UNIVERSITÉ PARIS XIII – SORBONNE PARIS NORD

École doctorale Érasme

La YouTubisation de la connaissance comme dispositif d'engagement subpolitique des jeunes adultes.

Exemple de la chaine #DataGueule, coproduit par France Télévisions et diffusée sur YouTube

---

THÈSE DE DOCTORAT

présentée par

Laurent Chomel

Laboratoire des Sciences de l'information et de la Communication (LabSic)

pour l'obtention du grade de

DOCTEUR EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

soutenue le 29 avril 2024 devant le jury d'examen constitué de :

Pascal FROISSART, PU. CELSA, Président du jury
Valérie BECQUET, PU, CY Université de Cergy, Rapportrice
Monica MACEDO ROUET, PU, CY Université de Cergy / Rapportrice
Jacob MATTHEWS, PU, Université Paris 13 Directeur de thèse
Sophie JEHEL, PU, Université Paris 8, Co-directrice de thèse

Remerciements

Ces remerciements seront brefs, mais intenses. Ils s'adressent à celles et ceux qui m'ont aidé, m'ont soutenu, m'ont stimulé intellectuellement et m'ont permis de ne jamais faillir et d'avancer à mon rythme dans ce long travail de recherche.
Car il n'aurait jamais pu voir le jour sans le soutien indéfectible et silencieux de la chercheuse Zahra Kadri. Elle est celle qui m'inspire chaque jour. Elle est mon exemple d'intuition, de structuration, d'expertise, de résistance et de générosité. Merci de m'avoir supporté durant ces très longues années.

J'ai également une grande reconnaissance pour Muhammad Ahsan Naeem, Assistant Professor à l'université de Lahore, Pakistan, que j'ai rencontré grâce à une vidéo[1] diffusée sur sa chaine YouTube « Learning Orbis ». Il expliquait comment télécharger les commentaires d'une vidéo, ce que je commençais à faire de manière encore très artisanale. Grâce à lui, j'ai eu la confirmation de la réalité des intentions de partage de connaissance, transmises par la plateforme et ses utilisateurs. Rentré en contact avec lui, il me partagea son script et la manière de l'utiliser avec l'API de YouTube. Sans les informations téléchargées ainsi, je n'aurais pas pu préciser les chronologies de rédaction et segmenter les scripteurs suivant leur production.

آپ کے تعاون کے لئے محمد کا شکریہ.

De même, ma voisine Élisabeth Manca, grande spécialiste d'Excel, m'a permis de construire les macros nécessaires pour filtrer tous les commentaires et comptabiliser la production des scripteurs. Sans son aide, je n'aurais certainement pas réussi à discerner les différents types de commentateurs, et cela était fondamental pour analyser les comportements d'investissement scriptural. Un immense merci à toi.
Je tiens à remercier Jacob Matthews (Université Sorbonne paris Nord), mon premier directeur de thèse. Il m'a soutenu dans ma démarche de thèse malgré mon passé non universitaire en appuyant ma demande de Validation de mes acquis personnels et professionnels (VAPP), sans l'obtention de laquelle je n'aurais jamais pu entamer cette recherche. C'est encore lui qui m'a obtenu une dernière année de répit grâce à l'obtention d'un financement de fin de thèse. Alors que les quatre premières années ne furent pas financées, ce qui m'obligeait à travailler à mi-temps, ce contrat me permit de me consacrer à plein temps à mes recherches. Reconnaissance totale.

Merci aussi à Sophie Jehel (Université Paris 8), ma seconde directrice de thèse. Elle a su me laisser libre de mener mes recherches à ma manière, en n'intervenant efficacement aux moments cruciaux, afin que ce manuscrit soit le mieux construit possible. Le vieux novice que j'étais écoutait avidement ses conseils afin de rentrer dans les critères d'une recherche irréprochable. Je ne sais pas si j'y suis parvenu, mais j'ai fait mon possible. Gratitude.

J'ai une reconnaissance immense envers les dirigeants de la société Story Circus, (Herve Jacquet et Henri Poulain) producteurs de #DataGueule. Ils m'ont ouvert leur porte et m'ont donné l'occasion de m'immiscer dans le back-office du programme, et en obtenir les données relatives à sa diffusion. Grâce à cette confiance,

[1] Scrape / Download YouTube Comments and Replies to Google Sheets Automatically, en ligne https://www.youtube.com/watch?v=uD58-EHwaeI

j'ai pu solliciter les webspectateurs de la chaine YouTube en y postant une annonce concernant mon enquête en ligne. Sans eux, je n'aurais pas réussi à obtenir les 2000 participations. Immense merci.

Yves Citton (Université Paris 8) et Valérie Becquet (Université de Cergy) ont tous les deux été de très bon conseil lors de nos comités de suivi de thèse. Nos rencontres annuelles m'obligeant à synthétiser l'État de mon avancement. Leur écoute et leurs avis m'ont permis de préciser mon discours et de le rendre plus fluide et accessible. Je leur dois beaucoup.

Je remercie sincèrement tous les membres de mon jury, particulièrement son président, Pascal Froissart, et mes deux reportrices Monica Macedo et Valérie Becquet. Leur lecture attentive de ce manuscrit est une de mes fiertés et toutes leurs remarques sont des occasions pour moi d'expliciter les détails de mes recherches.

J'ai une pensée particulièrement reconnaissante aux chercheurs grâce à qui j'ai pu relever le niveau de mon expertise. Je tiens à remercier spécialement Mathias Bärlt (Offenburg University, Allemagne) et Bernhard Rieder (University of Amsterdam) qui m'ont fourni les données brutes de leur article concernant la comptabilisation des contenus et des chaines YouTube. Sans ces données, il m'aurait été difficile d'avoir une analyse aussi précise des contenus produisant de la connaissance. Sincerely.

De même, les discussions que j'ai pu avoir avec Dominique Boullier (Sciences Po), Franck Rowe (Nantes Université), Clément Mabi (Université de Compiègne) et Maxime Cervulle (Paris 8) m'ont donné l'occasion d'élargir ma vision et de découvrir par leur intermédiaire des auteurs importants pour mes réflexions. Je me remémore aussi les moments passés avec les autres doctorants du Cemti avec qui nous étions partis en séminaire d'écriture à l'Abbaye Notre-Dame de l'Ouÿe ; Ce furent des moments de partage intenses et constructifs. Un grand merci.

J'ai une gratitude particulière pour toutes les personnes (Enseignant, auteurs, techniciens, utilisateurs) ayant accepté de s'entretenir avec moi de leurs usages des vidéos et des leurs pratiques médiatiques et informationnelles. Sans elles, leurs réalités ne me seraient par parvenues et je serais resté aveugle à certaines tendances de fond très importantes. Leur temps passé avec moi était la marque d'un engagement. Il fait plaisir.

Pour finir, je tiens à remercier tous les auteurs exceptionnels dont les travaux m'ont inspiré et dont certains se retrouvent dans ma thèse. Répartis sur la planète entière, j'ai réalisé combien la communauté scientifique, était importante pour penser notre monde, son organisation et tenter d'éclairer ce que la vie produit. Pouvoir y contribuer humblement est un honneur et une responsabilité. Car il nous faut transmettre au plus grand nombre ce que nous avons eu le privilège de découvrir, pour que chacun puisse s'en servir dans son processus d'enquête citoyenne.

Résumé de thèse

Dans une société où les jeunes adultes réalisent que le progrès et les modes de vie de leurs ascendants ont obstrué leur futur de risques presque insurmontables[2], ils ont besoin de chercher à comprendre les causes de cette situation, d'en faire la critique et de trouver par eux-mêmes les solutions. Les médias historiques (et la télévision en particulier), ont perdu leur prééminence sur l'éducation populaire et culturelle. Les longues lectures ont été remplacées par la lecture de posts et de contenus vidéotisés[3], nécessitant moins de ressources cognitives, les vidéos étant à même de faire comprendre des sujets complexes grâce à leur représentation visuelle. Le nombre des "apprenants" s'élargit et les jeunes adultes peuvent trouver là des moyens d'encapacitation[4]. Les vidéos s'immiscent progressivement dans les salles de classe et permettent de focaliser l'attention et de séquencer les cours.

Pourtant, si la contre-culture des années 60 était le ferment d'une pensée émancipatrice, elle a aussi porté en son sein une idéologie néolibérale, avec le soutien de l'État et de l'armée américaine. Une scission s'est opérée chez les hackers de l'époque entre ceux qui souhaitaient privatiser leur travail et ceux qui voulaient le partager librement. Les premiers firent fortune. Aidée par les politiques de défiscalisation et de mondialisation, la valorisation en bourse de Google lui permit d'étendre son hégémonie et de racheter YouTube en 2006.

Pour favoriser les interactions, celle-ci a enchâssé un espace de commentaires aux vidéos, créant ainsi un espace public « réflexif ». Rapidement, YouTube est devenu le diffuseur hégémonique de la spectacularisation du monde, avec plus de 262 millions d'heures de vidéos téléversées rien qu'en 2019. Si les divertissements et ses thématiques sont largement majoritaires en termes d'audience, la part de mises en ligne de vidéo diffusant de la connaissance représente 50%[5]. Les chaines de télévision ayant abandonné les émissions éducatives dans leur grille de programmes, celles-ci sont réapparues sur YouTube. Les vidéastes producteurs ont ainsi renouvelé l'éducation populaire, et ont horizontalisé l'apprentissage. Ils permettent aux jeunes adultes de réagir aux vidéos et d'interagir entre eux, et par cette pratique informationnelle, ceux-ci peuvent acquérir et développer leur connaissance. Des enquêtes citoyennes[6] peuvent être menées qui agrègent avec elles une quantité de webspectateurs[7] dans des actions subpolitiques[1].

Nous avons constaté ce phénomène avec la chaine YouTube #DataGueule, qui produit des vidéos de décryptage de questions politico-scientifiques et revendique de faire "*cogiter les webspectateurs*".

---

[2] BECK Ulrich, « La société du risque, sur la voie d'une autre modernité » Ed Champs essais, 2008, traduit du livre orignial "Riskogesellschaft" 1986

[3] BOULLIER Dominique: Profils, alerte et vidéo : de l'outre-lecture à la fin de la lecture ?, dans Lectures et lecteurs à l'heure d'internet, édition du cercle des libraires, coll Bibliothèques 2011 page 50

[4] JENKINS Henry, Confronting the challenges of participatory culture, T. MacArthur Foundation, The MIT Press, 2009

[5] RIEDER B., Coromina, Òscar, & Matamoros-Fernández, A. Mapping YouTube. First Monday, 25(8). 2020.

[6] DEWEY John. (2006). Logique : la théorie de l'enquête (traduit par G. Deledalle). PUF. (Ouvrage original publié en 1938 sous le titre Logic: The theory of inquiry.)

[7] Dans ce travail de recherche, la notion de webspectateur sert à nommer les internautes qui regardent des vidéos sur le Web, en les comparant aux spectateurs de pièce de théâtres ou de télévision.

Coproduite par France Télévisions et des auteurs engagés dans la citoyenneté, elle donne à voir un modèle de "vidéos de connaissance" qui génère un engagement tant participatif que financier, lors de certains documentaires plus ambitieux. L'enquête que nous avons menée auprès de 2000 webspectateurs de #DataGueule met en évidence le potentiel pédagogique des vidéos.

La centaine d'épisodes diffusés depuis la création de la chaine, permet aux 15/35 ans qui les visionnent, non encore détenteur du baccalauréat (50%), en licence (25%) ou en master (22%), d'appréhender des questions sociétales importantes. Ce corpus de vidéo forme interroge le fonctionnement de notre démocratie dans toutes ses composantes. Nous avons pu montrer que ces vidéos et leurs commentaires permettent aux jeunes adultes de mieux comprendre la complexité des problèmes à affronter ; son ton incisif, soutenu par une succession de données sourcées et illustrées y contribue activement.

Les jeunes adultes s'entrainent ainsi à débattre en ligne de questions s'y rapportant et auxquelles ils n'auraient moins eu l'occasion de réfléchir sans elles. Nous pouvons parler d'une *self éducation* populaire qui stimule leur esprit critique et les pousse à développer leur engagement subpolitique. Dans l'exemple de #DataGueule, c'est une collaboration entre France Télévisions, la plateforme YouTube, les auteurs/producteurs et des webspectateurs qui produit ce partage de connaissances.

Notre enquête et la quarantaine d'entretiens menés nous révèlent aussi les pratiques d'engagements différenciés des jeunes adultes. Celles-ci permettent d'observer un groupe central majoritaire qui se mobilise de manière réfléchie, alors que d'autres minimisent leur implication ou surréagissent, tels des agitateurs nécessaires. Si un quart seulement écrit des commentaires, ils sont en revanche plus des trois quarts à les lire, démontrant en cela l'importance de ces partages. La manière dont sont produites les vidéos, leur contenu autant que la transparence des sources, l'accès aux textes des voix off, le graphisme… définissent un dispositif. Celui-ci active et rend les discussions hautement politiques. Le corpus de 3300 commentaires d'un épisode sur l'assistanat nous montre que le contradictoire s'exprime dans un environnement modéré par des participants. Certaines discussions peuvent même être assimilées à des proto-délibérations. Les entretiens nous révèlent des tendances de fond et accentuent l'importance des vidéos visionnées dans la mise en mouvement de l'engagement des enquêtés.

La proposition d'enquête citoyenne formulée par John Dewey dans les années 40 s'applique totalement au travail de #DataGueule, pour laquelle la YouTubisation de la connaissance a un rôle prépondérant. Par leurs productions, les auteurs citoyens approfondissent un corpus de sujets dont les discussions en ligne et les conclusions pourraient être mises en délibération à large échelle. Pour ce faire dans de bonnes conditions, prendre ses distances avec YouTube est une nécessité. Si nos résultats sont positifs, le design de la plateforme est un frein à une réelle délibération permettant de produire de propositions activables. Pour cela, nous inspirant du design d'un espace numérique de délibération déjà existante, nous proposons des modifications pour la rendre encore plus fluide et efficace, en plaçant la vidéo au centre de son dispositif. Une YouTubisation de la connaissance, sans YouTube !

Mots clés : YouTube, YouTubisation, vidéo, lecture, engagement, citoyen, progrès, numérique, information, connaissance.

Thesis summary

In a society where young adults realize that the progress and lifestyles of their ancestors have obstructed their future with almost insurmountable risks[8], they need to seek to understand the causes of this situation, criticize it, and find solutions themselves. Historical media (especially television) has lost its preeminence in popular and cultural education. Long readings have been replaced by reading posts and videotised content[9], requiring fewer cognitive resources, videos can help understand complex subjects through their visual representation. The number of "learners" is expanding, and young adults can find ways of empowerment there. Videos are gradually intruding into classrooms and making it possible to focus attention and sequence lessons.

However, if the counterculture of the sixties was the ferment of an emancipatory and critical thinking[10], it also carried within it a neoliberal ideology, with the support of the state and the US military. A schism occurred among the hackers between those who wanted to privatize their work and those who wanted to share it freely. The first made a fortune. Helped by tax exemption and globalization policies, Google's stock market valuation allowed it to extend its hegemony and buy YouTube in 2006.

To promote interactions, it embedded a comment space in videos, thus creating a "reflective" public space. Quickly, YouTube became the hegemonic broadcaster of the spectacularization of the world, with more than 262 million hours of videos uploaded in 2019. While entertainment and its themes are largely dominant in terms of audience, the share of video uploads disseminating knowledge represents 50%. Television channels having abandoned educational programs in their programming schedule, these have reappeared on YouTube[11]. Video producers have thus renewed popular education and have made learning more horizontal. They allow young adults to react to videos and interact with each other, and through this informational practice, they can acquire and develop their knowledge. Citizen investigations can be conducted that aggregate a quantity of web spectators in subpolitical actions.

We observed this phenomenon with the YouTube channel #DataGueule, which produces videos decrypting political-scientific issues and claims to make " webviewers think." Co-produced by France Télévisions and authors committed to citizenship, it presents a model of "knowledge videos" that generates both participatory and financial engagement, especially in certain more ambitious documentaries. The survey we conducted with 2000 #DataGueule webviewers highlights the pedagogical potential of the videos.

The hundred episodes broadcast since the channel's creation allows those aged 15 to 35 who watch them, not yet holding a high school diploma (50%), in a bachelor's program (25%), or in a master's program (22%), to understand important societal issues. This videos corpus questions the functioning of our democracy in all its components. We have shown that these videos and their comments enable young adults to better understand the complexity of the problems to be faced; their incisive tone, supported by a succession of sourced and illustrated data, actively contributes to this understanding.

---

[8] BECK Ulrich, "The risk society, on the path to another modernity" Ed Champs essays, 2008, translated from the original book " Riskogesellschaft " 1986

[9] BOULLIER Dominique: Profiles, alert and video: from beyond reading to the end of reading?, in Readings and readers in the internet age, edition of the booksellers' circle, coll Libraries 2011 page 50

[10] JENKINS Henry, Confronting the challenges of participatory culture, T. MacArthur Foundation, The MIT Press, 2009

[11] RIEDER B., Coromina , Òscar , & Matamoros-Fernández, A. Mapping YouTube. First Monday , 25(8). 2020.

Young adults thus train themselves to debate online on related issues they might have had less opportunity to reflect on without these videos. We can speak of a self-popular education that stimulates their critical thinking and encourages them to develop their subpolitical engagement. In the example of #DataGueule, it is a collaboration between France Télévisions, the YouTube platform, authors/producers, and web spectators that produces this knowledge sharing.

Our survey and the forty interviews conducted also reveal differentiated engagement practices among young adults. These allow us to observe a central majority group that mobilizes thoughtfully, while others minimize their involvement or overreact, acting as necessary agitators. While only a quarter write comments, more than three-quarters read them, demonstrating the importance of these exchanges. The way videos are produced, their content as well as the transparency of sources, access to voiceover texts, graphics, etc., define a system. This system activates and makes discussions highly political. The corpus of 3300 comments from an episode on welfare shows that opposing views are expressed in an environment moderated by participants. Some discussions can even be likened to proto-deliberations. Interviews reveal underlying trends and emphasize the importance of the videos viewed in mobilizing the engagement of the respondents.

John Dewey's proposition of citizen investigation[12] in the 1940s applies perfectly to the work of #DataGueule, for which the YouTubization of knowledge plays a crucial role. Through their productions, citizen authors deepen a corpus of subjects whose online discussions and conclusions could be deliberated on a large scale. To do this under optimal conditions, distancing oneself from YouTube is a necessity. If our results are positive, the platform's design is a hindrance to genuine deliberation that produces actionable proposals. For this reason, drawing inspiration from the design of an existing digital deliberation space, we propose modifications to make it even more fluid and effective, placing the video at the center of its system. YouTubization of knowledge, without YouTube!

Keywords: YouTube, YouTubization, video, reading, engagement, citizens, progress, digital, information, knowledge.

[12] DEWEY John. (2006). Logic: the theory of inquiry (translated by G. Deledalle). PUF. (Original work published in 1938 under the title Logic: The theory of inquiry .)

