu'il faut que les gens sachent, qu'ils soient plus éduqués, qu'on fasse de la prévention, qu'on les informe, pour leur permettre de choisir au moins en connaissance de cause.

Que penses-tu du traitement de ces contenus par la plateforme YouTube ? (algorithme, monétisation, soutien...)

C'est quasiment impossible d'être monétisé sur ce genre de sujets, car la monétisation de YouTube ces dernières années a été de plus en plus restreinte. Tous les sujets considérés comme sensibles ou polémiques. Moi qui fais du féminisme, du militantisme et de la santé mentale, autant dire que quasiment toutes mes vidéos sont démonétisées. Ma vidéo sur les pensées suicidaires, autant dire que ce n'était pas possible de la monétiser. Donc non clairement il n'y a pas de soutien de ce côté-là. Après au niveau de l'algorithme, je n'y connais rien mais ce sont des sujets qui intéressent donc j'imagine que ça doit plus ou moins être mis en avant.

Utilises-tu d'autres plateformes sociales pour aborder ces questions ? Si oui, lesquelles, pourquoi et comment ?

Pas encore. Même mon compte Instagram je ne parle pas de santé mentale dessus, c'est plus un compte personnel. Mais j'y pense, j'aimerais bien peut-être faire un podcast sur la santé mentale.

Questions à l'utilisatrice de YouTube

Regardes-tu ou as-tu déjà regardé d'autres contenus en lien avec ce sujet ? Si oui, lesquels (thématiques, influenceur·euse·s...) et qu'en penses-tu ?

Psychocouac qui est très bien. La Carologie qui parle en tant que personne qui a vécu ces choses et qui en parle très bien. La chaîne YouTube La Psychiatrie au Soleil de l'hôpital de Marseille. Je n'ai pas encore bien regardé leurs vidéos car il y en a énormément, c'est très très riche mais ce qu'ils font est génial et je trouve ça encore plus génial que ce soit un hôpital public qui le fasse. Car moi je le fais en tant qu'individu, que jeune femme qui aime YouTube et qui est dans cette génération, mais le fait que ce soit validé comme ça par une institution publique, je trouve ça super, et ce serait tellement bien que ça se développe plus.

Que penses-tu du développement personnel sur YouTube ?

Je pense que c'est quelque chose qui peut être intéressant, mais qui peut être dangereux. Ce qui est dangereux est la partie business, le but de vendre des choses aux gens et non qu'ils soient en meilleure santé. Même si pour vendre des choses aux gens, c'est mieux que ça les formations, coachings, proposés, soient efficaces, donc je pense que les personnes qui font ça ont quand même une recherche d'efficacité, mais le but final est quand même de vendre et pas de soigner. C'est ce qui fait la différence entre un bon professionnel de santé et un coach ou quelqu'un qui fait du développement personnel. Ça c'est pour les personnes qui sont bien intentionnées mais après il y a les personnes qui ne sont pas bien intentionnées et qui peuvent être dangereuses.

Si tu as vu les vidéos récentes des youtubeuses "La Carologie" et/ou "Le Corps La Maison L'Esprit" (voir ci-dessous) sur les dangers des influenceurs qui profitent des relations de confiance avec leurs abonnés pour leur proposer un accompagnement payant, qu'en as-tu pensé ?

Oui bien sûr, je les ai vues, et je l'ai félicitée, j'en ai parlé avec elle et après j'en ai parlé avec Le Corps La Maison L'Esprit - Laëtitia, en fait c'est elle qui m'en a parlé car elle me disait qu'elle avait envie de sortir une vidéo sur ce sujet depuis longtemps mais qu'elle attendait avant de le faire et que vu que La Carologie en avait déjà parlé elle s'est dit "zut, je vais faire que répéter ce qu'elle a dit", elle était un peu déçue que ce sujet ait déjà été abordé. Et j'ai dit à Laëtitia : "s'il-te-plaît, sors cette vidéo, il faut qu'on parle de ce genre de sujets, il n'y en aura jamais trop, tu vas aborder la question à ta manière, tu vas apporter quelque chose d'intéressant aussi". Du coup elle a sorti cette vidéo tout de suite après et alors oui je suis totalement d'accord avec ce qu'elles ont dit toutes les deux dans leurs vidéos. Après moi ce que j'aimerais bien aborder un peu plus... en fait dans la vidéo de Laëtitia, elle distinguait les coachs et les pys d'un côté, et les influenceurs sur YouTube qui n'ont ni formation de coaching, ni formation de professionnel de la santé mentale, et qui parlent de ça et abusent de leurs relations de confiance, mais elle parlait quand même du principe que les coachs sont des gens qui ont une formation et sont des professionnels. Je comprends évidemment pourquoi elle a dit cela, car elle n'est pas professionnelle de santé mentale, donc elle n'a pas forcément les outils pour aller plus loin dans sa critique. Mais coach et professionnel de la santé mentale, ce n'est pas pareil, et moi le sujet sur lequel j'aimerais bien m'exprimer c'est justement la différence entre les deux et les dangers du coaching.