SOMMAIRE

Résumé de la thèse 5
Thesis summary 7
Introduction 13
Des problématiques à explorer 14
Mes hypothèses de départ 16
Terrains de recherche et méthodologies 17
Poème de Jean Pierre Verheggen : Extrait de Sodome et grammaire 21

Chapitre 1
La lente histoire du "progrès" allié à la connaissance bouscule les consciences 23
1.1. L'accélération de l'idée de progrès, son acmé et sa décadence, un préalable de la société du risque 24
1.2. Une société du risque qui pousse à l'individualisation des rapports sociaux 33
1.3. L'éducation, la face morale du progrès. De Condorcet à Franck Lepage, une éducation populaire toujours vivante qui se "*YouTubise*" 49
1.4. Les jeunes : un engagement incertain : du politique au subpolitique 55
1.5. Conclusion chapitre 1 62

Chapitre 2
Une mutation des pratiques culturelles des jeunes adultes dans lesquelles la vidéo s'impose 65
2.1. La vie Onlife des jeunes adultes 66
2.2. La mutation des pratiques culturelles :
Quand la lecture n'est plus associée à la littérature 75
2.2.1. Quand la culture populaire dilue la culture classique 82
2.2.2. Des pratiques culturelles rétrécies 84
2.2.3. Et la télévision changea de statut 86
2.2.4. Les médias historiques perdent leur hégémonie informationnelle 90
2.3. Fonctionnement cognitif : de la lecture à la vidéo 94
2.4. Du MOOC au Youtubeur, ou réciproquement 97
2.5. La YouTubisation de l'information et de la connaissance 104
2.5.1.L'exemple du site *lemonde.fr* 106
2.5.2.Comparaison d'un article *du Monde* et de son corolaire vidéo 111
2.6. Et YouTube s'installa dans l'éducation nationale 115
2.7. Conclusion du chapitre 2 125

Chapitre 3
Des origines contre-culturelles aux valeurs néolibérales, l'émergence des plateformes, leur hégémonie et les rapports ambigus des politiques à leur égard 127
3.1 La double dynamique de la société de l'information 128
3.2 Un contexte politique et économique qui favorise l'innovation scientifique états-unienne .. 130
3.3 La contre-culture comme ferment idéologique de l'économie numérique néolibérale 134
3.4 De Burning man à Google: le nouveau modèle de capitalisme de plateforme 139
3.5 YouTube, une plateforme modelée pour Google 154
3.6 Du contenu foisonnant qui sert la connaissance et le débat public 161
3.7 Quand le néolibéralisme décrédibilise le monde politique au profit des plateformes 179
3.8 Conclusion du chapitre 3 189

Chapitre 4
Quand France Télévisions produit #DataGueule 193
4.1 Une fenêtre d'opportunité ouverte par une équipe dirigeante clairvoyante 194
4.2 #DataGueule, un programme engagé 214
4.3 Un format qui s'allonge pour encourager de la réflexion 226

4.4 La démocratie s'impose comme thème central de #DataGueule 230
4.5 Conclusion du chapitre 4 237

Chapitre 5
Les webspectateurs de #DataGueule : de la défiance à l'engagement, une majorité d'engagés réfléchis 239
5.1 Une enquête en ligne auprès des webspectateurs de #DataGueule 240
5.2 Un public masculin de jeunes adultes éduqués 242
5.2.1 Des diffuseurs historiques mis à l'écart 247
5.2.2 Le « like » comme pratique d'interaction pour les jeunes et les moins diplômés 248
5.2.3 Le partage des épisodes, un engagement vis-à-vis de ses proches 250
5.2.4 La justification des commentaires 251
5.2.5 Une lecture courante des commentaires 256
5.2.6 Une minorité de rédacteurs hyperactifs 251
5.2.7 Approfondir par d'autres sources les sujets traités 259
5.3 Quelles actions concrètes pour quels types d'engagements ? 266
5.4 Lorsqu'une vidéo attise la manifestation 272
5.5 Entre les engagés impulsifs et les réticents, une majorité d'engagés réfléchis 274
5.6 Définir l'implication individuelle des engagements 278
5.7 Des entretiens pour préciser les pratiques d'engagements des webspectateurs de #DataGueule 281
5.7.1 La perception d'un risque réel 283
5.7.2 Pour s'informer, les enquêtés semblent préférer la vidéo 287
5.7.3 La télévision, pivot référentiel de la vidéo 289
5.7.4 YouTube, une nouvelle télévision interactive 293
5.7.5 Des algorithmes clairement identifiés 299
5.7.6 Le style plébiscité de #DataGueule 303
5.7.7 De la vidéo à l'action la manifestation 307
5.8 Conclusion du chapitre 5 312

Chapitre 6
Ce que les commentaires disent de l'engagement politique de leurs auteurs 315
6.1 Une analyse des commentaires pour mesurer l'engagement ? 316
6.2 Quand le contenu de la vidéo engage les conversations 320
6.3 Une impulsion dynamique des commentaires 323
6.4 Une minorité de commentateurs stimule les conversations 326
6.5 Des commentateurs massifs dans tous les épisodes 329
6.6 L'impact des pseudonymes sur l'engagement rédactionnel 331
6.7 L'usage du lexique politique dans les groupes de commentateurs 334
6.8 Ce que l'analyse sémantique des commentaires nous dit des engagements politiques de leurs auteurs 337
6.8.1 Les centres d'intérêt conversationnels 337
6.8.2 Famille sémantique 1 : Quand la richesse crée la pauvreté 340
6.8.3 Famille sémantique 2 : Quand la réalité des fraudes fiscales et sociales.. viennent se percuter 344
6.8.4 Famille sémantique 3 : Réalités de vie des allocataires du RSA 346
6.8.5 Famille sémantique 4 : Un débat qui porte sur les inégalités éducatives 348
6.8.6 Famille sémantique 5 : Critiques techniques de la réalisation 350
6.8.7 Famille sémantique 6 : Un débats pré-électoral 351
6.8.8 Conclusion de l'analyse du corpus 353
6.9 De la délibération dans les conversations 354
6.9.1 Une conversation délibérative ? 357
6.9.2 Les éléments de la délibération 360
6.10 Conclusion du chapitre 6..... 366

1. **Chapitre 7**

Conclusion et perspectives : Une plateforme publique d'enquête vidéo et de délibération …… 369
7.1. De l'enquête de John Dewey à la YouTubisation de la connaissance …… 370
7.1.1. Recherche de la grande communauté …… 374
7.1.2. La YouTubisation de la Connaissance, un dispositif potentiel de l'enquête …… 379
7.2. Une plateforme publique d'enquête vidéo et de délibération …… 389
7.2.1. Une organisation de pair à pair, le modèle PeerTube …… 389
7.2.2. Un design au service de la délibération …… 395
7.3. Conclusion générale …… 407

Bibliographie 413

Annexes 435
I. Description des niveaux de compétence en littératie Skills Matters. …… 436
II. La télévision et son financement …… 438
III. Fonctionnement cognitif : De la lecture à la vidéo…… 439
a) L'effort, la charge cognitive et la mémoire de travail …… 448
b) Théorie du double codage …… 456
IV. Episodes #DataGueule dépassant la moyenne du nombre de vue …… 460
V. Episodes #DataGueule dépassant la moyenne du nombre de commentaires …… 461
VI. Tableau de données des 3 groupes de webspectateurs engagés …… 462
VII. Graphics AFC par questions séparées …… 464
VIII. Tableaux de calculs des profils des répondants aux entretiens qualitatifs …… 465
IX. Classification hiérarchique descendante …… 466
X. Questionnaire de l'enquête en ligne …… 469
XI. Commentaires conversation proto délibérative …… 474

Introduction

Mon parcours de producteur audiovisuel de plusieurs décennies m'a conduit à confronter mes aspirations de citoyen engagé aux programmes que j'étais amené à produire. Travaillant sans distinction pour le service public et pour les chaînes privées, la différenciation des émissions diffusées devenait de plus en plus floue entre ces deux grands types d'opérateurs.

Le succès des programmes que je devais livrer était jugé suivant les seuls critères d'audience, et je me suis souvent demandé si mes productions répondaient véritablement aux besoins des citoyens. Le public semblait les regarder massivement, pourtant je me posais la question cruciale de savoir si le fait de "choisir" un programme plutôt qu'un autre signifiait un véritable engagement, un choix éclairé, dans une perspective d'apprentissage, de réflexion, voire d'action pour un changement significatif. Sans doute avais-je une idée trop haute de la mission des chaines publiques de télévision ? Mais leur rôle ne me semblait pas toujours répondre à mes attentes. Même si je connais le besoin de se divertir après une journée de travail parfois éreintante, la place prépondérante de ce type de programme ne cessait de m'interroger.

À partir de là, mon métier de producteur a commencé à se fondre avec ma passion pour la pédagogie et la transmission de connaissances. J'ai cherché à créer des programmes qui non seulement apporteraient du plaisir, mais stimuleraient également la réflexion et l'engagement citoyen. Malgré mes tentatives d'indépendance à travers la création de plusieurs sociétés de production, mes réalisations semblaient de moins en moins en phase avec mes aspirations personnelles.

Avec l'avènement de YouTube en 2005, mes perspectives ont commencé à s'élargir. La plateforme semblait offrir une opportunité unique de démocratiser la production audiovisuelle et de permettre à chacun de s'exprimer. De nombreuses questions m'apparaissaient : comment les chaînes traditionnelles se distingueraient-elles face à cette nouvelle concurrence ? Quels contenus et quelles voix en émergeraient ? Qui serait le public de cette révolution audiovisuelle ? Quel rôle jouerait la plateforme sur la réception et la diffusion des programmes provoquant une réflexivité ?

Les vidéos de YouTube, grâce à leurs espaces de commentaires, semblaient favoriser des discussions et rassembler des communautés partageant des intérêts communs, comblant ainsi certaines lacunes des chaînes traditionnelles de télévision. Elles pouvaient aussi se partager et favoriser ainsi l'attention sur des questions importantes et apporter une réelle connaissance.

Les audiences montraient que les jeunes adultes s'éloignaient de la télévision traditionnelle. Ils semblaient se déporter vers YouTube pour trouver des programmes et des perspectives absentes ailleurs. Mais se noyaient-ils uniquement dans le divertissement, ou trouvaient-ils des contenus qui nourrissent leur curiosité, leur réflexivité et leur esprit critique ? Dans quelles conditions cette transformation pouvait stimuler leur engagement citoyen, leur réflexivité et les encourager à s'associer à d'autres pour agir ? Les jeunes adultes étant la génération qui devra faire face au dérèglement climatique et autres tensions en découlant, ils me semblaient être ceux dont les comportements dessineraient le futur de l'humanité.

C'est alors que j'ai découvert #DataGueule, un programme diffusé sur YouTube et coproduit par France Télévisions. Il se démarquait nettement des normes des chaines du groupe public et suscitait de nombreuses réactions en ligne. Ignorée par de nombreux producteurs et responsables des programmes "traditionnels", cette chaine YouTube semblait incarner ce que cette révolution audiovisuelle pouvait accomplir : faire de

l'éducation populaire à travers des programmes transformant la complexité des données en objet de compréhension du monde.

Son ton incisif, un traitement refusant une objectivité illusoire, et les sujets qu'abordait cette chaine étaient particulièrement bien construits et documentés, mais ils avaient jusqu'à présent peu trouvé de place sur les antennes du groupe public, ni ailleurs. Pourtant, son public répondait présent sur YouTube et se comptait en centaines de milliers, avec une large majorité de jeunes adultes. Ce programme semblait répondre à une attente.

J'ai donc décidé d'entamer une recherche doctorale. Pourtant, n'ayant pas suivi de cursus universitaire au préalable, j'ai pu la commencer au laboratoire du CEMTI grâce au dispositif de Validation des acquis professionnels et personnels (VAPP). Ce dispositif du ministère de l'Éducation et de la Recherche permet de rattraper les étapes nécessaires à l'inscription au doctorat. Sans participer directement au mouvement d'éducation populaire, il en est une de ses émanations concrètes. C'est certainement ce qui fonde mon intérêt dans les apprentissages au sens large, en étant particulièrement sensible à tout ce qui permet l'émancipation par la connaissance. Je me suis demandé à ce propos si YouTube, par l'intermédiaire de ce type de programmes, ne participait pas aussi à ce mouvement d'éducation populaire, ce qui serait totalement contre intuitif dans la mesure où cette filiale de Google, grâce aux données récoltées, affiche un objectif de rentabilité maximal, en opposions total avec une possible émancipation démocratique.

En basant mes recherches sur #DataGueule, je suis passé du rôle de producteur à celui de chercheur. Guidé par les démarches académiques rigoureuses de l'université Paris 8, puis de Paris 13, j'ai entrepris cette nouvelle aventure dans le but de comprendre comment des programmes tels que celui-ci pouvaient influencer l'engagement citoyen. Mon objectif était également de questionner le service public sur son implication dans l'émancipation des publics, et d'explorer les stratégies qu'il pourrait adopter pour reconquérir un public de jeunes adultes semblant s'en éloigner.

Ce travail de recherche me prit six bonnes années du fait de n'être pas financé pour les mener. J'avais tenté de proposer un contrat CIFRE à France Télévisions. Xavier Couture, le directeur des programmes et des antennes de l'époque, me l'avait accordé dans un premier temps ; mais sa démission quelques jours plus tard, annula sa décision pour d'obscures raisons financières. J'ai donc dû financer ces années en travaillant à mi-temps ce qui ralentit la progression de mes résultats mais me permet de maturer mes observations.

Ma démarche s'inscrit à la fois dans une recherche engagée en faveur d'une télévision plus informative et éducative, et dans une volonté de transmettre les connaissances et les enseignements tirés de cette réflexion. Elle pourra, je l'espère, contribuer à façonner un paysage audiovisuel plus enrichissant pour tous les citoyens.

Des problématiques à explorer.

Plusieurs questions m'apparaissaient importantes à traiter avant d'élaborer le plan précis de ma thèse.

La première venait de la baisse documentée des compétences de lectures et du nombre de livres lus, alors que les jeunes adultes passaient de plus en plus de temps à visionner des vidéos sur YouTube. D'où venait ce phénomène ? Pourquoi le visionnage de vidéos semblait augmenter aux dépens de la lecture de livres ? Cela était-il délétère à l'acquisition de connaissances, à la culture en général et à la réflexivité individuelle et collective ?

Si lire un livre et visionner des vidéos sur son téléphone ou son ordinateur sont des actions solitaires, alors que la télévision instaure une pratique plus collective favorisant les interactions, les webspectateurs étaient-ils freinés dans leurs échanges pour faire émerger une réflexion et des actions communes ? Cette individualisation des usages informationnels isolait-elle les intelligences citoyennes[13] et la formation des idées, ou existait-il des voies d'échanges et de partages les stimulant ?

Si plusieurs chaines étaient portées par France Télévisions sur YouTube, quel rôle la télévision publique jouait sur la plateforme dans la production de programmes apportant de la connaissance ? Cette question obligeait en préambule de définir ce que "vidéos de connaissance" signifiait. Sur quels critères pouvait-on les catégoriser ? Et pouvait-on évaluer ce large ensemble dans la vidéothèque de YouTube ? Ces vidéos de connaissance pouvaient-elles servir la politisation des jeunes adultes et leur engagement en tant que citoyen ? Et si oui, de quelle manière ? La pratique de visionnage de YouTube était-elle fondamentalement différente de celle de la télévision en linéaire ? Et comment celle-ci était-elle perçue par les webspectateurs de YouTube ? Avait-elle perdu toute son influence ?

Je me posais également la question du rôle des algorithmes si souvent décriés[14]. Quel rôle ceux de YouTube jouent-ils sur le visionnage de vidéos de Connaissance ? Comment sont-ils perçus par les utilisateurs et utilisatrices et comment les utilisent-ils ? J'avais moi-même découvert #DataGueule grâce à une recommandation faite par la plateforme. Était-ce souvent le cas pour les autres ?

Enfin, si le nombre de commentaires des vidéos de la chaine #DataGueule semblait très important, que disaient les commentateurs dans cet espace ? Était-il un lieu d'échange constructif, ou seulement une succession de pensées solitaires, de remerciements ou d'insultes ? La réflexivité que je recherchais devait s'exprimer ici, et faire une analyse méthodique des discours produits me semblait fondamental.

Pour finir, je trouvais le design de YouTube très limité dans les possibilités offertes pour débattre et faire remonter de véritables propositions citoyennes. Était-il un frein à des discussions constructives et délibératives ? Se posait la question de comment pourrait-on l'améliorer pour les favoriser et faire émerger des propositions de la part des participants ?

Les effets des vidéos de connaissance de YouTube sur l'engagement citoyen des jeunes adultes me semblaient un sujet riche, en effet. Mais il nécessitait auparavant de comprendre ce qu'une plateforme aussi hégémonique que YouTube avait à y gagner. Pur produit du néolibéralisme, son modèle économique relevant de la captation des données de ses utilisateurs pour placer des publicités très ciblées avant les vidéos (une version plus sophistiquée du « *temps de cerveau disponible* » de TF1) je ne voyais pas en quoi l'émancipation politique de ses utilisateurs pouvait servir ses intérêts. Sans doute fallait-il remonter aux origines d'Internet, et de sa légende de libération des rapports sociaux, pour y déceler les causes ?

Pour répondre à ces questions, il me fallait orienter mes recherches autant de façon statistique, pour pouvoir définir les grandes tendances de fond, que de façon individualisée, afin de me rapporter aux personnes dans leurs complexités et leurs différences. Par des enquêtes quantitatives, je pourrais définir les comportements, les valeurs, les perceptions majoritaires, alors que les entretiens qualitatifs m'apporteraient les détails et les

---

[13] HANSOTTE, Majo. Les intelligences citoyennes: comment se prend et s' invente la parole collective. De Boeck Supérieur, 2004.

[14] - HUSSEIN E., JUNEJA P; & MITRA T. "*Measuring misinformation in video search platforms: An audit study on YouTube. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*", 4(CSCW1),. 1-27. 2020

- TANG L., FUJIMOTO K., AMITH M., CUNINGHAM R., COSTANTINI R. A., YORK F., ... & TAO C. "*Down the rabbit hole" of vaccine misinformation on YouTube*. Network exposure study". Journal of Medical Internet Research, 23(1), e23262. 2021

subtilités des choix, des parcours individuels qui influencent les orientations collectives. Les deux démarches me semblent complémentaires.

Mes hypothèses de départ.

Fort de toutes ces questions, je formulais plusieurs hypothèses qu'il me fallait vérifier. La première concernait une question historique et politique. Malgré l'adhésion néolibérale de YouTube[15] qui cherche à enfermer ses utilisateurs dans une consommation massive de vidéos grâce à ses algorithmes[16], je postulais qu'un espace existe au sein de la plateforme pour la diffusion de vidéos de connaissance, moins monétisable, permettant à leurs publics d'exercer une pratique de pensées critiques et émancipatrices. L'existence de ce champ devait être le fruit historique des pionniers de l'internet. Se trouvaient au départ de l'informatique et du numérique des antagonismes idéologiques s'enchâssant l'un l'autre pour agir en parallèle ; deux courants contradictoires fondant les bases de l'Internet, dont d'un côté, la mouvance des logiciels libres en est l'émanation encore bien vivante, et de l'autre, YouTube est un des acteurs principaux de son mouvement hégémonique.

Le basculement de la culture classique à la culture mainstream et populaire entraine une évolution anthropologique. Les compétences de lecture stagnent malgré les politiques éducatives axées sur son apprentissage[17]. Une majorité de Français semble avoir des difficultés de déchiffrage. La lecture de livres, avec leur grand nombre de pages, semble être remplacée par une lecture de fragments de textes et surtout de vidéos. Pour autant, je fis l'hypothèse que les vidéos pouvaient en partie compenser la baisse de la lecture de livre pour apporter des connaissances et augmenter le nombre des apprenants. Si les lecteurs "experts" se raréfiaient, la connaissance des jeunes adultes pouvait augmenter massivement. N'était-ce pas là un élément important à l'heure de la compréhension des enjeux sur l'avenir de l'humanité, à leur participation et à leurs résolutions ?

Pour expliquer le phénomène, il me semblait pertinent d'émettre l'hypothèse que les images animées (*a fortiori* la vidéo) sont plus facilement assimilables par le cerveau que les textes, car leur décryptage serait plus véloce. L'exploration de ce domaine, bien qu'il ne s'apparente pas à mon domaine de recherche, semblait pourtant en lien direct avec mon sujet. La lecture n'est pas un phénomène naturel. Sa maitrise est l'aboutissement d'un apprentissage rigoureux. Il mobilise des facultés cognitives importantes. Celui de la parole (l'audio), en revanche, est porté par les images (le visuel). Il commence dès les premiers mois de la vie, grâce au langage des parents et à la vision de leur environnement. Il se fait de manière beaucoup plus naturelle depuis des centaines de milliers d'années. La vidéo puiserait dans ces capacités, ce qui la rendrait plus accessible. Forts de ce constat, les médias numériques d'information ont tendance à produire des vidéos en complément de leurs articles pour attirer un public plus nombreux et plus jeune. C'est ce que j'appelais « vidéotisation » de la connaissance.

En étudiant empiriquement la plateforme, je fis l'hypothèse qu'une partie significative de son contenu a la capacité d'apporter de la connaissance, et que celle-ci peut être plus facilement activée qu'à la télévision.

---

[15] ASHMAN, Rachel, PATTERSON, Anthony, et BROWN, Stephen. "Don't forget to like, share and subscribe': Digital autopreneurs in a neoliberal world". Journal of Business Research, 2018, vol. 92, p. 474-483.
ROUVROY, Antoinette. La gouvernementalité algorithmique: radicalisation et stratégie immunitaire du capitalisme et du néolibéralisme?. La Deleuziana, 2016, no 3, p. 30-36.

[16] HOKKA, Jenni. PewDiePie, racism and Youtube's neoliberalist interpretation of freedom of speech. Convergence, 2021, vol. 27, no 1, p. 142-160. https://doi.org/10.1177/135485652093860

[17] OECD, "Skills Matter: Additional Results from the Survey of Adult Skills", OECD Skills Studies, OECD Publishing, Paris, 2019 https://doi.org/10.1787/1f029d8f-en

L'émancipation pouvant venir des possibilités participatives de ses outils, les pratiques des webspectateurs me semblaient s'apparenter à un entrainement de la réflexivité et de la citoyenneté. Pour cela, je devais définir les vidéos qui transmettent de la connaissance et des informations utiles à la compréhension de notre monde. En me basant sur les catégories de YouTube, je rassemblais les chaines « éducation », "Association & activisme", "News & Politique", "Science & technologie" et la catégorie « Tutoriel » dans une catégorie générique "Connaissance". Me restait désormais à trouver la méthode d'exploration afin de les comptabiliser.

Si leur nombre était important, je pouvais énoncer l'hypothèse que YouTube participe (malgré elle) au mouvement historique d'éducation populaire. Que ceux qui ont des difficultés de lecture peuvent trouver sur la plateforme des vidéos instructives, renforçant leur pouvoir d'agir. Puisque les vidéos sont enchâssées dans un dispositif qui comprend les sources d'information ainsi que des outils d'appréciation et de partage, ou celle d'écrire des commentaires, les webspectateurs ont la possibilité d'activer immédiatement leur sens critique de différente manière. J'émis à ce propos l'hypothèse que ces actions engageaient leurs auteurs à des degrés distincts. Que le temps passé à lire les sources, à écrire un commentaire ou à lire ceux des autres était une forme d'engagement, et que cet engagement était une forme d'émancipation.

L'espace des commentaires m'intéressait particulièrement. S'il était difficile de les lire tous à cause du design sommaire de la plateforme, ils me semblaient pouvoir révéler la partie émergée des processus réflexifs des webspectateurs. Le concept de tiers espace de Scott Wright[18] semblait pouvoir s'appliquer à cet espace de commentaires ; un lieu où les sujets politiques émergent alors qu'il n'a pas été prévu à cet effet. Si YouTube n'a pas vocation à stimuler les échanges politiques (qui peuvent potentiellement être tendus), une vidéo dont c'est la vocation doit pouvoir le faire. Mais jusqu'à quel point et selon quelles modalités ? Il me fallait télécharger plusieurs corpus et les analyser.