Penses-tu que les contenus en lien avec la santé mentale sur Internet devraient faire l'objet de mesures de régulation ?

Oui, d'une manière générale on devrait beaucoup plus s'emparer de l'outil d'Internet pour aborder la santé mentale. Alors certes, sur Internet, il y a un peu ce côté incontrôlable, mais en fait les jeunes sont sur Internet, il y a déjà des gens qui parlent de santé mentale sur Internet, on ne peut pas laisser cet espace à des gens qui ne seront pas forcément bien intentionnés. Déjà je pense qu'on devrait beaucoup utiliser ces outils pour faire de la prévention aux jeunes, pour leur parler. Je sais qu'il y a des choses qui se mettent en place par exemple pour les jeunes qui expriment des idées suicidaires sur Twitter ou sur les réseaux sociaux pour les mettre dans une boucle de soin mais ce qui existe est encore assez faiblard et n'est pas encore très bien développé donc je pense qu'on devrait déjà investir Internet. Après, les mesures de régulation, cela va ensemble. On ne peut pas juste contraindre et mettre des règles sur la santé mentale et fermer les yeux sur le reste car en fait car Internet est Internet, tout le monde peut dire tout ce qu'il veut donc même si on essaie de mettre des mesures de régulation, il y a forcément des gens qui vont réussir à parler de santé mentale. Donc ce qu'il faut faire, c'est créer du contenu de référence pour que les gens puissent aller le voir. Comme ça, même s'il y a des choses moins bien ou plus dangereuses à côté, il y aura du contenu de référence. Les personnes sont intelligentes et capables de faire la part des choses.

Si tu as des observations à faire sur des contenus similaires dans d'autres langues sur YouTube, celles-ci sont les bienvenues !

Ce n'est pas sur YouTube mais le podcast brésilien Esquizofrenias est très bien car c'est le genre de choses que j'aimerais faire, peu importe la forme. On a la fois des professionnels de santé qui interviennent et des gens qui ont vécu, des patients, des personnes qui ont des troubles mentaux, et qui viennent discuter dans ce podcast. L'animatrice du podcast se présente comme quelqu'un qui souffre de troubles anxieux, phobies sociales, etc., aborde ce sujet sans être professionnelle de la santé mentale. Du coup il y a vraiment une ambiance de conversation, d'égal à égal. On a les informations importantes apportées par les professionnels et en même temps c'est un contenu qui parle beaucoup aux gens qui vivent ces difficultés car des personnes qui les ont vraiment vécues témoignent. Il y a ce côté de proximité et d'ambiance safe et ce n'est pas quelque chose qui fait peur où on a juste un médecin en position d'autorité qui parle.

Questions à la psychiatre

As-tu déjà reçu en consultation ou entendu parler par tes pairs de nouveaux·elles patient·e·s âgé·e·s de 15 à 25 ans motivé·e·s par un suivi psychologique médical (notamment) suite au visionnage de vidéos sur YouTube ou plus largement grâce à des contenus d'influenceur·euse·s sur les réseaux sociaux ? Si oui, sais-tu quels contenus les ont influencés ?

Je ne vois pas. La première chose à laquelle je pense, c'est tout ce qui concerne les questions autour du genre, de la transidentité, de l'orientation sexuelle, parce que les contenus sur YouTube qui abordent ce genre de questions abordent aussi la question de la santé mentale. Car évidemment, quand on est transgenre, homosexuel, ou quoi que ce soit qui n'entre pas dans la norme de ce côté-là, on est en proie à des difficultés de santé mentale car on vit le rejet, la culpabilité, la honte, etc. J'ai déjà vu des jeunes patients qui en voyant ces vidéos se posaient des questions sur leur identité de genre, orientation sexuelle, et venaient chercher de l'aide auprès des professionnels de santé. Mais les professionnels de santé ne sont pas du tout bien formés à ces questions, c'est aussi quelque chose qui manque. C'est surtout à cela que je pense. Après des jeunes qui auraient regardé des vidéos de La Carologie et seraient allés chercher de l'aide, je pense que cela doit exister mais je n'en ai jamais vu personnellement.

Au cours de séances avec des jeunes âgé·e·s de 15 à 25 ans, as-tu abordé ce sujet, ou perçu l'impact (positif, négatif, quel qu'il soit) que pouvaient avoir des influenceur·euse·s sur leur santé mentale ?