Enfin, il n'est pas possible de parler d'une chaine YouTube et de ses vidéos sans aborder le travail de ses auteurs, de leur projet et des conditions de leur travail. Dans le cas de #DataGueule, la coproduction avec France Télévisions donnait à ce programme une dimension professionnelle, ce qui n'est pas le cas de nombreuses chaines partageant de la connaissance. Les questionner, ainsi que leurs commanditaires, était une nécessité. L'environnement graphique de la chaine, sa *Baseline*, son texte de présentation et le ton des vidéos donnaient l'impression d'une totale liberté et d'une volonté de stimuler une forte réflexivité. J'émis alors l'hypothèse que cette liberté fut un élément d'adhésion et de fidélité vis-à-vis du public. C'est peut-être ce qui différenciait la série d'autres programmes diffusés sur les antennes de France Télévisions ? Pour une fois, une subjectivité était assumée et le projet de provoquer une réflexion faisait partie du projet initial. Et cela semblait fonctionner : le nombre de commentaires à la suite de chaque vidéo semblait en être le signe.

Terrains de recherche et méthodologies

Pour explorer mon sujet, mes questions de recherche et mes hypothèses, j'ai défini plusieurs terrains complémentaires :

Le premier fut pour vérifier la *vidéotisation* de la connaissance dans les médias d'information. Afin de pouvoir comparer un texte et d'une vidéo sur leurs capacités à faire comprendre des notions complexes, je me suis intéressé au journal *Le Monde* et à sa chaine YouTube. J'ai découvert que plusieurs articles du journal avaient fait l'objet de vidéos en déroulant un contenu très proche. J'ai donc analysé un article et de son pendant vidéo

[18] WRIGHT Scott, « Les conversations politiques en ligne au quotidien : design, délibération et "tiers espace" », Questions de communication, 30 | 2016, mis en ligne le 31 décembre 2018

sur le sujet de « la suspicion de création artificielle du coronavirus ». Mon but était de comprendre dans quelle mesure, une vidéo de connaissance pouvait se substituer au texte et apporter informations complexes. Pour ce faire je pus rencontrer la directrice en chef adjointe du service vidéo, grâce à la société des lecteurs du monde (SDL). Cette société anonyme réunit 12 000 lecteurs-actionnaires « *soucieux d'en assurer l'indépendance à l'égard de tout pouvoir économique et politique* »[19]. Ils m'ont facilité le contact afin que je puisse comprendre les liens entre la rédaction « papier » et celle de la vidéo. Notre entretien compréhensif de 90 minutes porta sur la formation vidéo des journalistes, l'organisation des rédactions papier et vidéo, et les procédures de production et de validation des vidéos.

J'ai ensuite entamé une recherche exploratoire auprès de 5 enseignants de lycées parisiens pour comprendre les raisons qui les poussent à se servir de vidéos dans leurs cours. Professeurs de philosophie ou de sciences économiques et sociales, certains utilisaient #DataGueule. Leurs témoignages validaient le rôle pédagogique de ces vidéos et l'intérêt de s'en servir pour focaliser l'attention générale de la classe. Je rencontrais la première par l'intermédiaire de la production de #DataGueule avec qui elle avait communiqué. Elle me mit ensuite en contact avec quelques collègues qui s'échangeaient leurs expériences, leurs outils et leurs sources vidéographiques. Toutes n'avaient pas utilisé #DataGueule, mais trouvaient de nombreux avantages à ces temps de visionnage scolaires.

J'explorais ensuite la masse générale des vidéos de la plateforme grâce aux données fournies par Mathias Bärtl (Offenburg University, Allemagne) et par Bernhard Rieder (University of Amsterdam). En suivant leurs conseils, j'agrégeais certaines catégories pour former mon ensemble de vidéos de Connaissance et pu montrer ainsi qu'elles représentaient plus de la moitié de toutes les vidéos disponibles sur la plateforme. Les données de Bernhard Rieder se focalisaient sur les disparités entre grosses chaines de plusieurs centaines de milliers d'abonnés, très minoritaires, et les petites chaines non monétisables rassemblant moins de 1000 abonnés, mais plus de 87% des chaines créées. #DataGueule fait partie des premières.

Je me suis ensuite penché sur la chaine YouTube #DataGueule et son corpus de vidéos. J'ai interrogé un des principaux responsables de France Télévisions qui avait initié le projet, ainsi que les trois auteurs et trois de leurs techniciens graphistes dont le rôle est primordial dans la production des épisodes. Je n'ai malheureusement par réussi à rencontrer le directeur des programmes de l'époque, Bruno Patino et me suis servi d'articles et d'entretiens qu'il avait fait pour comprendre sa vision des programmes diffusés sur YouTube et les actions qu'il avait engagées pour la mettre en œuvre. Ces 7 entretiens compréhensifs m'ont permis de comprendre l'engagement politique de ces acteurs, tant au niveau initial de France Télévisions qu'avec les auteurs, dont l'intention était de se servir des possibilités participatives de YouTube pour provoquer le débat. La création du programme fut une œuvre collective et revendiquée comme telle, pour laquelle chacun s'est impliqué au-delà d'un simple engagement professionnel. Ce constat me fit faire l'hypothèse que cette authenticité émanait dans les vidéos produites, et que cet élément pouvait avoir un effet d'enrôlement auprès du public.

Naturellement, mon cinquième terrain fut celui des webspectateurs de #DataGueule. Dans un premier temps, c'est par une enquête quantitative que je souhaitais les interroger sur leur rapport à l'engagement. La production m'autorisa à diffuser une annonce sur l'espace de la communauté de la chaine, annonçant le but de cette enquête avec le lien pour y participer. Je pus constater la puissance médiatique de #DataGueule par

[19] Présentation de la SLD en ligne https://sdllemonde.fr/sdl/presentation-de-la-sdl/

l'immédiateté et les nombres des participants. Alors que je peinais à mobiliser par mes propres moyens, l'annonce sur la chaine permit à 2000 personnes de remplir le questionnaire. Son dépouillement fut géré grâce au logiciel Modalisa et me permit de distinguer trois typologies de webspectateurs engagés.

Puisque je proposais dans le questionnaire à ceux qui le souhaitaient de me communiquer leur mail afin d'approfondir en face à face la compréhension de leurs rapports à la connaissance, de leurs usages des vidéos et de leurs éventuels engagements, j'organisais 25 entretiens qualitatifs. Les retranscriptions furent ensuite analysées par le logiciel MaxQDA selon une série de thématiques s'y rapportant.

Si nous parlions ensemble d'engagement, et du vaste champ des actions s'y rapportant, il me semblait important d'en établir une sorte d'échelle d'implication afin de pouvoir les graduer. La notion d'engagement est souvent subjective et se rapporte à une expérience individuelle. C'est la raison pour laquelle j'organisais un sondage en ligne, indépendamment des webspectateurs de #DataGueule, auprès de 350 personnes pour définir une notation d'engagement à une trentaine d'actions pouvant rentrer dans ce champ. Les résultats modéraient ainsi les réponses obtenues par les webspectateurs, qui évoquaient majoritairement leurs actions en fonction des possibilités online de la plateforme.

Enfin, pour étudier la manière dont s'exprimaient les commentateurs à la suite d'une vidéo, j'en choisis une dans laquelle les débats pouvaient être animés. Suivant les constats de Todd Graham sur le sujet des aides sociales comme source de controverses[20] dans les tiers espaces, je choisis la vidéo N°66 de #DataGueule sur l'assistanat. J'en fis une analyse lexicale de contenu en me servant du logiciel Iramuteq afin de définir une base de mots servant le discours politique traité dans la vidéo.

Je téléchargeais ensuite la totalité des commentaires grâce à l'aide d'un chercheur pakistanais (Muhammad Ahsan Naeem) rencontré par l'intermédiaire de YouTube. Une de ses vidéos diffusées sur sa chaine exposait ses méthodes d'aspiration des commentaires. N'arrivant pas à calquer ses procédures, je lui envoyais un mail pour lui demander conseil. En réponse, il me proposa d'écrire le script nécessaire et de me le partager sur Google Sheets. Grâce à son aide, j'obtenais la totalité des 3300 commentaires, leur date et heure de mise en ligne, ainsi que tous leurs auteurs.

Il me restait à les classer selon la production de chacun afin de distinguer ceux qui en avaient écrit un seul, ceux qui en avaient écrit jusqu'à 6 et ceux qui dépassaient ce nombre. Pour ce faire, Excel était un bon logiciel de triage. Mais ne maitrisant pas suffisamment ses fonctions macro, je fis appel aux compétences pointues d'une de mes voisines (Élisabeth Manca) pour qui le logiciel n'avait plus de secret. Ces tris furent d'une très grande importance pour comprendre les impulsions collectives et individuelles qui président à la formation d'un tel corpus. Ils me permirent d'établir 3 types de scripteurs en fonction de leur nombre de commentaires écrits : les Commentateurs uniques, les multiples et les massifs, pouvant écrire plusieurs dizaines de commentaires.

Téléchargeant les corpus de commentaires d'autres vidéos #DataGueule, et procédant de la même manière, je pus confirmer le phénomène et observer le passage de commentateurs d'une vidéo à l'autre. Ceux qui écrivaient, le faisaient régulièrement en fonction de l'intérêt pour eux du sujet traité.

Isolant le corpus principal en 3 sous-corpus en fonction de l'implication de leurs scripteurs, et les analysant avec le logiciel d'analyses textuelles et sémantiques Iramuteq, je fus capable de montrer que plus les

[20] GRAHAM T, JACKSON D et WRIGHT S, « From Everyday Conversation to Political Action », European Journal of Communication, vol. 30, 6, pp. 648-665. 2015

scripteurs rédigeaient de commentaires, plus leurs propos étaient politisés. Par ailleurs, l'ensemble des commentateurs faisaient référence à des termes politiques et reprenaient le lexique de la vidéo. Celle-ci fonctionnait bien comme une référence autour de laquelle les webspectateurs discutaient.

L'analyse sémantique approfondie du corpus permit de faire ressortir 6 grandes thématiques dans les discussions, en évaluant leur résonnance sémantique, à savoir l'importance qu'elles prenaient dans l'ensemble des discussions. La politique était au centre de 5 des thématiques, montrant l'importance que le travail des auteurs de la vidéo avait sur les discussions, dont ils espéraient qu'elles soient les plus nombreuses possible.

Enfin, faisant l'hypothèse qu'une proto-délibération pouvait s'opérer à l'intérieur des discussions, j'ai analysé l'une d'entre elles pour étudier les tours de paroles, observer comment étaient modérés les propos s'ils l'étaient, et voir s'il y avait des propositions émises par les participants. Ces éléments permirent de confirmer mon intuition.

Pour finir et conclure, je souhaitais pouvoir proposer des pistes d'améliorations réalisables en termes de design et de plateforme, afin de pouvoir se déporter de YouTube et développer une plateforme citoyenne en pair à pair. Suivant la philosophie de John Dewey et de sa préconisation d'enquête citoyenne[21], je me servis du travail de design de l'équipe de Lucas Anastadiou et Anna De Liddo sur la plateforme de délibération BCause[22]. En modifiant le design et certaines caractéristiques, je plaçais la vidéo au centre de son dispositif, incluant une médiathèque que tous les utilisateurs pourraient enrichir et consulter.

Cette plateforme pourrait facilement être associée au réseau de diffusion vidéo PeerTube sur laquelle les auteurs avaient déjà créé une chaine #DataGueule et téléversé tous les épisodes. Basée sur le protocole ActivityPub et le réseau Fediverse, ma proposition est concrète et activable en engageant un travail relativement modeste. Si tel était sa volonté, le service public de France Télévisions pourrait facilement le mettre en place et en assurer la promotion.

On le voit, cette recherche doctorale a nécessité des méthodologies différenciées sur des terrains multiples. Elle est surtout la somme d'une documentation très importante, sans laquelle des zones d'ombre n'auraient pas permis d'embrasser l'ensemble de la problématique.

Ce travail a été long, et bien que nous ayons essayé de n'en conserver que l'essentiel, le nombre des pages est encore important. J'espère que leur lecture ne sera pas fastidieuse.

Bon voyage en "*YouTubidaxie*" (YouTube + autodidaxie)

[21] DEWEY John. (2006). « Logique : la théorie de l'enquête » (traduit par G. Deledalle). PUF. (Ouvrage original publié en 1938 sous le titre Logic: The theory of inquiry.)

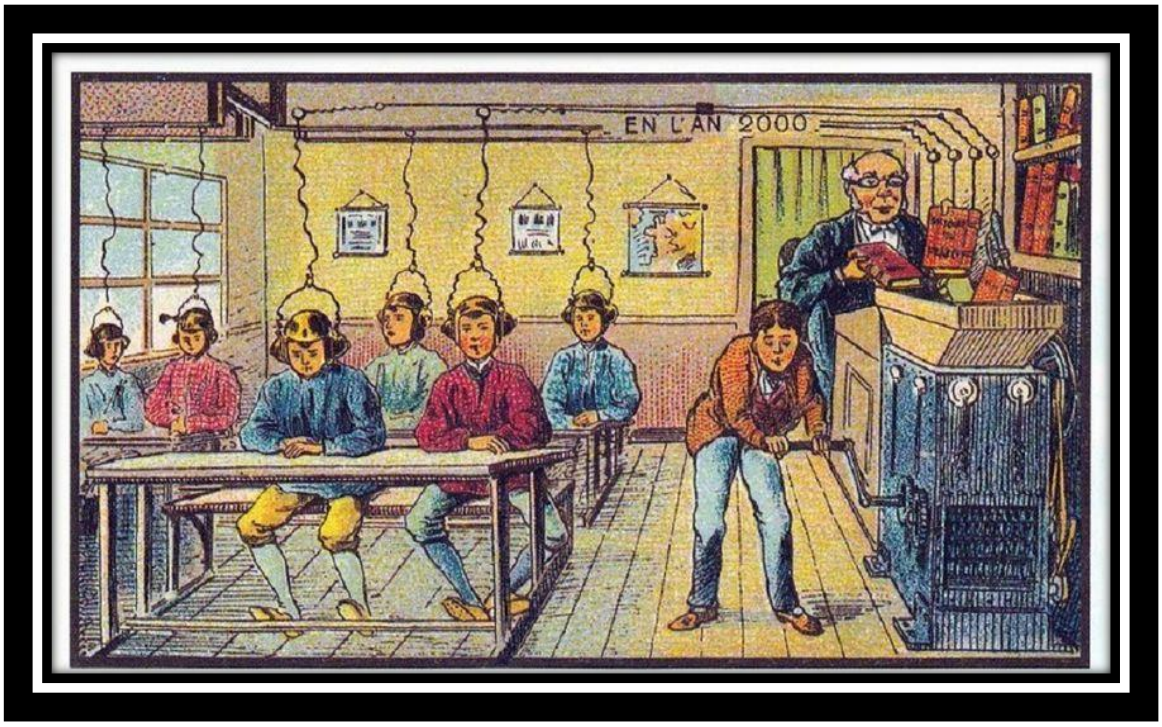
[22] ANASTASIOU Lucas et DE LIBBO Anna. « BCause: Reducing group bias and promoting cohesive discussion in online deliberation processes through a simple and engaging online deliberation tool. In : Proceedings of the First Workshop on Social Influence in Conversations" (SICon 2023). 2023. p. 39-49.

Jean-Pierre Verheggen

Extrait de Sodome et Grammaire

GSM toi non plus
SMS moi, non moi
Cyber, cyber, rien que cyber
Tout pour Cyber
Tout par Cyber
Même plus le temps d'avoir un seul instant la tête en l'air
Au pied, d'Alembert
Couché Diderot
Voici l'encyclo nouveau du savoir planétaire standardisé
Après Astérix et sa vieille clique
Voici Arobase et sa nouvelle pointe Bic
Place à la cyber nouveauté
Même si son nom fait penser à celui du bon vieux cabot des enfers
Le caniche à Caron
Le noché des ténèbres
La bête à trois têtes
Une, tournée vers l'écran de sa télé
L'autre vissé à son PC
Et la dernière l'oreille collée à son cellulaire
Cyber et SMS
Son alter, son alter accro
Cet autre ministère vert qui ne cesse de clabauder
Tantôt contre notre syntaxe et ses vieilles charnières surnuméraires
Tantôt contre notre orthographe démodée, inadaptée, périmée, trop compliquée
Trop de lettres en effet
Trop de temps gaspillé
Trop d'inutilité, à jeter aux oubliettes désormais
À mettre aux encombrants aussi sec
Au bac donc
Au panier, à la balayette, sinon à la ramasse
Lauréats et agrégés, es matière universitaire fin de siècle
Le siècle, que dis-je, l'air
Un urgent besoin de vous remplacer par des abrégés de grammaire
Place au rapide et à l'efficace
Place aux compressés allographe et au vocabulaire à la spartiate
Stabat negrer, c'est la nouvelle prière
De la maigreur avant toute chose
Chères rombières
Tiens-toi debout dans la minceur
Chère bonbonne usagère
Tu es usée jusqu'à la sous ventrière
L'heure est à l'anorexie langagière
Ne disons plus finesse et inventivité Répondons, vitesse, fitness et farniente
Sous la lampe à bronzer
Ayons l'air d'être éternellement en vacances épistolaire Tout en étant vachement en avance sur le calendrier
Ne prenons pas de retard en écrivant "à plus tard"
Quand nous prenons congé, écrivons "à plus"
Comme en algèbre pressé, voir "à plus plus"
Quand notre désir de nous revoir est encore plus plus rapproché
Écrivons en chiffres et en lettres mêlées
En icônes, en émoticons, en e-clones infiniment répétés
Écrivons-en raboté, en ravalé, en coupé coupé qu'est-ce que je sais
En rapetissé, en raccourci tronqués
En rata-militaire de ratatouille rudimentaire pour mieux nous exprimer
Oui, raccourcissons toujours plus court
Y compris pour nos lettres d'amour
Simplifions, réduisons, soudons, oral écrivons
Phonétisons
On n'est pas contre le progrès technologique, c'est clair
Ni contre Sodome et Grammaire,
Au contraire
On l'a suffisamment montré et répété
À dire vrai, la moutarde ne nous monte même pas au nez
Quand on vous entend déclarer
Il n'y a que Mail qui m'aille
Comme dans la publicité
On est simplement contre le squelettique
Et de la rhétorique du ya qu'à, ya qu'à pas
Qui, à l'aide d'un petit clic
ou d'un petit doigt sur la couture de ce type d'écriture minimaliste
Peuvent, dans un proche avenir
Nous faire passer de cette pensée binaire
Tout ce qu'il y a d'élémentaire
À la pensée unique des dictatures soft informatiques
Le reste, on s'en contre fiche
Sauf que, soft pour soft
C'est soft qui peut qu'il nous faudra un jour peut être
Trop tard sans doute
Hurler, voir vociférer
en englischien, en amérinchien ou en touti quantichien de langue monosyllabique

<u>Chapitre 1</u>
L’histoire du "progrès"
et l’autonomisation des connaissances
bouscule les consciences et pousse à l'engagement



At school - En l'an 2000 (1899-1910)• Crédits : Jean-Marc Côté

1.1 L'accélération de l'idée de « progrès », son acmé et sa décadence, préalable de la société du risque.

Si l'objet de notre recherche est d'étudier l'impact des vidéos YouTube comme moyen d'émancipation par la connaissance, il nous semble important de plonger dans les siècles passés afin de chercher la manière dont ce savoir s'est déposé dans la conscience d'un nombre croissant d'individus, en juxtaposant la notion de progrès à celle de connaissance, comme l'écrit en 1826 l'encyclopédie progressive de François Guizot[23]. Alors que la société du 21e siècle semble techniquement très avancée en comparaison de celles des siècles précédents, les données scientifiques montrent aujourd'hui des préjudices irrémédiables vis-à-vis du réchauffement climatique et de la biodiversité, avec un risque réel sur toutes les espèces vivantes. Il y a donc une contradiction ontologique de deux forces opposées entre un progrès technique triomphant et un progrès humain incertain. Cela influe nécessairement sur les jeunes adultes dont la vie risque d'être impactée par ces échéances mortifères.

Le progrès comme un cheminement stable

Du 17e au 20e siècle, des découvertes scientifiques majeures ont transformé les modes de vie des populations occidentales, puis du monde entier. La révolution thermo-industrielle a d'abord transformé les villes et la consommation, grâce aux sources d'énergies nouvelles qui permettaient une accélération des processus de production et une meilleure circulation des produits. Après des siècles d'acceptation des aléas de la nature, les occidentaux commençaient à entrevoir le commencement d'une amélioration de leur vie. Celle-ci se mesure à l'aune de mesures statistiques telles que la durée de vie et de ses conséquences.

Alors qu'elle est relativement stable jusqu'au 19e siècle (mis à part les périodes de guerre qui touchent les hommes) la durée moyenne de vie augmente progressivement au 20e siècle. Aujourd'hui, on est encore jeune à 50 ans et c'est toute la perspective de l'existence qui en est transformée. Le temps s'est rallongé et les étapes "initiatiques" se distendent. En France, l'espérance de vie a gagné 16 ans depuis 1950[24,] et près de 40 ans si on compare avec le début du 19e ; les jeunes ont repoussé l'âge de leur mariage de plus de 10 ans depuis 1946[25] ; en 2015, les femmes font leur premier enfant à 28,5 ans au lieu des 24,2 ans en 1965[26].

« *L'histoire invente le temps* », nous dit Jacques Guilhaumou, elle en fait une force, en étant couplée au mouvement et au progrès. Elle s'apparente à une théorie de la connaissance historique qui prend en compte la dimension subjective et relative de l'histoire, tout en conservant une attente universelle"[27]. C'est pourquoi les raisons de ce développement doivent être envisagées dans une perspective plus longue, depuis le 17e

---

[23] GUIZOT François (1787-1874). Auteur du texte Guizot, « Encyclopédie progressive, ou Collection de traités sur l'histoire, l'état actuel et les progrès des connaissances humaines. Encyclopédie, article servant de discours préliminaire, par M. Guizot ", Monographies imprimées de Gallica. En ligne : https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k92281p/f25.image.r=progres#. Page 11 : *« aux progrès de l'esprit humain doivent correspondre ceux de l'espèce humaine considéré dans son existence terrestre. C'est pour la civilisation, pour le développement et l'amélioration de l'État social, que l'homme vit et travaille. Et d'abord, pour ne parler que de leur effet le plus général, elles ont un noble mérite par la grandeur seule du spectacle scientifique qu'elles exposent aux yeux du public, elles éveillent, propagent, fortifient ce respect et ce goût de la science qui est peut-être le premier moyen, et, à coup sûr, l'indispensable condition de la civilisation et de ses progrès.*

[24] Insee : https://www.insee.fr/fr/statistiques/

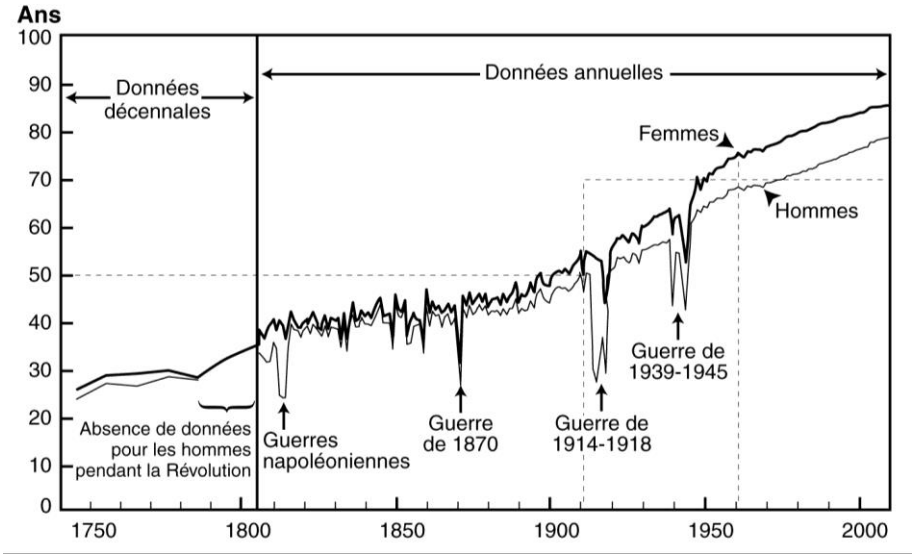
[25] Insee : https://www.insee.fr/fr/statistiques/1892240?sommaire=1912926

[26] Insee : https://www.insee.fr/fr/statistiques/2668280

[27] GUILHAUMOU Jacques. "Reinhart Koselleck et le temps historique". Bertrand, Régis ; Crivello, Maryline ; Guillon, Jean-Marie ;. Les historiens et l'avenir : comment les hommes du passé imaginaient leur futur, Presses universitaires de Provence, pp.27-36, 2014, Le Temps de l'Histoire. halshs-01067164

siècle, à une tradition scientifique qui a influencé son développement, son acceptation et son intégration dans un inconscient collectif historique[28].

Figure 1 : Frise chronologique de la moyenne d'âge mondiale depuis 1750



Source Henri Leridon, Collège de France[29]

Pendant la période du Moyen-âge et jusqu'à la Révolution française, dominait seulement la volonté de faire persévérer les sociétés dans leur être nous dit Frédéric Rouvillois, qu'elles soient capables de perdurer dans une temporalité cyclique, grâce à leurs rites, leurs traditions et parfois même les guerres sanglantes. Le mot progrès n'a, à cette période, pas le même sens qu'il a aujourd'hui. Progresser, c'est avancer, cheminer, sans connotation d'action sur le temps. Pour ces sociétés, le gain de temps n'a aucun sens nous dit Sophie Wahnich. Les rythmes étaient soumis aux aléas divins, et l'Église était là pour que les humains les perturbent le moins possible ; mais le temps est l'élément corrupteur par excellence, nous dit Frédéric Rouvillois. Les forces du bien sont ponctuelles. Elles s'expriment surtout au commencement des choses, alors que celles du mal continuent, sont alliées du temps. La notion de progrès est adossée à des lois cosmiques supérieures, englobant par essence celles qui fondent la vie terrestre[30]. C'est le principe de conservation, observé grâce à de nouveaux outils plus précis que Copernic mit en avant au début 16e siècle en décrivant le système solaire dans lequel la terre n'était qu'un des éléments soumis à son attraction, même si l'Église catholique résistait farouchement à cette révolution de l'esprit.

En 1625, Francis Bacon écrit un essai de morale et de politique, dans lequel il consacre un chapitre à l'innovation comme moyen de lutter contre la corruption du temps[31]. Les individus étaient frappés par le sort, Dieu ou le destin à travers la guerre, la maladie, les catastrophes naturelles qui les éprouvaient sans avoir aucun moyen ni de les comprendre, ni de les éviter. L'innovation technique était le moyen de lutter contre cette déchéance programmée. Elle devait être ni trop rapide, ni trop lente, pour s'adapter au rythme du temps et en réduire les effets. C'est donc une idée de l'innovation qui va à l'encontre du temps, à l'inverse

[28]ROUVILLOIS Frédéric, L'invention du progrès, 1680-1730, CNRS, 2011, 509 p., EAN : 9782271070425.

[29]LERIDON, Henri. La prévention dans la transition épidémiologique In: La prévention du risque en médecine: D'une approche populationnelle à une approche personnalisée [online]. Paris: Collège de France, 2012

[30] WAHNICH Sophie. « Critique du progrès ", *Vacarme*, vol. 53, no. 4, 2010, pp. 40-42.

[31] BACON Francis, « Essais de morale et de politique », 1851. P.311 BNF En ligne : https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k9756652j/f321.item

de celle de la société moderne, pour qui le temps était porteur d'une espérance technologique salvatrice. La connaissance est d'ordre théologique, limitée à la sphère religieuse. Elle est protégée par l'église grâce au latin et réservée à une toute petite élite érudite. Si la population détient un certain savoir, il est plus empirique, et se transmet par les anciens. Ces connaissances sont liées aux nécessités du quotidien. L'agriculture et l'artisanat sont les deux grands creusets de cette intelligence et de ces savoir-faire.

La rupture révolutionnaire

C'est après la Révolution française que le régime d'historicité se transfigure. Les citoyens ont la conviction que l'expérience extraordinaire qu'ils viennent de vivre a transformé les traditions jusqu'à ce qu'elles deviennent caduques. Pour Sophie Wahnich, désormais, l'innovation projette les acteurs vers un progrès, un futur dans lequel les inventions modifieront le monde. Le présent devient plus fugace, il passe plus vite, il est happé par le temps[32]. Bien sûr, le progrès technique est visible du fait de certaines avancées, notamment dans le domaine de l'agronomie. Il permet de s'affranchir des jachères et ainsi de multiplier la production agricole et les rendements, et réduire considérablement le fléau de la famine. Il est lié à la maîtrise et à la domestication de la nature. C'est sur les machines nouvellement créées que se reflète la notion de progrès, dans un mouvement linéaire, progressif, ascendant et surtout permanent. Le cours de l'histoire acquiert enfin un sens. Il met en lumière la promesse de Descartes d'un homme libre et tout-puissant, "maître et possesseur de la nature".

Le comte de Saint-Simon (1761-1825) détermine l'importance des réseaux pour accélérer le progrès. À l'image de la circulation du corps humain, la société a besoin d'un réseau qui irrigue autant la circulation des marchandises que celle des flux financiers ou même des idées nouvelles. Après un séjour militaire en Amérique, il est formé à l'école royale du génie de Mézières (qui inspira la création de l'école polytechnique), formant des ingénieurs miliaires. En sortant, il s'intéresse aux canaux hollandais dont il mesure l'importance dans la puissance de cette petite nation. Saint Simon décrit une société réticulaire dans laquelle s'imbriquent les moyens de circulation du savoir, de l'argent et des moyens de communication[33]. L'appareil circulatoire entretient le phénomène de la vie, car dès qu'il s'arrête, la mort survient. Les réseaux viennent fluidifier les structures "brutes" pour mieux les organiser et les rendre efficientes. Son œuvre se déclinera dans le mouvement saint-simonien et sa pensée s'est concrétisée dans l'interconnexion des pays à travers les réseaux numérique et financier d'aujourd'hui.

L'apport d'Auguste Comte au 19e siècle prône la nécessité de faire circuler la connaissance pour mieux la développer. Mais il subordonne le progrès technique à un enjeu de moral pour qu'il serve l'humanité plutôt qu'il l'assouvisse[34]. Il s'appuie sur des lois telles que celles de la gravitation de Newton pour énoncer une perspective stabilisée d'un progrès infini de l'humanité, "*en subordonnant le devenir historique à la stabilité cosmique*" si elle s'appuie sur ces lois universelles. Même Victor Hugo, et ses descriptions des conditions d'existence effroyables des exploités des nouvelles industries, continuait pourtant à penser que le moteur

[32] WAHNICH Sophie « Interroger la notion de progrès par l'histoire » Espace Ethique 2017 : En ligne https://www.youtube.com/watch?v=0_46ud56-gQ

[33] MUSSO Pierre. Aux origines du concept moderne : corps et réseau dans la philosophie de Saint Simon. In: Quaderni, n°3, Hiver 87/88. Images et imaginaire des réseaux. 1987. pp. 11-29.

[34] FEDI Laurent. « Auguste Comte et la technique » /Auguste Comte and technique. In: Revue d'histoire des sciences, tome 53, n°2, 2000. pp. 265-294.DOI : https://doi.org/10.3406/rhs.2000.2084

du progrès était lié aux lumières, selon Georges Canguilhem[35] ; la lumière venait transfigurer les ténèbres dans lesquelles vivait l'humanité depuis si longtemps. Mais contrairement à ce que pensaient Comte ou Hugo, Canguilhem relativise cette appréciation en rappelant que c'est la chaleur et non plus la lumière qui remplace le symbole du progrès au 19e siècle ; la chaleur et l'énergie qu'elle pouvait développer.

Le capitalisme déstabilise le progrès humain

Or, si la lumière paraît être une source d'énergie infinie stabilisant les systèmes stellaires, la chaleur nécessite des combustibles fossiles, qu'il faut aller extraire du sol terrestre. En 1860, la production européenne du charbon était de 137 millions de tonnes, en 1913 de 1 300 millions[36]. Par essence, cette extraction implique sa limite, car vider les réserves pour les brûler implique qu'un jour, celles-ci seront vides et qu'elles ne permettront plus de fabriquer cette chaleur indispensable au développement industriel. Mais à cette époque, la chaleur a un pouvoir hypnotique et rassurant ? Elle permet de dévier la réflexion autour de la stabilité des forces universelles plutôt que sur la destruction écocidaire à l'œuvre aujourd'hui. Les bénéfices immédiats sont tellement puissants, ils transforment à ce point la perspective d'un avenir libéré des contraintes ancestrales, qu'ils obstruent leurs effets sur le long terme.

« *La puissance motrice du feu n'a pas contrarié la vertu progressiste symbolisée par la lumière, du seul fait de ses conséquences indirectes d'ordres socio-économique. Elle a contribué à la décadence de l'idée de progrès par l'importation en philosophie de concepts élaborés par les fondateurs de la thermodynamique* », précise Georges Canguilhem. Si la machine à vapeur transforme le progrès en une exploitation capitaliste et exploite le travail des enfants 15 heures par jour, l'entropie révélée par Clausius et Sadi Carnot pointe aussi directement un anéantissement inéluctable du monde (Canguilhem, 1987). Le délitement est alors conceptualisé par l'utilisation des outils qui allaient apporter la grandeur à l'humanité. Mais ce qui comptait le plus à ce moment-là était de se sortir d'une période de sous-développement historique. Les profits immédiats compensaient largement le risque futur. Lorsqu'on ne peut pas imaginer les potentielles victimes de cataclysmes, parce qu'elles correspondent à plus de 4 générations après la sienne, c'est le présent qui compte. Le capitalisme devient dès lors le moyen et le but du progrès.

Si le délitement du progrès semble assuré à très long terme à cause de l'entropie, il peut s'appliquer dès cette époque à la société européenne. Malgré l'exploitation et la souffrance des classes populaires qu'il perpétue, le capitalisme se met en place au 18e siècle et se déploie au 20e siècle dans toute l'Europe occidentale. Il marque des tensions très fortes entre les peuples, dont la survie semble alors dépendre d'une concurrence industrielle. De très fortes pressions réveillent des antagonismes historiques entre les puissances européennes, dont les intérêts coloniaux s'entrechoquent. Tout un réseau de soutiens renforce les nations dans leur rivalité. Chacun compte sur ses alliés et ses les faiblesses de ses rivaux pour faire bouger les lignes, pour créer une force suffisante et imposer ses vues. L'étincelle dérisoire de Sarajevo provoque une réaction en chaine qui embrase l'Europe entière avec ses colonies et ses alliés extra-européens. La puissance du conflit fut une déflagration meurtrière qui marqua un tournant historique par son ampleur et les conséquences.

---

[35] CANGUILHEM, Georges. "La Décadence de L'idée de Progrès." Revue De Métaphysique Et De Morale, vol. 92, no. 4, 1987, pp. 437–454. JSTOR

[36] STAUDINGER, H."La technique moderne et la guerre", Revue Internationale de la Croix-Rouge et Bulletin international des Sociétés de la Croix-Rouge, 1919, vol. 1, no. 5, p. 508-515 en ligne : https://doc.rero.ch/record/291334/files/S1026881200076406.pdf

Des millions de soldats de toutes nationalités et de toute religion s'affrontèrent, protégés par des trous creusés dans la terre, vivant dans le froid, sous la pluie, en compagnie des poux et des rats. 20% des hommes valides français y perdirent la vie, et seulement un tiers en revint encore valide. L'hécatombe fut à peu près la même pour les autres pays participants.

À cette période de sang versé commence une nouvelle ère, avec ses transformations profondes :

- Celle du recul de la paysannerie des campagnes dont les hommes furent sacrifiés sur le l'autel de la patrie, entrainent un important exode rural,
- Celle des femmes faisant le travail des hommes. Elles furent recrutées dans les usines ou dans les champs pour combler l'absence des hommes,
- Celle de l'immigration, bien que forcée, pour augmenter le nombre de soldats. Un mouvement de masse fut alors organisé dans toutes les colonies pour faire venir de la chair à canon,
- Celle du développement industriel pour produire des armes, des munitions, des véhicules, des gaz toxiques…,
- Celle de la recherche et du développement technologique et scientifique, dont les guerres tirent avantage et qui profite aussi largement à la connaissance générale : la détention du savoir renforce le pouvoir.

Les progrès scientifiques de l'après-guerre

La recherche et l'armée ont des histoires entremêlées. Les objectifs de l'une permettent de financer l'autre. « *Les deux guerres mondiales du 20e siècle ont scellé l'union ancienne entre la science et la guerre* » dit Blandine Laperche[37]. C'est pourquoi les états ont stimulé la recherche scientifique pour dominer et sortir vainqueurs du conflit. Ce fut le cas en radiologie avec Antoine Béclère, Marie Curie en chimie, et d'autres en aéronautique, en navire sous-marin, en physique, en mathématique… L'importance de la science fut telle, qu'après la guerre, les gouvernements poursuivirent et augmentèrent son financement pour former la nouvelle génération et lui donner les moyens de progresser.

Après-guerre, le recyclage des industries chimique et mécanique s'orienta vers l'agriculture, dont les bras avaient été arrachés à la terre. L'industrie chimique écoula son stock de nitrate pour le vendre comme engrais alors qu'il servait d'explosif, les usines d'engins militaires se mirent à fabriquer des tracteurs. Grâce à cette reconversion industrielle, les rendements agricoles furent multipliés par deux[38]. Après le commerce de la mort, l'expérience de la guerre se réorienta vers la vie. Une effervescence incroyable perdura à la suite du conflit, comme si celui-ci avait enclenché une dynamique qui ne pourrait plus s'arrêter.

Pour intégrer l'élite scientifique et participer au progrès technique, le doctorat était le seul sésame qu'une très petite minorité arrivait à mener au bout. Après la destruction, l'époque était à la reconstruction, à la pacification et aux échanges entre pairs, pour discuter des travaux et théories en cours. Nous pourrions même approcher une date et une photo légendaire comme témoin visuel de ce qui pourrait s'apparenter son acmé. C'est en 1927, comme chaque année, les physiciens et chimistes les plus éminents se retrouvent au Congrès de Solvay. Cette année-là, sont réunis autour d'Albert Einstein, Marie Curie, Max Planck, Hendrik Lorentz, Louis de Broglie, Niels Bohr, Erwin Schrödinger et une multitude d'autres. C'est toute la puissance

[37] LAPERCHER Blandine. « Les inventions, la science et la guerre : la place du secret ", Innovations, vol. no 21, no. 1, 2005, pp. 109-143.

[38] STAUDINGER, H."La technique moderne et la guerre", Revue Internationale de la Croix-Rouge et Bulletin international des Sociétés de la Croix-Rouge, 1919, vol. 1, no. 5, p. 508-515 en ligne : https://doc.rero.ch/record/291334/files/S1026881200076406.pdf

scientifique européenne qui se retrouve sur cette photo malgré la guerre et les cicatrices inscrites dans tous les villages sur les monuments aux morts.

Depuis des siècles, la science construisait des lois qui expliquaient le monde visible, jusqu'alors impénétrables, détrônant au passage les explications religieuses portées par les églises et leur religion. Elles y parvinrent en partie grâce à Galilée et Newton, qui établirent des lois universelles que la logique humaine pouvait encore appréhender.

Mais lorsque la physique moderne comprit que les choses étaient infiniment plus complexes, alors que Werner Heisenberg proposa en 1927 son principe d'incertitude, que Einstein décrit la loi de la relativité générale, que Schrödinger contribua à la théorie quantique…

Figure 2 : Photo re-colorisée du 5e Congrès Solvay de physique, 1927

(Domaine public) - Collorisation effectuée par Sanna Dullaway,

C'est tout l'édifice logique, ancré dans la conscience populaire, qui vola en éclat, fascinant les quelques-uns qui cherchaient à en comprendre le sens. D'un côté, les courbes de l'espace-temps, la gravité, l'infiniment grand ; de l'autre, des électrons, les protons, les champs électromagnétiques, l'infiniment petit, sans aucun lien entre eux. « *L'espace (l'étendue) est la marque de ma puissance. Le temps est la marque de mon impuissance* », annonçait déjà le philosophe Jules Lagneau (1851-1894) dans son Cours sur la perception, jetant les bases d'un trouble qui se dissémina dans l'humanité commune, nous explique Éric Hobsbawm : « *Avec le temps, ces activités devinrent de plus en plus incompréhensibles aux non-initiés, même si les profanes essayaient désespérément de comprendre en s'aidant d'une abondance de textes de vulgarisation, parfois écrits par les meilleurs scientifiques* »[39].

Ensemble, et par leurs travaux respectifs, les chercheurs parviennent à entamer sérieusement la barrière d'incompréhension qui séparait l'infiniment grand et de l'infiniment petit. Dorénavant, les nouveaux espaces d'exploration donnent une responsabilité immense à ceux qui auront en charge les applications que ces découvertes apporteront. Et leurs perspectives tiennent du prodige avec tous les risques qu'une telle révolution cognitive peut engendrer. Mais le grand public se trouve dépassé par les potentialités que ces

[39] HOBSBAWM Éric.J, L'âge des extrêmes" André Versailles Editeur, Le Monde diplomatique, 2008- page 514

connaissances portent en elles. Il n'a pas les capacités éducatives pour les comprendre et les apprécier. Occupé à cicatriser ses plaies, à reconstruire les dégâts guerriers ou à tenter d'oublier ces sombres années, il est coupé de cette connaissance et ne peut apprécier si elles seront porteuses de progrès humains.

Révolutions politiques, une tentative avortée de progrès humain

Les révolutions de cette période ne sont pas que scientifiques, elles sont aussi politiques et géostratégiques. Ce sont de brusques changements de régime, mettant en mouvement tout ou partie des peuples, en rupture avec leur situation antérieure. Si certains veulent se placer dans une trajectoire émancipatrice, d'autres sont d'emblée plus autoritaires, telle la révolution qui transforme en 1917 la Russie tsariste en régime bolchevique, dévoyé ensuite par Staline, ou l'arrivée au pouvoir d'Adolf Hitler en 1923 poussant l'antisémitisme à l'extrême. Ensemble, ces changements majeurs embraseront une nouvelle fois le monde dans une atrocité plus effroyable encore, car elles rompent avec les lignes de front et le corps-à-corps, pour s'étendre sur des massacres de masse, qui firent basculer le monde moderne dans une aire où l'idée même de progrès venait de se fracasser sur le mur de la barbarie.

Cette deuxième guerre mondiale fut la guerre totale, qui toucha les civils comme les militaires dans une barbarie qui cumule plusieurs dizaines de millions de morts. Pourtant nous dit Éric Hobsbawm[40], « *la guerre de masse nécessitait une production de masse*. […] *la guerre totale a été la plus grande entreprise que l'homme n'aurait jamais dû sciemment organiser et gérer* ». Les besoins étaient immenses et toutes les puissances industrielles furent mises à contribution, dans des secteurs aussi distincts que l'armement, la chimie, la mécanique, l'aviation, la marine, la sous-marine, la médecine, l'habillement... Les pays s'organisèrent, et la planification d'inspiration allemande fut le modèle général pour assurer la fabrication des fournitures nécessaires.

Les États-Unis tirent largement bénéfice de la situation. Ce sont eux qui approvisionnent l'Europe, et qui accueillent les plus grands scientifiques fuyant la guerre, le pogrom, ou la possible défaite. L'opération *Paperclip* est significative à cet égard quelques années plus tard. Elle réussit à intégrer des centaines de scientifiques allemands après la guerre[41]. Le projet Manhattan mobilise les plus grands scientifiques pour créer la première bombe atomique qui fera capituler le Japon le 2 septembre 1945 après les explosions d'Hiroshima et de Nagasaki. Cela accélère l'isolement de l'Allemagne et sa capitulation le 11 novembre. « *Les plus grandes cruautés du siècle sont impersonnelles* », dit Éric Hobsbawm[42], faisant disparaitre les hommes par des statistiques approximatives.