C'était plus la question autour des minorités de genre et d'orientation sexuelle. On en a un peu parlé même si spontanément ils ne disent pas forcément ce qu'ils ont vu sur YouTube et les professionnels de santé ne font pas forcément le lien. Mais comme je regarde des vidéos sur YouTube, je leur en parle, leur demande ce qu'ils regardent, etc. C'est clair qu'ils sont tous sur YouTube et donc oui c'est sûr que cela a un impact sur eux.

Constates-tu une libération de la parole, davantage d'aisance en thérapie, chez ce jeune public et à la différence des plus âgé·e·s ? Si oui, penses-tu qu'un lien puisse être établi avec la prématurité et l'intensité de leur activité sur les réseaux sociaux ?

C'est une question intéressante. Oui, je pense que les jeunes qui ont entendu parler de santé mentale ont déjà le vocabulaire, même si parfois ce n'est pas un vocabulaire très scientifique et qu'on va utiliser en tant que professionnel comme avec le terme "relation toxique". Tout ce qui est "attaques de panique", ils connaissent les termes, en ne les utilisant parfois pas pour des bonnes choses. Le fait de les avoir déjà entendus, ils vont réussir à les réutiliser et du coup à en parler avec plus d'aisance. Cela pourrait donner à certains l'impression que le fait de parler de cela sur les réseaux sociaux leur crée des problèmes, qu'ils sont un peu torturés, angoissés, mais je ne pense pas. Je pense que cela leur donne des outils pour mettre des mots sur leurs souffrances ce qui est une bonne chose. Après bien sûr il y a des difficultés de santé mentale qui sont favorisées par les réseaux sociaux : le fait d'être en permanence dans la représentation, la facilité du cyberharcèlement, ça crée des soucis mais ça leur crée aussi des espaces de parole. Si je prends l'exemple des personnes

LGBT, qui ont du coup des gens qui vivent les mêmes choses qu'eux et avec qui ils peuvent en parler, je pense que cela leur est bénéfique.

D'après tes réponses aux précédentes questions, relèves-tu des différences entre les femmes et les hommes et certains milieux socio-éco-professionnels ? Si oui, comment les expliquerais-tu ?

Globalement, les jeunes femmes, les plus âgés et les personnes des milieux socio-professionnels et socio-économiques plus élevés font plus ce travail d'aller se poser des questions sur leur santé mentale, d'aller chercher des informations, d'avoir cet objectif de s'améliorer, etc., donc être plus sensible à tout ce qui est développement personnel. Il y a aussi un phénomène auquel je pense, chez les hommes de milieu socio-économique très élevé, notamment qui bossent en entreprise, s'intéressent beaucoup au développement personnel mais dans un objectif de rentabilité, d'efficacité, de productivité dans le milieu professionnel. Donc c'est un peu à double tranchant car d'un côté c'est bien, par exemple j'en ai vu qui se sont mis à la méditation, donc c'est bien car les effets sont bénéfiques mais le problème est que cela reste dans le but d'être plus productif et plus efficace au travail donc c'est quand même une aliénation au travail qui peut parfois poser problème.

Recommandations éventuelles

Aurais-tu des recommandations à faire pour permettre une meilleure démocratisation de la santé mentale et des soins associés auprès des jeunes sur YouTube ? (à la plateforme, aux youtubeurs, aux jeunes utilisateurs, aux médias, entreprises, associations, institutions médicales, etc.)

Pas plus que ce que j'ai déjà dit.

Échanges d'e-mail avec Helder Baptista, diplômé en 2020 d'un Master en psychologie clinique à l'Université de Nanterre, le 16.07.2020

Avez-vous déjà reçu ou entendu parler par vos pairs de nouveaux·elles patient·e·s âgé·e·s de 15 à 25 ans motivé·e·s par une psychothérapie (notamment) suite au visionnage de vidéos sur YouTube ou plus largement grâce à des contenus d'influenceur·euse·s sur les réseaux sociaux ? Si oui, savez-vous quels contenus les ont influencés ?

Tout d'abord je considère important de souligner que lorsqu'un individu arrive dans nos cabinets/bureaux avec la demande d'une psychothérapie, normalement plusieurs choses se sont passées jusqu'au moment où nous les invitons à s'installer confortablement dans le fauteuil. La motivation est une composante très importante à explorer avec le patient, d'où la fameuse question « *Qu'est-ce qui vous amène ici ?* ». Le motif de consultation est souvent quelque chose de gênant dans l'individualité des patients, quelque chose que ce patient souhaite supprimer, contrôler, comprendre ou simplement verbaliser. Cependant à partir du moment où le patient se dit dans sa tête, « il faut que j'aille voir un psy », ou à partir du moment qu'il prend le rendez-vous et qu'il est dans l'attente du jour de la rencontre avec le psychologue, il se peut que le problème se résolve « comme par magie ». C'est ce qu'on appelle les *répondants précoces*.