Les conséquences à la sortie de la guerre sont de trois ordres :

1. Le monde a cessé d'être eurocentré et s'est fractionné en 2 entités hostiles. L'Europe de l'Ouest s'est tournée vers ses alliés américains. Elle a perdu sa puissance et doit se reconstruire sur le tas de cendres qui l'a consumé. L'Europe l'Est est cadenassée à l'URSS et les pays non alignés stagnent à défaut de prendre parti.

[40] Ibid page 56

[41] HUDDLESTON, Robert. Operation Paperclip: The Secret Intelligence Program that Brought Nazi Scientists to America/The Nazis Next Door: How America Became a Safe Haven for Hitler's Men. *Air Power History*, 2015, vol. 62, no 1, p. 52.

[42] Ibid page 61

2. La planète est la principale unité d'opération. Les nations tendent à se fondre dans des ensembles continentaux aux dépens de leur unité culturelle et historique pour ne prendre en compte que les aspects économiques de renforcement.
3. Les rapports temporels sont transformés entre les générations. Il y a rupture entre le passé et le présent. L'économie capitaliste assemble les individus en entité séparée, à la recherche de leur propre satisfaction. La guerre froide lance la course au progrès entre les deux blocs pour prendre le leadership mondial. « *L'investissement sur le futur est devenu plus stratégique que jamais* » nous dit François Hartog. Montrer aux ennemis sa puissance est la condition de l'équilibre du monde. Le futur est la projection des idéologies, dont la science et la technologie sont les preuves de leur validité[43].

« À la fin de ce siècle, il est devenu possible pour la première fois de voir à quoi peut ressembler un monde dans lequel le passé, y compris le " passé dans le présent ", a perdu son rôle, où les cartes et les repères de jadis qui guidaient les êtres humains, seuls ou collectivement, tout au long de leur vie, ne présentent plus le paysage dans lequel nous évoluons, ni les mers sur lesquelles nous faisons voile: nous ne savons pas où notre voyage nous conduit ni même où il devrait nous conduire[44] » conclut Éric Hobsbawm à la fin de la préface de son livre "*l'âge des extrêmes*". Culturellement et sociologiquement, les populations sont poussées à se transformer, autant dans leur façon d'appréhender leurs perceptions individuelles que dans leur façon d'agir dans la société. En Europe, l'influence des traditions diminue par les effets croisés des acteurs de la modernité radicale analyse Antony Giddens[45]. Les individus prennent une place prépondérante en s'éloignant de l'attraction des groupes auxquels ils appartenaient.

Le répit consumériste des trente glorieuses

Pourtant, l'après-guerre fit naitre le projet « des jours heureux ». Le 27 mai 1943, le Conseil National de la Résistance (CNR) se réunit clandestinement à Paris sous la présidence de Jean Moulin, représentant en France occupée du Général de Gaulle. Sous la pression de la résistance communiste, et de l'idéal soviétique qu'elle porte, il est obligé à des concessions économiques et sociales importantes.

Une fenêtre historique de progrès humain s'ouvre en France grâce à État providence, dont la sécurité sociale est le pilier de la redistribution : gratuité des soins, retraite étendue à tous les salariés, nationalisation des grandes entreprises qui avaient joué un rôle avec l'occupant allemand, principe constitutionnel de l'indépendance de la presse… C'est une "révolution" sociale qui s'impose en France pour effacer les stigmates de la guerre et de la collaboration nazies. Une mue qui fait la part belle aux syndicats et au partage des richesses, alliée à une vision gaullienne d'une France indépendante de son allié américain. L'éducation des populations se développe dans les pays occidentaux afin d'alimenter le développement technique et scientifique.

Le nombre de personnes accédant à un bon niveau d'étude s'amplifie en parallèle dans l'hexagone. Les effectifs d'étudiants de l'enseignement supérieur augmentent progressivement, passant de 50.000 en 1920

[43] Entretien avec François Hartog, réalisé par Julien Tassel « Les usages publics du passé en temps de présentisme ", Sociologies pratiques, vol. 29, no. 2, 2014, pp. 11-17.

[44] HOBSBAWM 2008, page 30

[45] GIDDENS, Antony, "Les conséquence de la modernité », Trad de l'anglais par Olivier Mayer. L'harmattan, 1994.

à près de 1.3 million en 2005[46], comme une réponse à cette déqualification généralisée. « *Il s'agissait là de peurs d'hommes et de femmes confrontés à la menace inconnue, d'une science dont ils ne savaient qu'une chose : qu'elle les dominait »*[47]. Seul le diplôme semble être un rempart contre le travail inintéressant. Les études, même si elles laissent apparaitre de fortes inégalités, permettent à une partie de la population d'accéder à une connaissance que leurs parents ne maitrisaient pas. De ce point de vue, on peut parler de progrès individuel, mais pas de progrès pour l'humanité.

Ce qui compte dorénavant pour les politiques et les industriels est le développement par la croissance. Le mythe du *Produit intérieur brut* (PIB) comme boussole indéfectible gagne l'économie mondiale, toujours plus intégrée et universelle, opérant largement par-delà les frontières des États. C'est le PIB qui est censé résoudre tous les problèmes, assurer le plein-emploi, assurer la richesse de chacun... Le développement est synonyme de croissance et de progrès technique. Pierre Musso rappelle les 10 commandements de la religion du progrès[48] énoncés par Walt Whitman Rostow en 1995, qui y voit une réalité historique subjectivée qui se transcende pour conclure à une "idolâtrie" du nouveau et de sa consommation massive[49]. Mais quel est le sens de ce progrès consumériste s'il se réduit à un utilitarisme technique ?

D'un progrès matériel manifeste qui améliore la vie quotidienne et peut encore laisser croire à une émancipation de l'individu, la voie tracée par le nouveau progrès capitaliste le réduit au seul état de consommateur, toujours insatisfait, car toujours dépassé par un produit nouveau qui lui donne l'impression d'être à la traine. Car paradoxalement, ce que l'on a appelé les 30 glorieuses (1945-1975), qui a fonctionné sur ce principe de croissance technologique, s'est achevé sur le rejet d'une technologie trop invasive par de larges secteurs de l'opinion publique, accompagnée par un grand nombre d'intellectuels[50] et de militants. Les risques encourus dont on connaissait déjà le pouvoir destructeur, pouvaient-ils être comparés aux bénéfices de plus en plus superficiels d'une technologie dont on ne semblait plus maitriser l'évolution. Céline Pessis fait valoir avec ses coauteurs que cette période iconique cache en fait des biais structurels qui pèsent encore aujourd'hui : les échanges inégaux avec les anciennes colonies, l'agriculture intensive et ses intrants chimiques, la bétonisation des territoires, et la mise à l'écart d'une population immigrée, le tout automobile, l'accroissement de la pollution[51]. Le bilan détonne et se distingue des conclusions idéalisées de cette période d'après-guerre. D'autant plus que la France n'en a pas fini avec les conflits et s'est engagée dans une guerre contre l'indépendance de l'Indochine et de l'Algérie.

---

[46] PROST Antoine, CYTERMANN Jean-Richard, « Une histoire en chiffres de l'enseignement supérieur en France », Le Mouvement Social, 2010/4 (n° 233), p. 31-46. DOI : 10.3917/lms.233.0031. URL : https://www.cairn.info/revue-le-mouvement-social1-2010-4-page-31.htm

[47] Ibid. Hobsbawm Éric.J, L'âge des extrêmes" page 520

[48] MUSSO Pierre, "Progrès technoscientifiques" et fin du récit du Progrès" Raison présente, 2015/2 (N°194, p 9-17, DOI : 10.3717/rpre.194.0009. ULL : http://cairn.info/revue-raison-presente-2015-2-page-9.htm

[49] ROSTOW, Walt Whitman. The Stages of Economic Growth. Sociological worlds: Comparative and historical readings on society, 1995, p. 130.

[50] PARTANT François, La fin du développement, Naissance d'une alternative Ed Babel, 1982

[51] PESSIS Céline, TOPCU Sezin, BONNEUIL Christophe (dir.), *Une autre histoire des "Trente Glorieuses". Modernisation, contestations et pollutions dans la France d'après-guerre*, Paris, La Découverte, coll. « Cahiers libres ", 2013, 309 p

1.2 Une "société du risque" qui pousse à l'individualisation des rapports sociaux.

Dans son livre "La société du risque", Ulrich Beck[52] focalise l'attention sur la scientifisation de la politique en affirmant que ce n'est plus celle-ci qui transforme la société, mais la science et sa maitrise de la technique qui influe sur nos modes de vie et nos pensées. La société industrielle, centrée sur la production et la répartition des richesses, deviendrait une société où la répartition des risques serait un problème d'autant plus central qu'ils se globalisent et transcendent les frontières.

Dans sa théorie des 3 périodes de changements sociaux (la pré-modernité, la modernité simple et la modernité réflexive), Ulrich Beck distingue ces trois périodes par le statut du risque[53].

Si dans la première (jusqu'au 19e siècle) les risques sont naturels (famines, épidémies, catastrophes naturelles…) et paraissent être l'expression d'une volonté divine, externes à l'homme, la seconde séquence (les 19e et 20e siècles) est le fruit de la connaissance et du progrès : les risques, produits par l'homme sont maitrisables par la science. C'est la période de la prédiction, la prévention, des assurances et des protections sociales dont nous avons parlé plus haut. C'est l'occasion de se libérer des nécessités naturelles, où les traditions sont rationalisées et permettent une forte différenciation vis-à-vis du monde antérieur.

La période contemporaine peut être évaluée à l'aulne du 21e siècle avec les technologies nucléaires, biologiques, nanométriques, économiques et numériques. Beck fait commencer cette modernité réflexive dans les années 1990, après la catastrophe de Tchernobyl (1986), la chute du mur de Berlin (1991) et le déploiement de l'internet (2000).

La modernité réflexive va progressivement saper les principes et modèles de l'ère industrielle. Beck décrit notre période comme étant celle d'une science déchainée, qui produit autant (voir plus) de risques qu'elle n'en résout. Certains risques ne semblent plus assurables tellement leurs conséquences sont incalculables et dépassent les capacités des compagnies d'assurance. Ce poids entraîne une réflexivité scientifique interdisciplinaire, une « *rationalisation de la rationalité* », qui en fait ressortir les effets induits ou secondaires indésirables. Les conclusions se propagent dans la société tout entière, chez les profanes autant que chez les experts, qui remettent en question les finalités initiales.

La pensée de Beck est centrée sur la notion de risque, qu'il est à ce stade nécessaire de définir. Nous envisagerons un risque comme étant la probabilité d'un événement prédéterminé, envisagé comme étant fortement néfaste ou destructeur pour la société humaine (santé, environnement, économie, éducation, culture…). C'est la perspective d'un danger à venir (mais pas le danger lui-même) que l'on pourrait éviter si l'on prenait les mesures nécessaires, les bonnes décisions. Le risque dont parle Beck est donc lié aux décisions que l'on prend (ou à leur absence, ce qui revient au même) ; par exemple, décider de ne pas prendre les mesures adéquates susceptibles de limiter le réchauffement climatique, que l'on a scientifiquement identifié. Mais les risques intrinsèques à toute prise de décision n'en font pas partie. Ceux dont l'issue positive est orientée volontairement, comme l'exemple de choisir de se marier, qui comporte la possibilité de divorcer un jour. Cela n'a donc rien à voir avec une incertitude ou une catastrophe naturelle, qu'on ne peut, par essence, ne pas prévoir, tels qu'un tsunami ou une éruption volcanique. Notre mémoire historique, l'avancée

[52] BECK Ulrich, La société du risque ; sur la voie d'une autre modernité, Ed Champs essais, 2003, page 325

[53] BECK Ulrich, « Le conflit des deux modernités et la question de la disparition des solidarités ». Lien social et Politiques, 1998

de la connaissance scientifique, notre désarroi face à ces périls annoncés et notre imaginaire apocalyptique nous permettent alors d'envisager les pires situations.

Pour Beck, non seulement les risques générés par l'homme augmentent jusqu'à la menace, mais ils deviennent la mesure de nos actions. Nous produisons, grâce au progrès technique, toujours plus de risques. Dès lors, la répartition de ces risques devient centrale : Plus les risques augmentent, plus il faut penser les moyens de s'en prémunir. Et quand les risques sont supérieurs aux bénéfices, le mot progrès perd sa signification. Selon Francine Labadie, « *il s'ensuit une diminution de la confiance du grand public dans la production de la connaissance et dans le progrès lui-même. Il y a réflexivité de la modernisation dans la mesure où ce processus est à la fois objet de réflexion et problème* »[54]. C'est la perte des certitudes traditionnelles qui laissaient entrevoir une amélioration ascendante des générations par la science, la technologie et la politique qui les accompagne.

Un phénomène de "détraditionnalisation".

Dans les sociétés prémodernes, les individus s'inscrivaient dans une vie formatée où chacun devait assimiler la tradition, qu'elle soit familiale, sociale, culturelle ou religieuse : même métier, même style de vie, même coutume… À partir des années 50, un nouveau lien s'est créé entre l'individu et la société. Francine Labadie dit que cette modernité réflexive est traversée par un double phénomène de "détraditionnalisation"[55] et de "désincrustation"[56], qui participe aujourd'hui du développement sans précédent de l'individualisation des rapports sociaux. On imagine facilement que le premier processus désintègre l'organisation sociale traditionnelle, à savoir les parcours religieux, familiaux, culturels, professionnels et de formation. Celles et ceux qui sont nés à cette période ont inauguré cette révolution et leurs enfants nés vingt ans plus tard en sont les héritiers directs : Athéisme (en France), familles décomposées, universalisme culturel, parcours précarisés. Les individus sont sommés de créer les projets de vie.

La "désincrustation" correspond à "*la disjonction qui s'opère entre les espaces relationnels et les espaces fonctionnels des organisations, entre les espaces dans lesquels se déroulent les relations primaires (face à face) et les espaces multiples d'interrelations secondaires (basées sur l'anonymat, voire virtuelles)*" nous dit Tariq Ragi. C'est-à-dire que les liens entre les individus ne se fondent plus sur des liens rapprochés, du village ou de la famille, mais s'ouvrent à d'autres espaces plus libres, qui reposent sur les capacités relationnelles de chacun[57].

Aidés par les institutions comme l'école laïque et l'université, les individus perdent ou quittent leurs traditions ancestrales pour s'émanciper de ce qui est vécu alors comme un carcan. Quitter son foyer pour entamer une formation universitaire dans une autre ville y participe. La désincrustation s'opérant grâce à la dichotomie culturelle entre la sphère familiale traditionnelle et l'espace public modernisé.

---

[54] LABADIE Francine. Chapitre III. Modernité et engagement des jeunes. In: Quand les jeunes s'engagent. Entre expérimentations et constructions identitaires. Paris : L'Harmattan, 2005. pp. 55-68

[55] BECK Ulrich, Mads P. Sørensen et Allan Christiansen : an introduction to the theory of second modernity and the risk society, Routledge, London ; New York, 2013

[56] GIDDENS Antony, avec Ulrich Bech & Scott Lash : Reflexive Modernization, Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order, Stanford university press (1994)

[57] RAGI Tariq, "Jeunes et violences Revue" Agora débats/jeunesses, 38, 2004.. www.persee.fr/issue/agora_1268-5666_2004_num_38_1

Ces situations contradictoires imposent aux individus un va-et-vient continuel entre la raison et les sentiments, et les obligent à prendre des décisions, même difficiles, pour se construire individuellement un chemin de vie librement consenti.

Pourtant, cette voie est incertaine et la socialisation professionnelle n'octroie souvent que des débouchés précaires sans garantie, alors que le modèle traditionnel d'avant 1950 offrait aux jeunes des parcours plus stables. Le halo du chômage est aujourd'hui de 13% de la population en âge de travailler[58]. Francine Labadie souligne que "*les individus sont ainsi arrachés aux conditions traditionnelles des classes et des réseaux d'entraide traditionnelle pour être renvoyés à eux-mêmes et à leur destin individuel sur le marché du travail.*" Chacun est livré à lui-même, renvoyé à sa propre individualisation.

Un bouleversement social et professionnel

Pour Ulrich Beck, la société postindustrielle se fait absorber par la force d'entrainement de l'industrialisation et du capitalisme qui la guide. La modernité réflexive transforme les anciennes structures politiques et économiques de la société : de nouveaux réseaux de relations sociales, de nouvelles relations interindividuelles, de nouvelles formes d'organisations politiques, de nouveaux clivages sociétaux, modifient le rapport des individus entre eux et envers le groupe auquel ils appartiennent. L'apparition d'Internet à l'entrée du 21e siècle accélère le mouvement. Les réseaux socionumériques et la prolifération des smartphones donnent à chacun des moyens considérables de connaissance facilement accessibles qui renforcent l'injonction subjective d'individualisation.

Figure 3 : étudiants inscrits dans l'enseignement supérieur depuis 1960 (en milliers)

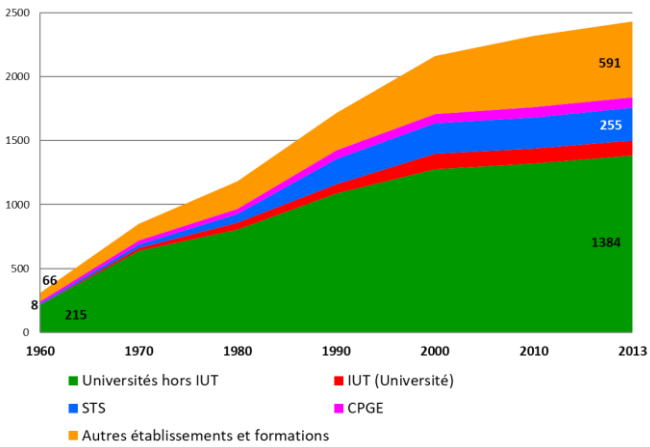
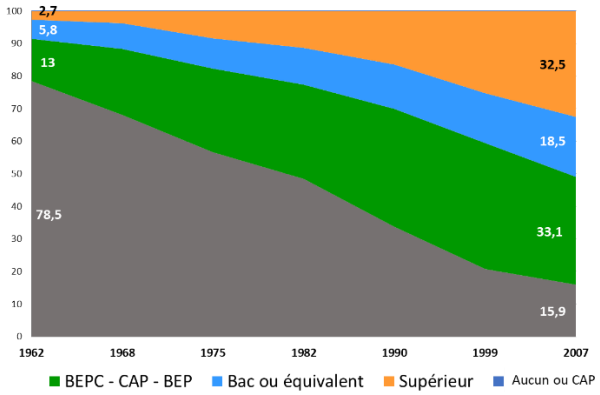


Figure 4 : Répartition de l'emploi par niveau de diplôme* de 1962 à 2007 (en %)



Source : Recensements de la population.

Cette période apporte un fort accroissement des formations dans l'enseignement supérieur (Fig. 3 & Fig.4), laissant une place de plus en plus importante à l'enseignement privé[59], ce qui accentue progressivement les inégalités et favorise l'entre soi des classes favorisées.

[58] ITG Le taux bas du chômage cache l'importance d'un halo : En ligne : https://www.itg.fr/portage-salarial/actualites/2023-septembre/taux-bas-chomage-cache-importance-halo

[59] MUSSELIN, Christine. « Vers un marché international de l'enseignement supérieur ? », Critique internationale, vol. 39, no. 2, 2008, pp. 13-24.

C'est une période d'un accroissement significatif du travail des femmes (Fig.5), leur assurant une plus grande autonomie, faisant augmenter les divorces et les familles monoparentales ; une plus grande mobilité sociale et géographique avec un transfert de la paysannerie vers les emplois industriels situés près des grandes agglomérations dans un premier temps, puis par une désindustrialisation opérée par les délocalisations dans des pays à faible coût de la main-d'œuvre (Aubert, 2005)[60], parallèlement à un basculement des emplois vers le secteur tertiaire (Fig.6).

Figure 5 : Taux de féminisation de l'emploi de 1962 à 2007 (en %)

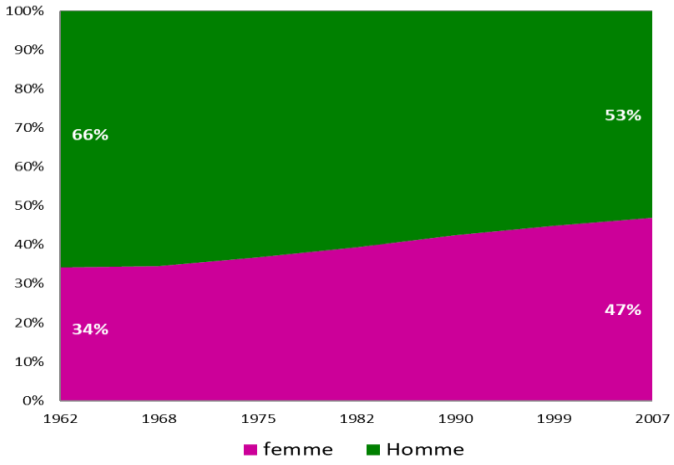
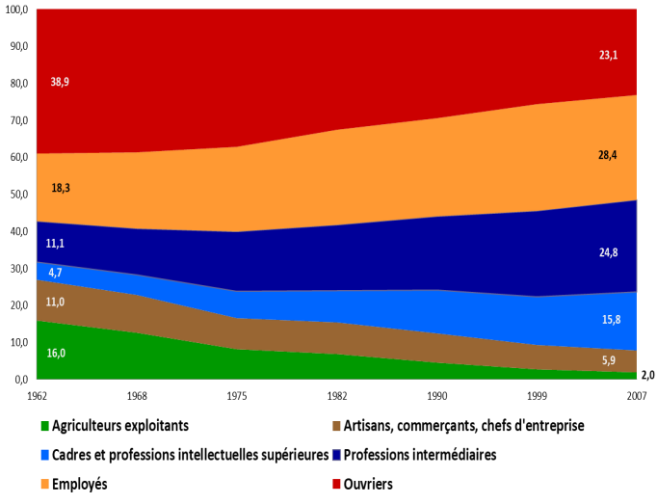


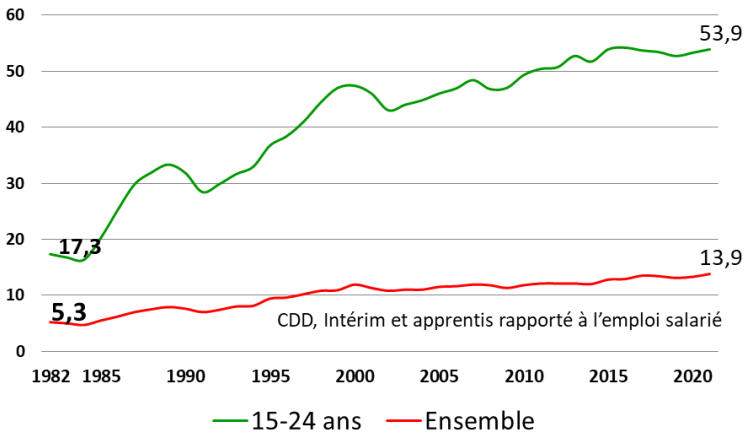
Figure 6 : Répartition de l'emploi par catégorie socioprofessionnelle de 1962 à 2007



Sources Insee : 50 ans de mutation de l'emploi : https://www.insee.fr/fr/statistiques/1283207

La Modernité réflexive est une économie de la performance : performance des entreprises et non plus celle des ouvriers qui y travaillent. Seule compte la distribution de dividendes, ses gains de productivité qui découlent presque intégralement de la technologie. Les emplois ne sont plus acquis pour la vie, mais remplacés par des contrats courts qui induisent la précarité des jeunes (Fig. 7)

figure 7 : Évolution de la précarité des jeunes comparée à l'ensemble de la population française, en %



Sources : Centre d'observation de la société [61]

[60] AUBERT Patrick, SILLARD Patrick, "Délocalisations et réductions d'effectifs dans l'industrie française", Insee juillet 2005, en ligne : file:///C:/Users/LAUREN~1/AppData/Local/Temp/ecofra05b.pdf

[61] Centre d'observation de la société , « La précarité du travail a été multipliée par deux en quarante ans » En Ligne : https://www.observationsociete.fr/travail/statuts/evolution-precarite/

La technologie divise les pays, les territoires, les entreprises et les individus, en gagnants et perdants. Les perdants sont ceux qui stagnent ou régressent dans leur niveau de vie, tandis que les autres raflent la mise (reconnaissance sociale, finance, cadre de vie, loisir…), dans un rapport individualisé.
S'en suit une violence sociale et individualisée, car chacun se sent seul responsable de sa vie et se sent abandonné et fragilisé. L'État ne semble plus être la solution pour trouver de l'aide. Les populations attendent seulement qu'il remplisse efficacement ses missions, qu'il gère bien l'école et garantisse la valeur des diplômes, qu'il organise bien l'hôpital et permette aux personnes d'être bien soignées…

Une fracturation des classes sociales

Il y a une vraie individualisation de la performance économique qui rend chacun responsable de son devenir. La classe moyenne est remplacée par des individus dont l'avenir semble dépendre de leur adaptation personnelle au monde moderne, aux techniques, aux modes de vie… C'est la logique du concours : reçu ou écarté, dedans ou dehors…
C'est d'ailleurs pour retarder la difficulté de trouver un premier emploi que les jeunes prolongent leur cursus de formation et se retrouvent ensuite surdiplômés pour effectuer des emplois peu qualifiés. « *Les formations ne remplissent plus leur rôle immanent, elles ont perdu le fil du sens professionnel qui lui donnait sa perspective* », nous dit Beck. « *L'obtention des diplômes ne garantit plus rien ; mais elle est toujours et peut-être plus que jamais la condition préalable pour échapper à l'absence de perspectives »* (Ibid.p331*).* On fait une formation pour obtenir un diplôme sans que celui-ci ait réellement un rapport avec le projet professionnel. On se forme faute de mieux, mais on se forme, et ce faisant, l'esprit critique émerge de cette contradiction. La formation devient une expérience, un développement de l'intellect personnel. Elle participe à l'affirmation de soi et à la construction de son individualité, mais pas à un projet professionnel. Les nouvelles générations arrivent avec des bagages intellectuels qui leur donnent des possibilités d'expression inédites, mais pas de métier en perspective. Car, en prenant conscience de la dévalorisation des contenus de leur qualification, les étudiants aspirent "seulement" à l'obtention du document officiel (le diplôme), qui sera un élément potentiellement positif pour obtenir un contrat dans une entreprise. 57% des jeunes adultes en emploi ayant suivi des études supérieures estiment qu'elles leur ont été utiles dans l'exercice de leurs fonctions[62], tandis que ceux qui n'ont que de petits diplômes jugent que leurs études ont été inutiles ou très peu utiles (71%). La connaissance est une nécessité pour s'assurer un avenir.

Victimes d'une situation qui les dépasse, le processus de réflexivité ne peut que jaillir et remonter à la conscience des étudiants, comme une évidence dont tout leur rappelle l'impasse difficile qui les attend.
Les notions mêmes de la société industrielle se transforment et perturbent les individus, qui ne vont plus, comme au 19e siècle, suivre les voies "sécurisantes" de leurs ascendants. Aujourd'hui, se pose la question de savoir jusqu'à quel point les nouvelles générations auront une qualité de vie moindre que celle de leurs parents baby-boomers, qui avaient bénéficié des fruits de cette croissance.
Ulrich Beck fait reposer son analyse sur trois thèses qui structurent ses observations[63] :

---

[62] TIARAY Razafindranovona, «45 % des jeunes en emploi considèrent que leurs études les aident beaucoup dans leur travail » Insee Focus N° 153. En ligne https://www.insee.fr/fr/statistiques/4132953

[63] BECK, Ulrich. "Le conflit des deux modernités et la question de la disparition des solidarités". Lien social et politiques, (39), 15–25 - 1998

1. *La dynamique économique, politique et scientifique qui guide ces transformations dissout la société industrielle en tant que cadre social du monde quotidien vécu. Les hommes ne sont plus forcément des pères, les pères ne sont plus forcément les seuls à avoir un revenu et souvent, ils ne sont plus mariés ; alors qu'au sein des générations antérieures, le groupe social, le niveau de revenu, la profession, la situation conjugale et les opinions politiques se fondaient dans un même moule social. On ne peut plus déduire du revenu, le lieu d'habitation, le type d'habitat, la situation familiale, les opinions politiques…*
2. *La société moderne se scinde en deux, avec, d'un côté, les anciennes figures de la "normalité" et ses institutions de protection sociale, ses structures institutionnelles et ses territoires, et de l'autre, une multitude de modes de vie qui s'en éloignent de plus en plus ».* Les partis politiques et les syndicats ne servent plus de référence de la défense des groupes sociaux.
3. *Il en résulte une double problématique : d'une part, de plus en plus de personnes passent entre les mailles du filet de la sécurité sociale. La flexibilisation des conditions de travail conduit de façon programmée à la nouvelle pauvreté. D'autre part s'érodent les fondements existentiels des institutions et des formes de consensus qui les ont portées.*

Beck parle de décalage institutionnel du fait même que les cadres de la culture démocratique sont de plus en plus en contradiction avec ce que vivent les citoyens. C'est ce qu'il nomme le processus d'*individualisation des institutions*, dans la mesure où celles-ci ne peuvent plus être pensées en dehors des individus, et non plus simplement en fonction de classes sociales et du travail, comme elles l'étaient dans l'analyse de Marx.

Pour Beck les individus ne sont pas encapsulés dans des entités observables une fois pour toutes. Ils constituent des groupes moins homogènes où l'identité temporelle intra et intergénérationnelle se disloque, où l'identité culturelle se redéfinit non plus sur la tradition (métier, origine…), mais sur les géographies, l'éducation et la consommation, et pour lesquels l'identité collective n'est plus dictée par un groupe traditionnel et organisé. L'identité de chacun se dissipe à travers les perceptions multiples de difficultés rencontrées. La société ne se structure plus en classes sociales qui seraient potentiellement en compétition, mais en strates cognitives qui se superposent, se croisent et se mélangent sans former de groupes homogènes.

Ce sont les ouvriers de chez Peugeot qui refusent le terme d'ouvrier pour se définir, et qui discréditent même la fameuse "condition ouvrière" dont ils se prétendent étrangers[64]. C'est le mouvement des Gilets jaunes qui agrège des populations très hétérogènes dont un des points communs est le rejet des élites et le fait de vivre dans des zones périphériques de la République, là où les services publics se raréfient, avec une perception de vivre le déclassement, un abandon social, institutionnel et politique[65]. Pourtant, malgré ces points communs, ils étaient très difficiles à catégoriser du fait de leurs diversités.

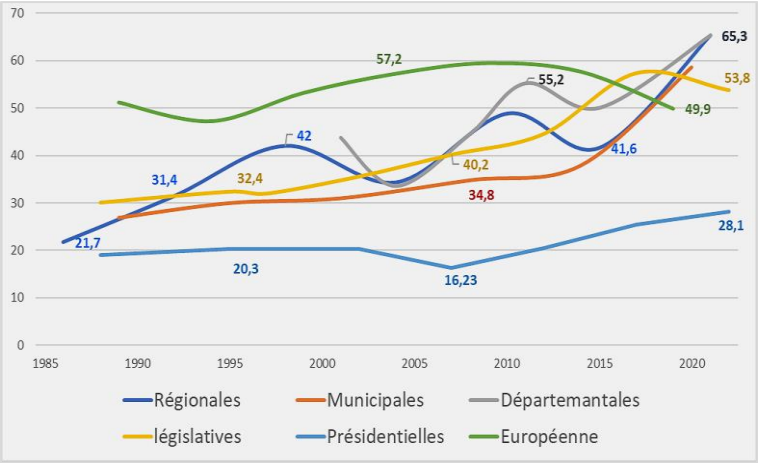
Cette fragmentation de la population par le rejet permet aussi de fédérer un groupe économiquement plus attrayant, contre un autre, moins intéressant électoralement et financièrement. Celui-ci perdra alors toute confiance dans les systèmes représentatifs, se sentant *de facto* exclu.

---

[64] BEAUD S et PIALOUX M, Retour sur la condition ouvrière. Enquête aux usines Peugeot de Sochaux-Montbéliard, Fayard, Paris, 1999.

[65] PAUGAM Serge, LAFERTE Gilles, « Après les Gilets jaunes, repenser les classes sociales », Tribune publiée dans Libération le 20 dec 2018, en ligne : https://www.liberation.fr/debats/2018/12/20/apres-les-gilets-jaunes-repenser-les-classes-sociales_1699016/

Figure 8 : Évolution de l'abstention en France par élection (2e tour)



Sources : ministère de l'Intérieur

C'est le principe même de la démocratie représentative qui est touché ici, avec des taux d'abstention de plus en plus élevés lors de rendez-vous électoraux (Fig.8)

Mise à part l'élection présidentielle, focalisée sur une personnalité "*providentielle*", une bonne moitié des citoyens ne se perçoivent plus dans le modèle représentatif et délaissent les urnes. N'étant plus, de fait, représentées, leurs voix sont négligées dans les prises de décisions. Celles-ci bénéficient à ceux qui défendent un modèle plus traditionnel ou qui contrôle l'économie.

La dissipation des classes sociales dont parle Beck exprime l'idée que les luttes structurées des classes marxistes ont disparu, au profit de conflits plus catégoriels ou identitaires, sporadiques, qui peinent à rassembler au-delà de leur cercle.

Aujourd'hui, puisque les structures décisionnelles restent accrochées à leur verticalité, il reste très peu de place pour des formes d'organisations alternatives, à travers lesquelles les citoyens seraient véritablement partie prenante. Et lorsqu'elles émergent, elles se retrouvent marginalisées, car difficilement traduisibles dans les schémas de pensée des dirigeants. L'organisation sociale se compose dès lors d'une multitude d'individualités dispersées qui se reconnaissent dans une autre multitude de petits agrégats socialisants, sans former pour autant des masses structurées identifiables par les institutions et potentiellement accessibles ou activables. Chacun peut choisir ses sous-groupes d'affinités sans avoir à les assembler.

Une individualisation des rapports sociaux

Pour Beck, l'individualisation renforce les inégalités pour plusieurs raisons :

L'échelle des revenus s'élargit, il y a une augmentation de groupes sociaux qui sont touchés par le chômage et la pauvreté. Mais puisque ces groupes ne correspondent plus aux catégories habituelles, ils sont plus difficilement identifiables et par conséquent il est plus difficile de les rassembler avec des propositions politiques. « *Dans le contexte de l'individualisation, ce qui auparavant était surmonté collectivement comme un destin de classe, doit dorénavant être assumé individuellement comme une défaillance personnelle* » (Ibid.194). Le résultat de cette situation est que les remous de la société sont analysés comme des problématiques individuelles et sont tronqués de leur dimension sociale, perdant au passage toute essence politique.

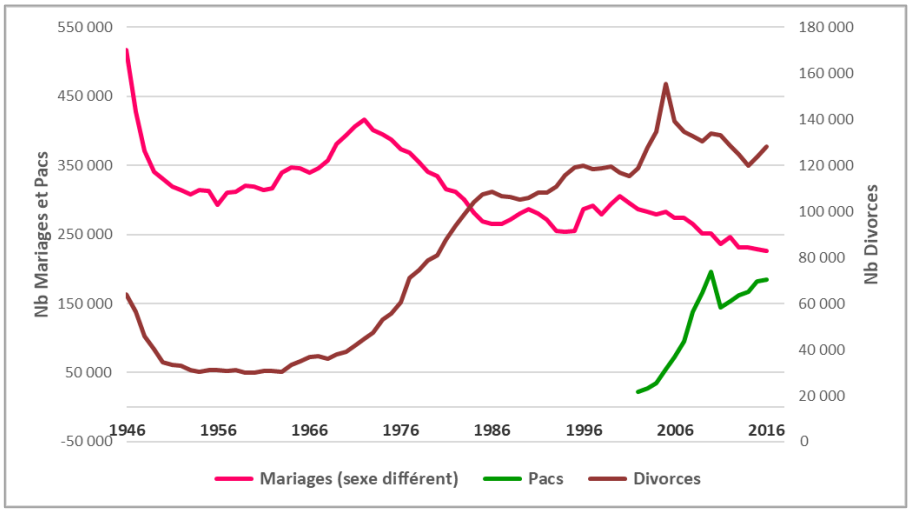
Pour autant, Beck n'associe pas l'individualisation à l'atomisation et à l'isolement des personnes, ni à l'individualisme et au culte du Moi, ou à l'accession à une nouvelle liberté émancipatrice. Comme le dit

Jacques Ion, « *le processus d'individualisation ne signifie pas pour autant un affaiblissement automatique des liens sociaux, mais la continue reconfiguration de ces derniers. Les individus n'existent pas indépendamment de leurs attachements, et ce n'est pas parce que ces attachements se modifient que les individus seraient de plus en plus soucieux d'eux-mêmes* »[66].

Toutefois pour Beck, l'individualisation ne repose pas sur des choix autonomes, mais sur des contraintes ou des injonctions invisibles qui entrent en compte dans le storytelling au niveau de sa vie personnelle, mais aussi au niveau des liens moraux, sociaux et politiques qui les façonnent. Les conjonctures étant souvent contradictoires, elles laissent les individus face à des dilemmes et des choix impossibles : travailler ou faire des enfants, s'unir à quelqu'un, mais pas forcément pour la vie. Conséquence immédiate : le nombre de divorces explose, le mariage est remplacé par le PACS (Fig.9), les naissances diminuent et l'âge de la première grossesse est décalé dans le futur.

Beck fait de l'individualisation le symptôme de la transformation et de l'abandon des modes de vie de la société industrielle passée, pour ceux qui *écrivent, construisent, articulent et mettent* en scène leur trajectoire personnelle. Car le rôle de la biographie prend un nouveau jour. Les parcours ne sont plus normalisés et chacun est incité à devenir l'acteur de sa propre vie, et son promoteur particulier.

Figure 9 : Nombre de mariages, de pacs et de divorces prononcés en France



Sources INSEE

Aujourd'hui, ce qui arrive à chacun tient de sa responsabilité personnelle. Chaque individu est comptable de ses échecs, de son divorce, de sa période de chômage, de sa santé, et simultanément du destin commun, de la qualité de l'air, des pesticides ingurgités, de l'exploitation d'enfants ou de paysans à l'autre bout de la planète.

Dans la société individualisée, les risques deviennent qualitatifs et non plus seulement quantitatifs, ce qui ajoute de la culpabilité au poids de ses échecs. Tous les actes de la vie peuvent être alors soumis à une grille d'acceptabilité morale, politique, économique, environnementale… Acheter un paquet de café rend comptable de l'exploitation des paysans sud-américains ; une paire de chaussures de sport, du travail des enfants asiatiques ; un paquet de farine, de l'agriculture intensive et polluante… Les petits gestes sont vantés comme étant les solutions pour économiser l'eau ou l'énergie. L'addition de toutes les actions individuelles

[66] ION Jacques. "*Quand se transforment les modes d'engagement dans l'espace public*." Chapitre I dans : "Quand les jeunes s'engagent. Entre expérimentations et constructions identitaires". Paris : L'Harmattan, 2005. pp. 23-33. (Débats Jeunesses, 16)

permettrait de résoudre les problèmes énoncés. C'est autant d'injonctions rappelant chacun à sa responsabilité personnelle.

Tous ces événements semblent être décidés dans les parcours de vie alors qu'ils sont souvent subis ; car chaque décision implique un potentiel risque personnel qu'il faut intégrer dans ce qui ressemble à des choix, qui n'en sont en réalité pas. Pour les femmes par exemple, il faut mener de front maternités et ambition professionnelle, pour éviter de plonger dans la pauvreté en cas de divorce. Dans ce cas, l'enfant ne sera pas l'objectif premier, et la grossesse arrivera plus tard.

À ce stade, il est important de distinguer la notion d'individualisation et celle d'individuation souvent maniées en sociologie. Christian Le Bart fait ressortir leur différence en lien avec l'identité individuelle. L'individuation et l'individualisation désignent les deux processus de production de l'individu. « *Celui d'un individu "abstrait" parfaitement soluble dans ses rôles sociaux* pour l'individuation et *celui d'un individu « différencié » se définissant par sa quête de singularité »*, pour l'individualisation[67]. Le premier est utilisé par Beck pour désigner un phénomène général qui touche l'ensemble de la société en activant chaque individu dans leur ensemble, tandis que l'aboutissement du processus produit des individualités distinctes capables de se regrouper par leur volonté.

Beck s'appuie sur trois thèses pour étayer son analyse :

1. *C'est l'individu lui-même qui devient l'unité de reproduction de la sphère sociale. Les individus deviennent les agents de leur propre subsistance médiée par le marché, ainsi que d'une planification et d'une organisation de leur biographie qui intègre ses exigences.* (Statut professionnel, familial, affectif, culturel, juridique, sanitaire…). C'est à eux seuls que reviennent les choix de leur parcours, et des différences potentielles à assumer.
2. Cette différenciation des situations individuelles se double d'une uniformisation très poussée. Ce qui est cause de cette individualisation est également cause d'un processus de standardisation. C*ela est vrai sur des modes différents, du marché, de l'argent, du droit, de la mobilité, de la formation… Les situations individuelles sont par exemple dépendantes du marché du travail.* Elles doivent donc se conformer à une attente normalisatrice en termes de formation, de présentation, de langage et d'implication. Chacun est donc libre de rentrer dans les petites cases qui lui sont offertes s'il correspond aux attentes supposées. Cela a des implications dans la vie personnelle et affective, soumise à l'homogénéisation des cadres. Les modes jouent ce rôle d'imposition normative où le marché focalise l'attention sur les individualités pour mieux les fondre dans un ensemble standardisé de consommateurs ravis.
3. La concomitance des processus d'individualisation, d'institutionnalisation et de standardisation ne suffit pas à appréhender ces nouvelles situations individuelles. Car elles transcendent les frontières entre les domaines distincts du privé et de la sphère publique. Les frontières entre les deux deviennent floues ; espaces privés, mais dépendants des organisations qui les structurent.

Une information individualisée et alternative

Cette individualisation se déploie également à travers l'expression de chaque individu. Pour exister et se frayer une place dans la société, se faire entendre semble être une nécessité. Et chacun a la possibilité de le faire grâce aux réseaux socionumériques. S'exprimer et lire les pensées des autres permet de se positionner et de s'ancrer dans un groupe sur lequel développer sa lisibilité, et à travers elle sa position et son avenir.

[67] LE BART Christian, L'individualisation, Paris, Presses de Sciences Po, 2008.

Byung-Chul Han va jusqu'à comparer les Internautes à des nuées se constituant au gré d'associations ponctuelles[68]. *« Assemblement sans rassemblement, un ensemble sans intériorité, sans âme ou esprit »*, elles se déplacent par bonds et risquent de faire disparaitre toute solidarité. Car ce n'est pas le Nous, la communauté, qui lui semble important, mais le Moi, sur qui repose la responsabilité de sa propre réussite sociale et personnelle.
À l'inverse, dans la vision participative d'Henry Jenkins, les membres ont le sentiment que leurs contributions sont importantes. Ils ressentent un certain degré de corrélation sociale les uns avec les autres[69]. La convergence des participations offre un contexte dans lequel les utilisateurs peuvent trouver leur voix, acquérir des compétences en matière de production et de circulation des médias, tisser des liens communautaires, développer des références partagées, et construire un répertoire de pratiques communes qui peuvent toutes être déployées à des fins politiques.