En me penchant sur la motivation de faire une thérapie suite au visionnage de vidéos sur YouTube ou autres plateformes de communication, la question qui me vient en tête est celle de la motivation : s'agit-il d'un patient dont la motivation est intrinsèque ? D'une motivation introjectée (induite par l'extérieur) ?

Dans ma toute petite expérience de psychologue j'ai pu voir un seul patient qui était âgé d'une vingtaine d'années qui me disait « oui oui, j'ai demandé l'entretien je pense que j'en ai besoin... En plus on voit sur Internet que c'est bien d'en parler avec un psychologue... » ... À priori, ce patient semble motivé à extérioriser ses difficultés psychologiques. Il considérerait qu'il en avait besoin, et en plus, l'influence d'Internet a éventuellement légitimé son « passage à l'acte » (demande d'une consultation). L'Internet a peut-être eu un effet de réassurance et de légitimation. Néanmoins, ce même patient a refusé un suivi thérapeutique, ce qui révèle que la motivation pour l'engagement dans un processus psychothérapeutique n'est pas assez importante.

Avec beaucoup de pincettes, j'oserais dire que les réseaux peuvent être un levier pour accroître la motivation de s'engager dans une psychothérapie, cependant, je ne suis pas sûr que ce soit la source motivationnelle en soi.

Aux cours de vos séances avec des jeunes âgé·e·s de 15 à 25 ans, avez-vous abordé ce sujet, ou perçu l'impact (positif, négatif, quel qu'il soit) que pouvaient avoir des influenceur·euse·s sur leur santé mentale ?

Je me souviens de deux patientes âgées de 22 et 25 ans souffrant de douleurs chroniques qui m'ont parlé des réseaux sociaux, des influenceuses... Ces patientes avaient des douleurs qui persistaient dans le temps et qui leur empêchaient de mener une vie normative à leur âge. Je me souviens de certaines verbalisations comme « je ne peux pas aller danser avec mes amis en boîte... ».

Lorsqu'une pathologie, somatique ou psychiatrique, empêche la réalisation d'activités, envies, un mode de vie attendus pour la personne, cela peut être source de difficultés psychologiques. Ces patientes me l'ont exprimé : ne pas pouvoir sortir avec des amis ; être dépendant de quelqu'un ou de médicaments... Les réseaux m'ont été décrits comme une figure menaçante à leur santé mentale. Une de ces patientes me disait que ce que l'on voit sur les réseaux c'est « du fake » et que la vraie vie n'est pas si parfaite. L'autre tenait beaucoup à l'idée de pouvoir un jour avoir une vie qui lui permette de poster des stories « cool's », de voyager et pouvoir le partager... Chez la première patiente on voit un refus complet de ce que les réseaux sociaux peuvent transmettre. Chez la deuxième, on voit, ce qu'on appelle un *écart entre les sois*. Le soi réel (ce que le suis vraiment) semblait être trop éloigné du soi idéal (ce que j'aimerais être) et cela était source de difficultés psychologiques.

Pour répondre à la question, je dirais que l'impact des influenceur.euse.s sur la santé mentale des jeunes dépend de chaque jeune en individuel. Chaque histoire de vie va déclencher une perception, un ressenti et une approche différente avec la réalité. Comme j'ai mentionné plus haut avec mes patientes, l'une refusait de s'accrocher aux réseaux, l'autre rêvait du contenu qu'elle y voyait. Je ne peux pas généraliser la réponse car la santé mentale est subjective et dépend de plusieurs variables (contexte de développement, histoire de vie, catégorie socio-culturelle...).

Constatez-vous une libération de la parole, davantage d'aisance en thérapie, chez ce jeune public et à la différence des plus âgé·e·s ? Si oui, pensez-vous qu'un lien puisse être établi avec leur activité sur les réseaux sociaux ?

Sincèrement, je ne vois pas de différence entre les deux publics. Faire parler un patient dépend de la relation thérapeutique, du lien qu'on arrive à créer avec nos patients.

D'après vos réponses aux précédentes questions, relevez-vous des différences entre les femmes et les hommes ? Si oui, comment les expliqueriez-vous ?

Le genre des patients ne me semble pas être une variable qui puisse prédire l'impact des réseaux sociaux sur la santé mentale. Chaque individu se laisse influencer ou pas dans sa plus grande intimité, qu'il soit un homme ou une femme.