Après des décennies d'une colonisation des esprits, l'influence des médias mainstreams n'est plus aussi prégnante qu'avant du fait de leur concurrence vis-à-vis d'autres sources d'informations internationales, de médias alternatifs ou des réseaux socionumériques[70]. Les citoyens prennent du recul vis de leur ligne éditoriale et ne remettent en question leurs conclusions. L'épisode du référendum de 2005 sur le projet de constitution européenne est un exemple parlant. Alors que le OUI était amplement valorisé dans la presse mainstream, sur les chaines de télévision et à la radio, les Français choisirent de ne pas ratifier ce projet, jetant un trouble chez les politiques qui se croyaient assurés d'une validation majoritaire. Pour les aider dans leur réflexion, des blogs personnels avaient fait une multitude d'analyses critiques du projet de constitution. Des sites furent créés par des opposants qui n'avaient que peu d'accès aux médias dominants. Ils ont donné à lire le texte, pour que chacun puisse s'en emparer[71]. Une partie des citoyens s'organisèrent pour transformer les choses. Ils formèrent des groupes, souvent informels, réfléchirent aux racines des problèmes, cherchèrent à en identifier les sources et les acteurs responsables, et s'activèrent pour faire valoir leurs engagements.
Cette opposition populaire fit même pression sur des journaux qui promouvaient les Oui et que les lecteurs habituels commençaient à déserter[72] et les résultats rejetèrent à 55% ce projet de constitution. Pourtant, trahissant le scrutin, le gouvernement Sarkozy réécrit un texte semblable et le fait ratifier par les parlementaires au congrès de Versailles en 2008. De quoi alimenter la défiance envers les politiques !

Les thèmes portés par les citoyens dans ces débats peuvent dorénavant remonter à l'ensemble de la société. C'est une organisation par le "bas", vécue sur le terrain, expérimentée en face à face qui prend ses distances de toutes instances politiques. Ce sont des mouvements subpolitiques, dans la mesure où ils se distinguent des organisations politiques officielles, basées sur la légitimité des élections. Ils réinventent de nouvelles façons de faire de la politique, de la vivre, de la partager avec d'autres, de l'organiser, pour rendre leurs

---

[68] HAN, Byung-Chul. Dans la nuée: réflexions sur le numérique. Éditions Actes Sud, 2015. P.23

[69] JENKINS H., Billard, T.J. 'Participatory Politics', in Navas, E., Gallagher, O., Burrough, X. (eds) Keywords in Remix Studies, pp. 230–245. New York: Routledge. 2018.

[70] THUREAU-DABGIN Philippe. « Les médias d'influence sur le déclin », Revue internationale et stratégique, vol. 89, no. 1, 2013, pp. 123-129.

[71] FOUETILLOU Guilhem. « Le web et le traité constitutionnel européen. Écologie d'une localité thématique compétitive ", Réseaux, vol. 144, no. 5, 2007, pp. 279-304.

[72] HUBÈ Nicolas, « Le courrier des lecteurs. Une parole journalistique profane ? ", Mots. Les langages du politique, 87 | 2008

objectifs atteignables. La parole subpolitique excède la relation interindividuelle. « *Elle n'est plus simplement l'expression, comme la parole réflexive, d'un individu anxieux, à la recherche du meilleur angle stratégique dans un faisceau de relations. Elle s'ouvre à l'espace public parce qu'elle surgit d'une initiative publique comme qualification d'un scandale et non d'une démarche contractuelle organisant les intérêts entre des acteurs plus orientés vers l'efficacité que la solidarité* [73]». C'est en cela qu'elle agit sur le monde en reliant entre eux les individus. Par le réseau, au sens large, ils se sentent renforcés dans leur légitimité. Le numérique est un outil de propagation et de lien entre chacun.

Le web et les réseaux socionumériques jouent aujourd'hui un rôle majeur. Ils portent une voie alternative aux médias mainstreams. Les partis ou les syndicats ne sont plus les déclencheurs de ces nouveaux combats. Ils viennent en renfort quand la lutte semble correspondre à leur ligne de conduite. Des individus anonymes peuvent faire émerger les contre-arguments et fédérer autour d'eux des identifiants locaux puissants. Ils réussissant à mobiliser au-delà de leur cercle proche.
Les thématiques soulevées parlent du futur et des conditions globales de la vie. Elles se situent dans un rapport de force avec les autorités. Celles-ci cédèrent parfois lorsque les causes défendues créent des communautés influentes plus puissantes, des collectifs citoyens, des groupes militants organisés. Ceux-ci inventent de nouvelles formes de lutte. Ces Zones à Défendre, ces collectifs Justice pour, ou anti publicitaire[74]… (pour les plus engagés politiquement), mais aussi des collectifs zéros déchet[75], des amicales des jardins urbains[76], des associations inter génération… ont bien sûr des projets, des objectifs et des modes d'action différents. Ces entités ne sont pas suivies par les mêmes publics, dans les mêmes régions, mais elles peuvent aussi s'agréger par les défis lancés aux administrations, aux partis et aux syndicats comme autant de centres de vigilance émis par les citoyens, potentiels votants. "Les soulèvements de la terre"[77], "l'assemblée des assemblées"[78], collectifs de collectifs, montrent que les organisations informelles prennent de la puissance et inquiètent les gouvernements contre lesquels ils luttent[79]. Ici, les groupes s'agrègent autour d'individus disparates qui se retrouvent autour d'un combat commun. À la manière des réseaux sociaux qu'ils utilisent, ces agrégations peuvent réunir un grand nombre de participants. Ils ne fédèrent plus comme pouvaient le faire les partis politiques, les syndicats ou les chaines historiques de télévision, dont la puissance s'appuyait sur la réunion simultanée d'un très grand nombre d'individus.

---

[73] GRAMACCIA Gino, « Le numérique au risque du sub-politique ", Communication et organisation,24 | 2004, P.12

[74] DUBUISSON-QUELIER Sophie, et BARRIER Julien. « Protester contre le marché : du geste individuel à l'action collective. Le cas du mouvement anti-publicitaire », Revue française de science politique, vol. 57, no. 2, 2007, pp. 209-237.

[75] MOURAD M., CEZARD F. & JONCOUX S. Le « zéro déchet », tou(te)s dans le même bocal ? Profils, pratiques, et formes d'engagement. VertigO, 21(3), 1–17.2021; https://doi.org/10.4000/vertigo.34472

[76] DEBOULET Agnès. Renouer avec le politique et la citoyenneté urbaine ? : Les résidents des grands ensembles dans la rénovation. Citoyennetés ordinaires. Pour une approche renouvelée des pratiques citoyennes, Karthala, pp.167-195, 2014, 978-2811112479. ⟨halshs-01303883⟩

[77] « Les soulèvements de la terre » est un rassemblement de 170 comités locaux qui luttent contre la prédation des ressources naturelles organisées par le capitalisme. En ligne : https://lessoulevementsdelaterre.org/

[78] RAVELLI Quentin, BENDALI Zakaria, BONIN Loïc, GABORIT Maxime, GREMION Théo, et al.. « Le Gilet et le Marteau. L'assemblée des assemblées organise l'aile gauche des ronds-points ». Mouvements : des idées et des luttes, 2020, n°101 (1), pp.13.

[79] HAERINGER Nicolas. « Les Soulèvements de la Terre. Une remise en cause radicale du système agro-alimentaire », Multitudes, vol. 92, no. 3, 2023, pp. 118-121.

Avant cette période de modernité réflexive, la télévision linéaire standardisait ses publics en les fédérant par les programmes visionnés en même temps par des millions de téléspectateurs. Elle leur donnait à voir les mêmes images, les mêmes interprétations, les mêmes pensées, aux mêmes moments et pouvait créer du lien social[80], voire, un sentiment de destins collectifs lors de grands cérémoniels[81].

Aujourd'hui, la consommation est individualisée. Si les télévisions perdurent, elles proposent leurs programmes en replay. La multiplicité des chaines TNT, élargissant le choix des programmes, tente de satisfaire les goûts de leur public. Mais YouTube rompt le processus d'une programmation imposée. La plateforme ouvre la possibilité à quiconque de proposer des contenus de niche dans un environnement très large de thématiques. Se côtoient des programmes très populaires et "grand public", avec d'autres, destinés à des publics beaucoup plus restreints, mais qui rompent le sentiment d'isolement des minorités. Ce service se dit gratuit comme semble l'être l'activité des grandes chaines nationales telles que TF1 ou M6. Pourtant, les capacités techniques lui offrent un avantage indéniable. Celui de capter les informations individuelles précises sur la personnalité et le mode de vie de chacun de ses utilisateurs. Leurs commercialisations donnent la possibilité aux annonceurs de cibler précisément leurs prospects et à la YouTube de maximiser ses revenus.

Une rupture générationnelle et temporelle

La rupture entre la télévision et le modèle YouTube devient réelle. Les jeunes se distancient des programmes des anciens, la coupure dans les habitudes médiatiques est consommée. Chacun devant son écran regarde le programme qui le représente, ce qui rend plus difficiles les échanges avec les autres générations. *« D'un côté, les formes de perception deviennent privées, et, dans le même temps, sur l'axe du temps, elles deviennent anhistoriques. Les enfants ne savent déjà plus comment vivaient leurs parents. Autrement dit, l'horizon chronologique de la perception que l'on a de l'existence se rétrécit continuellement, jusqu'à que l'histoire, dans les cas limites, finisse par se réduire au présent éternel »*[82]. C'est le risque d'une coupure générationnelle, où les grands-parents ne peuvent plus suivre l'évolution des modes de vie orientés par une technologie toute puissante, où les aïeux sont abandonnés aux affres du passé, sans plus avoir accès à la culture de leur petits-enfants.

La famille directe quant à elle, est soit le soutien, soit un poids pour construire son itinéraire et sa bibliographie. En cas de crise, elle sert de valeur refuge, celle, ultime qui permet la protection et la solidarité. D'autant plus qu'en France, les institutions ne considèrent pas les jeunes comme adultes avant 25 ans, âge qui leur donne droit au RSA s'ils en ont besoin. En deçà de cet âge, les jeunes sont symboliquement sous la responsabilité financière de leur famille, ce qui crée de fortes disparités quant au suivi d'études longues. Un jeune de moins de 25 ans qui aurait rompu ses liens familiaux est donc dans une situation plus délicate. Pour les autres, la famille sert donc de socle que l'on conserve pour soi, séparé par une frontière que seuls les intimes ont le droit de franchir. Elle est un élément de promotion ou un sujet à camoufler, selon ce que l'on veut montrer de ses origines, mais elle est un socle de sécurisation.

---

[80] WOLTON Dominique. « La télévision comme lien social. Entretien avec Dominique Wolton ", Le Débat, vol. 61, no. 4, 1990, pp. 116-120.

[81] DAVIE Grace. « DAYAN (Daniel), KATZ (Elihu), La Télévision cérémonielle. Paris, Presses Universitaires de France, 1996, 259 p. (trad, de l'anglais par Daniel Dayan, préf. de Lucien Sfez) (bibliogr.) (coll. « La Politique Éclatée ") ", Archives de sciences sociales des religions, vol. 110, no. 2, 2000, pp. 60-60.

[82] BECK Ulrich, "La société du risque ; sur la voie d'une autre modernité" Ed Champs essais, 2003, page 289

L'individualisation a transformé le rapport au temps, à commencer par la déchéance de l'autorité du passé au profit du pouvoir conféré au futur. Les jeunes adultes se trouvent dans une dichotomie difficile à résoudre : se tourner vers un avenir fantasmé, comme si cet horizon pouvait apporter une consistance bienheureuse ? La technologie inspire l'imagination d'espaces infinis, de vies immortelles, d'une connaissance totale, mais artificialisée.

Le rapport au temps se transforme dit François Hartog. La projection vers le futur devient beaucoup plus forte. Le présent lui-même devient fugace. C'est-à-dire qu'il passe très vite, et la manière dont on est happé par le temps n'est plus le passé, mais c'est bien le futur qui fait autorité. Le temps semble s'accélérer au rythme des innovations qui rendent obsolète le présent. C'est le futur qui absorbe les individus, et les enjoint de trouver les moyens de se hisser jusqu'à lui pour en être les conquérants, seul chemin vers l'émancipation, pour éviter d'en être seulement les acteurs passifs, consommateurs sans recul, participant à une débâcle annoncée[83].

Mais ce futur est aussi source d'incertitude et d'inquiétude. Comment répondre à cet imaginaire quand la précarité et le chômage sont 2,4 fois plus élevés pour les jeunes et l'accès à un emploi digne est une difficulté qui brise tout espoir d'émancipation ?[84] Quel avenir lorsque la perspective du réchauffement climatique transforme le rapport à la terre et à l'humanité ? Comment se projeter quand la biodiversité s'amenuise d'année en année, quand la conscience de son importance met en abime le rôle des humains, leur hégémonie mortifère, leur incapacité à se modérer et à envisager une vie plus humble.

Le futur n'est plus seulement une promesse, mais aussi une menace. « *Le principal trait de cette crise paraît être une montée en puissance de la catégorie du présent, comme si le présent était devenu son propre horizon, comme s'il n'y avait plus que du présent, sans passé ni futur, ou plutôt fabriquant chaque jour le passé et le futur dont il a besoin. Un présent englobant et omniprésent* »[85].

Coincés entre un passé sans valeur et un futur menaçant, les jeunes adultes peuvent plonger dans le présent comme seule temporalité concrète qui leur donne l'impression de pouvoir le maitriser. C'est ce que François Hartog appelle le *présentisme*. Le présent, jusqu'alors impalpable, devient un but en soi, un objectif rassurant à atteindre qui permettrait alors de relativiser les choses, de s'émanciper du réel, d'accorder les battements de son cœur à sa respiration pour extirper toute pensée angoissante. « *Ce présent se révèle du même coup beaucoup plus différencié selon qu'on se situe à un bout ou à l'autre de la société. Avec d'un côté un temps des flux et une mobilité très valorisée, et de l'autre, du côté du précariat, un présent en pleine décélération, sans passé, sinon sur un mode compliqué (surtout pour les immigrés), et sans vraiment de futur. Autrement dit, le présentisme a plusieurs aspects. Grossièrement, d'un côté c'est un présent plein, et en mouvement perpétuel, de l'autre c'est une prison close et figée, sans perspective*[86]. Les inégalités s'observent jusqu'à l'appréhension du temps. Sophie Wahnich nous prévient : « *la projection vers le futur était articulée à l'idée de projet, le présentisme ne permet plus de l'être »*[87]. Les jeunes ont du mal à se projeter, du point de vue

---

[83] HARTOG François. « L'autorité du temps ", Études, vol. Tome 411, no. 7-8, 2009, pp. 51-64.

[84] CHEVALIER, Tom et LONCLE, Patricia. Une jeunesse sacrifiée? La vie des idées, PUF, 2021.

[85] HARTOG Ibid.p.63

[86] WAHNICH Sophie et ZAOUI Pierre, « Présentisme et émancipation. Entretien avec François Hartog ", *Vacarme*, vol. 53, no. 4, 2010, p17.

[87] WAHNICH Sophie " Interroger la notion de progrès par l'histoire" Conversations éthiques organisées le 6 juin 2017 autour du thème "L'équivoque du progrès : vers une éthique à l'âge des limites ?" Édition 2017, en ligne https://www.YouTube.com/watch?v=0_46ud56-gQ

des théories de l'imaginaire social et de la capacité à inventer des choses qui seraient propices à l'émancipation ou à la liberté. D'autant plus qu'ils font face à une injonction libérale (il faut devenir adulte, il faut se prendre en main, il faut être autonome) tout en vivant la réalité d'une politique publique qui les oblige à vivre avant leur majorité sociale[88] sous la dépendance de la famille[89]. Cette absence de capacité à se projeter produit le sentiment d'une apesanteur et une incapacité à avoir prise sur les vies. Le présentisme est donc une espèce de déprise sur les vies, de déprise sur le mouvement de la société, et donc du point de vue de l'émancipation, le présentisme est le contraire de l'émancipation. Elle peut se contenter de la consommation comme seul sentiment d'existence.

Une défiance vis-à-vis des politiques

Si les alternatives contestataires de l'époque industrielle consistaient à manifester ou à faire grève, ces modes de revendication sont confrontés aujourd'hui à une intransigeance des gouvernements. Ils ne plient plus face aux mouvements sociaux, et les médias font passer les revendications des manifestants (ou des grévistes) pour des demandes sectorielles et corporatistes, ce qui a pour effet de les délégitimer. De plus, les syndicats ne semblent plus toujours jouer leur rôle de défense des travailleurs. Ils tentent souvent de temporiser les luttes. Le dialogue social s'en voit amoindri. Il laisse les mouvements sociaux dans des états d'impuissance. Conséquence, l'enquête du Cevipof[90] montre une très forte défiance envers les partis politiques rejetés par 88% des Français, les médias par 75%, et pour 72% d'entre eux, le président de la République. Même si ces données n'expliquent rien, et en particulier à propos des médias qu'il n'est pas aisé d'englober dans un grand tout, elles révèlent un dysfonctionnement institutionnel et un dialogue social atrophié, qui ne peuvent s'exprimer qu'au travers d'enquête comme celle-là.

Ce sentiment de défiance généralisée agglomère les politiques, les syndicats et les médias. Ceux-ci semblent se rallier pour mieux résister à toutes les pressions populaires. « *Une gestion de crise technocratique et arrogante, fondée sur les certitudes de la "science économique », accroît encore le pessimisme et la défiance collective*[91]. Car les propos institutionnels ou gouvernementaux sont largement repris tels quels par les médias mainstreams, souvent sans prendre le recul critique nécessaire, alors que les citoyens attendent qu'ils soient des contre-pouvoirs, défendant l'intérêt général. Les journalistes ne semblent plus faire un travail sérieux. Sophie Jehel relate la longue liste des informations non journalistiques propagées dans des journaux à grande diffusion[92].

Dans ce contexte, il est assez logique que des *fake news* voient le jour et se propagent largement auprès d'une population se contentant de peu de sources d'information. La confiance est un processus fragile qui fonctionne grâce à l'exemplarité. Si celle-ci n'est plus au rendez-vous, les vannes peuvent s'ouvrir et laisser se déverser une frustration collective. Alors forcément, elle s'exprimera dans le conflit, sans ménagement,

---

[88] La majorité sociale étant considérée par Tom Chevalier comme l'âge à partir duquel un jeune peut toucher le Revenu de solidarité active (RSA), et ne plus dépendre de sa famille

[89] CHEVALIER Tom. « Les enjeux d'un revenu pour les jeunes », *Regards*, vol. 59, no. 1, 2021, pp. 139-149.

[90] CHEURFA Madani & CHANVRIL Flora, Cevipof Baromètre de la confiance politique 2019, en ligne : https://www.sciencespo.fr/cevipof/sites/sciencespo.fr.cevipof/files/CEVIPOF_confiance_10ans_CHEURFA_CHANVRIL_2019.pdf

[91] LEBARON Frédéric, « Vers une société de défiance ", Savoir/Agir, 2009/2 (n° 8), p. 5-7. DOI : 10.3917/sava.008.0005. URL : https://www.cairn.info/revue-savoir-agir-2009-2-page-5.htm

[92] JEHEL Sophie, "*La défiance des adolescents vis-à-vis de l'information journalistique dans un contexte de crise de l'information*" dans Sophie Jehel, Alexandra Saemmer (dir.), Éducation critique aux médias et à l'information en contexte numérique, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, coll. « Papiers ", 2020, Chapitre 8, 316 p.

comme une sorte de défouloir. « *La confiance ne se décrète pas. Lorsqu'elle a disparu, elle ne se reconquiert pas simplement à l'aide d'une communication optimiste et d'une "gouvernance" ignorante des contradictions sociales et des sentiments collectifs »*[93].

En réaction, cette défiance permet de mobiliser les citoyens contre leurs institutions et leurs représentants. Elle impulse un mouvement de prise de position individuelle d'autant plus facilement que celles-ci rencontrent un écho favorable auprès d'internautes qui pensent la même chose. Quand les citoyens désabusés se rendent compte qu'ils ne sont pas seuls, et qu'ils forment des groupes d'affinité, la parole se libère plus facilement. Les réseaux sociaux leur facilitent la tâche en leur donnant la possibilité de prendre la parole ou de répondre à celle des autres.

Les débats télévisés s'organisent sur ce principe, propice aux bonnes audiences[94]. Dans leur organisation, le but de ces mises en scène polémiques est de positionner face à face des protagonistes défendant des discours antinomiques. Il sera alors difficile de distinguer dans leurs échanges *violence verbale et impolitesse*, dès lors que le but est de disqualifier leurs interlocuteurs[95]. De "droit de réponse"[96] en 1981 à "Ciel mon mardi"[97] dans les années 90 ou "Touche pas à mon poste"[98] depuis 2010, "s'engueuler" sur un plateau télé crée du buzz et permet à l'émission de faire parler d'elle et d'être programmée sur de longues périodes si elle sait alterner les séquences. Le clash paye donc. Il devient une catégorie acceptable du dialogue social, et s'immisce en filigrane dans les conducteurs d'émissions comme un "point fort" de l'émission. « *Comment s'étonner alors de la forte proportion de porte-parole d'associations, de militants syndicalistes, de représentants d'institutions dans des débats, certes de société, mais surtout polémiques* » (Rouquette Ibid.p.43). Il n'en reste pas moins que ces paroles individualisées représentent une réalité nouvelle, qui donne corps à des types d'expression non standardisée, parfois excessive, artificielle, voire caricaturale, qu'il faut envisager comme des compensations à l'impuissance politique et sociale.

Les sciences en question

Enfin, le rapport à la science bascule avec la société réflexive énoncée par Beck. Si la période industrielle sonne l'apogée de la science grâce à ses découvertes, la période réflexive est guidée par un capitalisme de plus en plus hégémonique et influent. Il s'empare de la partie rentable de la recherche et du développement. C'est celle qui englobe l'industrie pharmaceutique, que la sécurité sociale finance par le remboursement des médicaments[99], ou celle de l'agroalimentaire, autre branche de l'industrie chimique, qui privatise le vivant par leurs modifications génétiques[100]. Avec les logiques financières de ces secteurs, c'est le dévoiement de leur visée humaniste qui est en cours. Les buts pour les premières n'étant plus nécessairement de guérir, et

---

93 Ibid. Lebaron Frédéric, « Vers une société de défiance ", P.7

94 ROUQUETTE Sébastien. « La vague polémique », Vie et mort des débats télévisés. 1958-2000, sous la direction de Rouquette Sébastien. De Boeck Supérieur, 2002, pp. 39-53.

95 GAGNE Christophe, "Un bon clash pour faire le buzz", Corela, 2021, URL: http://journals.openedition.org/corela/13282 ; DOI: https://doi.org/10.4000/corela.13282 Page.2

96 "Droit de réponse"[96], émission animée par Michel Pollac à partir de 1981 sur TF1

97 "Ciel mon mardi", émission produite et animée par Christophe Devavanne de 1988 à 2007

98 "Touche pas à mon poste", émission produite et animée par Cyril Hanouna sur C8 depuis 2010

99 BONNET Jacques. De Rhône-Poulenc à Sanofi-Aventis : intérêts régionaux et logiques mondiales. In: L'information géographique, volume 69, n°2, 2005. pp. 117-131.

100 BERLAN Jean-Pierre. « Brevet du vivant : progrès ou crime ? [1] ", Revue Tiers Monde, vol. 181, no. 1, 2005, pp. 207-221

pour les secondes d'aider à nourrir les populations ; mais de conquérir de nouveaux territoires et d'augmenter leur rentabilité et le profit reversé à leurs actionnaires.
Or, ces industries, ont progressivement été pointées du doigt par des associations de défense de l'environnement, ou des collectifs de malades, victimes d'effets secondaires dramatiques, qui leur reprochent le manque de transparence sur les effets induits de leurs produits. Alors que la spécificité de ces secteurs de recherche repose sur des méthodes strictes, de l'observation des faits, reproductibles, sans apriori théorique[101], en faisant ensuite valider les résultats par les pairs, en toute transparence, il est notable de voir que certaines recherches d'entreprises privées se soustraient à ces principes qui en fonde le sérieux. « *Les risques et les menaces seront-ils interprétés de façon méthodique, concrète, déployée scientifiquement, ou banalisés et occultés ?* », demande Beck à propos du fonctionnement peu orthodoxe de leur méthodologie et des risques externes qui peuvent survenir. Les *Monsanto paper* sont révélateurs à cet égard. Le professeur de biologie moléculaire, Gilles-Eric Seralini s'est attaqué aux méthodes scientifiques de Monsanto, en dénonçant le manque de transparence des leurs études sur l'innocuité supposée des maïs génétiquement modifiés (OGM)[102]. Dès lors une campagne de dénigrement se met en place par la firme qui sera révélée par les « Monsanto papers » dans lesquels des conflits d'intérêts patents apparaissent entre les accusateurs et la firme[103]**.** Dès lors, si les résultats de nocivité ne sont pas démontrés, il est légitime qu'un doute persiste et soit renforcé par les méthodes peu orthodoxes de la firme.

Bien sûr, toutes les sciences ne sont pas mues par les mêmes objectifs. La recherche fondamentale publique est certainement protégée de ces biais, mais cet exemple participe à la baisse de confiance des populations qui luttent ensuite sur le terrain contre des produits qui les rendent malades. Elles peuvent alors légitimement remettre en question les modèles de protection et les principes de précaution que les États devraient mettre en place, avec elles et pour elles.
La crédibilité des sciences reste forte tant qu'elles parviennent à résoudre et modifier les erreurs découvertes, et tant qu'elles conservent le monopole de la rationalité face à l'opinion publique. Cette transparence a opéré jusqu'à présent grâce à ses méthodologies. Mais la concurrence des domaines de recherches, des laboratoires et des scientifiques entre eux, devient délicate lorsque les financements diminuent, et que conserver ses moyens dépend aussi de l'acceptation des pairs. Les confits que ces contraintes peuvent générer au sein même des milieux scientifiques rejaillissent alors inévitablement sur le grand public, qui progressivement devient plus sensible aux questions qui les touchent directement à court, moyen ou long terme, et qui se rapportent à la modernisation. Car les risques qui sont en jeu ne concernent pas simplement les scientifiques, leurs méthodologies et leurs résultats. Ils concernent la société dans son ensemble et posent des questions qui ne peuvent être résolues que si toute la société s'en empare et les traite. Comme la politique, la science est au service des humains dans leur ensemble et non pas au service d'une minorité de "*docteurs Folamour*"[104].

---

[101] DUMONT Gérard-François. « Qu'est-ce qu'une méthode scientifique ? L'exemple d'Alfred Sauvy ", Les Analyses de Population & Avenir, vol. 23, no. 5, 2020, pp. 1-10.

[102] SERALINI, Gilles-Eric. « Les OGM et la recherche: science ou business? Risques Toxiques et Environnementaux liés aux Plantes Transgéniques commercialisées. » *VertigO-la revue électronique en sciences de l'environnement*, 2001, vol. 2, no 1.

[103] ALLARD-HUVER François. « Agnotologie, transparence et fake news : stratégies de guerre informationnelle autour du glyphosate », Revue internationale d'intelligence économique, vol. 13, no. 1, 2021, pp. 53-75.

[104] JACOB S. & SCHIFFINO N. « Docteur Folamour apprivoisé ? Les politiques publiques du risque ». Politique et Sociétés, 26(2-3), 45–72. 2007 "Docteur Folamour", film de Stanley Kubrick de 1964,

1.3 L'éducation, la face morale du progrès. De Condorcet à Franck Lepage, une éducation populaire toujours vivante qui se "*YouTubise*".

Une courte histoire de l'éducation populaire

Comme nous l'avons montré, la notion de progrès ne correspond plus aussi catégoriquement à une avancée pour l'humanité, étroitement liée à la morale et à l'idée d'un bienfait pour les humains. Et c'est la Liberté (que l'on pourrait associer aujourd'hui à l'émancipation), que les pensées révolutionnaires associent au progrès moral.

Pour y parvenir, la notion de progrès va infuser les aspects tant pédagogiques, politiques, scientifiques que techniques. Les champs disciplinaires vont même s'entretenir, s'enrichir entre eux.

Car pour que ce progrès se diffuse, il doit être accompagné de l'accroissement du savoir. C'est une lutte qui oppose déjà deux conceptions radicalement différentes, l'une laïque et universelle, l'autre religieuse et réservée à une élite éclairée.

Nicolas de Condorcet (1743-1794) défend le potentiel émancipateur de l'instruction et provoque des séismes au sein des cercles intellectuels de la capitale. Si l'éducation vise à transmettre "*des vérités de fait et de calcul*" elle oriente aussi "*les opinions politiques, morales et religieuses*" des élèves par celles des parents dont ils doivent obéissance. L'instruction, quant à elle, transmet uniquement des savoirs et cultive la raison pour mieux éclairer les décisions à prendre. Elle doit être distribuée grâce à l'école[105].

Catherine Kintzler nous rappelle que « *si l'on prend la mesure de la complexité du monde, la loi de l'égalité demande alors une constante élévation du niveau des individus, si l'on veut qu'ils demeurent dignes d'exercer les droits du citoyen* »[106]. La vision de Condorcet est autant juridique que sociale. Car l'éducation telle qu'il la prône s'apparente à un droit à l'instruction pour toutes et tous, un droit à la connaissance, seul outil d'émancipation de la population. Et pour que ce dessein se réalise, que le niveau général de connaissance des citoyens s'élève, le principe d'égalité doit s'imposer comme fondement de ce qui deviendra plusieurs décennies plus tard l'école publique. C'est pourquoi, Condorcet défend une égale instruction des filles et des garçons, il fait la promotion d'une école gratuite et accessible à tous afin que la société entière puisse bénéficier de cette connaissance partagée. À cette époque post-révolutionnaire, ces préconisations ne peuvent pas se mettre en place, car la bourgeoisie qui prend le pouvoir a d'autres préoccupations que celles d'éduquer le peuple. Les négociations aboutiront qu'en octobre 1795 avec la loi Daunou[107] qui organise un enseignement primaire, mais supprime l'obligation d'éducation pour tous. Les objectifs de Condorcet ne sont pas atteints, mais les bases d'une école laïque, ouverte à toutes et tous, sont en germe et activeront les promoteurs de l'éducation populaire.

Bien que le terme ne soit pas très précis dans son périmètre, il faut remonter à cette période et au 19e siècle pour en voir émerger les fondements idéologiques. Jusqu'à aujourd'hui, l'éducation populaire est un mouvement qui trace sa voie de manière non rectiligne. Portée par des hommes ou des mouvements

---

[105] CONDORCET Jean-Antoine-Nicolas de Caritat, "Cinq mémoires sur l'instruction publique, Premier mémoire, Nature et objet de l'instruction publique", Présentation, notes, bibliographie et chronologie, par Charles Coutel et Catherine Kintzler. Ed Flamarion, 1994. page 35 En ligne : Nicolas de Condorcet, 5 mémoires

[106] KINTZLER Catherine, "Condorcet, L'instruction publique et la naissance du citoyen", Gallimard, Follio Essais, 1987, p163

[107] GREVET René, "P.-C.-F. Daunou, organisateur de l'Instruction Publique (1789-1797) Revue du Nord, 1989, 963/977
En ligne : R.Grevet : Loi Daunou

historiques plus favorables, ou au contraire recadrés et atténués à d'autres moments, c'est une sorte de serpent de mer qui se maintient dans un espace de clair-obscur, éclairé en fonction des directions que certains souhaitent lui faire prendre.

Car l'éducation populaire se focalise autour de deux branches distinctes : l'une destinée aux activités des jeunes portées aujourd'hui par les MJC, les maisons des jeunes et de la culture ; l'autre plus centrée sur la politisation des adultes et l'éducation tout au long de la vie grâce à des méthodologies d'enseignements non scolaires. L'éducation populaire n'est pas un bloc monolithique, mais une hydre à plusieurs têtes, évoluant au fil des époques, selon velléités politiques ou économiques.

Avec l'industrialisation du 19e siècle et les inventions qui la permettent, de nouveaux métiers apparaissent. Ils nécessitent des formations spécifiques. Conscients de la nécessité d'adaptation des ouvriers, des bourgeois "bienfaiteurs" et autres hauts fonctionnaires "philanthropes" fondent des centres de formations professionnelles pour combler ces lacunes. Dans le domaine professionnel, l'apprentissage devient au XIXe siècle un instrument de discipline et de domestication[108]. Il s'imprègne dans la classe ouvrière, incitée à se sortir de sa situation de pauvreté tant par sa qualification professionnelle que par ses savoir-faire quotidiens. Un homme éduqué doit devenir moins agressif et plus sage. Les initiatives qui les proposent viennent compléter les dispositifs institutionnels de l'école et autres processus éducatifs formels. L'autodidaxie naît sous la pression sociale et culturelle de l'institution scolaire, influencée par les innovations techniques et le développement des sciences qui améliorent la compréhension du monde, la qualité et l'espérance de vie. Chacun doit pouvoir se mettre à niveau, même, et surtout s'il est en bas de l'échelle sociale, et l'éducation populaire doit pouvoir l'aider.

À cette époque, ces initiatives privées (qu'on pourrait les définir aujourd'hui comme des formations professionnelles continues), sont souvent d'obédience religieuse. Elles se mutualisent et viennent compenser un manque de formation. Si elles ne revendiquent pas le terme d'éducation populaire, elles s'adressent aux ouvriers qui n'ont pas eu la possibilité de s'instruire, mais qui maitrisent un savoir-faire.

Avec le positivisme, Auguste Comte (1798-1857) théorise le progrès humain et le focalise autour de la science et de l'éducation populaire comme moyen de faire éclore les citoyens du peuple. Celle-ci tient un rôle résolument positif, car elle est le moteur du progrès, qui permettra de distinguer définitivement les humains des autres espèces vivantes, en leur conférant un pouvoir de domestication.

Pour Comte, le destin des humains est de progresser, d'évoluer vers plus de maîtrises de la connaissance, qui leur permettra de se développer pour devenir meilleurs dans tous les domaines, tant technique, scientifique ou philosophique, que du point de vue de la démocratie.

Ici, l'être humain est le centre de sa destinée. Par l'observation, il est alors possible de comprendre comment s'organise la société, quelles forces l'animent, quelle hiérarchie l'organise et comment les comportements humains s'expliquent. Pour Comte, l'être humain est l'objet de toutes ses attentions. Sa philosophie positiviste devient même une religion, pourtant très controversée par ses fidèles même, dont Dieu est remplacé par l'Homme. L'humain tout-puissant commence à prendre conscience de son pouvoir, dont la science est le révélateur.

Sa réflexion l'éloigne radicalement de la conception de Jules Ferry, son contemporain, qui prône une instruction publique pour tous, centrée sur l'apprentissage de la lecture, de l'écriture et de quelques savoirs

[108] FRIJHOFF, Willem. Autodidaxies, XVIe-XIXe siècles : jalons pour la construction d'un objet historique, dans Histoire de l'éducation. 1996

fondamentaux entre 6 et 13 ans. Pour Comte, le processus doit se faire en dehors d'instances gouvernementales, et consiste dans une progression, décomposée en deux phases de 7 à 14 ans puis jusqu'à 21 ans : la première spontanée, dans laquelle l'enfant développe ses sens et son adresse, son imagination, la beauté de la poésie, les langues vivantes, la musique et le dessin ; la seconde plus encyclopédique, qui commence par les mathématiques et se termine par la sociologie. Le but, nous apprend Frédéric Brahami, d'une telle éducation, « *est d'armer l'âme du prolétaire, en l'initiant à une culture systématique, encyclopédique, de façon qu'il participe activement à la constitution d'une opinion publique non seulement éclairée, mais encore savante, et finalement morale* » [109].

Dans cet esprit, Comte donne des cours gratuitement aux prolétaires de l'époque, en dehors de tout cadre académique. Pour lui, l'éducation est le pivot de toute sa pensée, mais une éducation révolutionnaire et populaire, coupée autant de l'État que de l'église. Elle repose sur une cohésion de trois types d'acteurs de la population socialement solidaires que sont les prolétaires, les femmes et les philosophes, représentant l'expérience du travail pour les premiers, l'expression pure des sentiments pour les secondes et un concentré d'intelligence pour les derniers. C'est à eux de s'emparer des écoles pour créer ensemble des pédagogies décentralisées et ouvertes sur le monde à construire. C'est l'esprit de l'éducation populaire qu'il défend, où les citoyens dans leur ensemble gagnent et font gagner à la France, une bataille contre l'ignorance et pour l'émancipation, vue comme la possibilité d'acquérir des dispositions, affranchies des urgences pratiques et des problèmes à résoudre[110].

L'éducation populaire contient une dimension collective indubitable dont les grands moments de lutte ont souvent stimulé la réflexion. Elle agit comme un continuum, entrecoupé de points saillants qui servent de repaires à la structuration de groupes organisant la promotion de formations dédiées à des publics qui en sont éloignés.

- C'est le réseau de bibliothèques populaires d'inspiration belge, que Jean Macé (1815-1894) organise pour aider le peuple à trouver la documentation nécessaire à son émancipation.
- C'est encore lui qui lance un "Appel" à la création d'une Ligue de l'enseignement populaire en France, toujours active aujourd'hui[111].
- C'est le jeune Marc Sangnier (1873-1950) jeune polytechnicien qui fonde le "le sillon", mouvement chrétien démocrate dans lesquels sont invités un mélange hétéroclite de personnes (ouvriers, étudiants, intellectuels, et religieux) venant partager leur expérience de vie dans un esprit d'égalité totale. C'est lui qui amorce le mouvement des Auberges de jeunesse en 1929, dont une branche laïque sera créée au moment du Front populaire (1936).
- C'est l'écriture du Manifeste de "Peuple et culture", réseau militant d'éducation populaire, qui affirme après la guerre en 1945, avec force et détermination, un message collectif d'ouvriers, syndicalistes, ingénieurs, militaires, professeurs et artistes pour construire une véritable éducation des masses et des élites réunies à travers des pédagogies distinctes de celles pratiquées à l'école ou à l'université[112].

---

[109] BRAHAMI, Frédéric. L'ambition pédagogique d'Auguste Comte In: L'éducation à la citoyenneté. Besançon: Presses universitaires de Franche-Comté, 2018 (30e segment) en ligne : https://books.openedition.org/pufc/11823#text

[110] ARNAUD, Lionel. Une éducation populaire 2.0 ?. Nectart, 2018, vol. 7, no 2, p. 50-57.

[111] Voir l'historique de la ligue de l'enseignement sur le site de la ligue : https://memoires.laligue.org/

[112] Manifeste Peuple et Culture, 1945. En ligne : http://peuple-et-culture.org/IMG/pdf/manifeste_peuple_et_culture.pdf

L'autodidaxie, un partage populaire de l'éducation politique

Les mouvements d'éducation populaire sont parfois utopiques et ne s'accordent pas nécessairement sur le type d'action, les idéologies ou les formes d'enseignement. Pourtant la question de la volonté et des démarches personnelles qu'il faut produire pour atteindre l'émancipation se niche toujours à l'intérieur de l'éducation populaire. Même si le collectif est posé comme *a priori* pour réunir le plus grand nombre, le processus implique l'individu dans ce qu'il a de singulier pour conscientiser une démarche d'autodidaxie, dont les récits laissent imaginer des itinéraires plus solitaires, voir individualiste comme celui des *self-made-men* américains.

Au-delà de cette légende, ces itinéraires sont légion, à l'image de Christian Verrier, qui parallèlement à son métier de cheminot exercé durant 25 années, a suivi sur le tard un cursus universitaire[113] et étudia les questions d'autodidaxie ; ou même de ma personne, qui après plus de 20 ans à produire de programmes pour la télévision, ai décidé d'entreprendre un doctorat grâce à la validation des acquis de l'expérience (VAE), un dispositif public proche de l'esprit de l'éducation populaire.

On comprend dès lors qu'en tout autodidacte conscient de lui-même résonne en même temps un imaginaire : « *la force créatrice de l'humain, l'idéal d'autonomie intellectuelle. L'inversion des rapports de pouvoir, la prééminence de la science infuse sur la science apprise, de la voie expérimentale sur la voie déductive, du concret sur l'abstrait (ou, le cas échéant, justement l'inverse*) »[114].

L'autodidacte peut même faire peur, car il ne doit rien à personne et n'est soumis à aucune hiérarchie de pensée autorisée. Il peut s'autoriser à prendre la parole sur des sujets intrinsèquement complexes comme on l'a vu lors de la pandémie de Covid, où chacun se pensait spécialiste et autorisé à s'exprimer sur le sujet. L'autodidacte incarne ainsi une force de contestation du savoir établi. Il peut déstabiliser les journalistes, invectiver les chercheurs[115], contester les politiques. Et l'éducation populaire accompagne ce mouvement pour stimuler une réflexion de transformation sociale, environnementale et politique dans un accroissement d'une implication démocratique. Si les supports et le médium sont importants (comme les vidéos YouTube), les dispositifs qui les accompagnent sont indispensables pour mettre la réflexion en mouvement et aiguiser son sens critique.

« *Personne n'éduque autrui, personne ne s'éduque seul, les Hommes s'éduquent ensemble par l'intermédiaire du monde* » explique le brésilien Paulo Freire dans sa "Pédagogie des opprimés"[116] dont le but est de désamorcer les situations d'oppression subies par les plus déshérités. Comprendre, c'est pouvoir élargir les enjeux et ainsi faire des choix déterminés pour améliorer sa situation. Le dialogue ainsi établi entre les hommes et les femmes ouverts aux enjeux les intégrant, aide les masses indistinctes à se constituer en véritable Peuple, capable de choisir et de décider. Si les connaissances ne viennent pas nécessairement d'en haut, c'est elles qui ouvrent les portes d'une appréciation des situations vécues. À partir de là, agir pour transformer les choses devient plus simple. La conception de Freire est universelle. Elle fonctionne et

---

[113] VERRIER Christian, "Autodidaxie et autodidactes, l'infini des possible", Ed Anthropos, 1999. voir la préface de Réné Barbier, son directeur de thèse.

[114] FRIJHOFF Willem. Autodidaxies, XVIe-XIXe siècles : jalons pour la construction d'un objet historique, dans Histoire de l'éducation. 1996

[115] GLAD Vincent : « Des usages de Twitter en temps de pandémie: circulation des connaissances, agit-prop et controverses enflammées ». Réponses numériques à la crise sanitaire, vol. 21, p. 78.

[116] FREIRE, Paulo. La pédagogie des opprimés. Ed Maspéro, 1974. Condensé en ligne : https://www.education-authentique.org/uploads/PDF-DOC/FPO_P%C3%A9dagogie_des_opprim%C3%A9s_Freire.pdf

s'amorce dès que les connaissances relient les évènements à la vie quotidienne. On peut donc imaginer que certaines vidéos diffusées sur YouTube ont cette capacité.

C'est ici le rôle politique et social de la culture qui est mis en avant par Freire. Une culture venant du bas, résultant d'une nouvelle création du monde en lui offrant une transcendance dans ses relations à son environnement, aux autres et au créateur (Dieu). La Culture n'étant pas réduite aux beaux-arts, mais se qualifie par un rapport social. *Si « culture" ne veut plus dire qu'art, alors ni l'action syndicale, ni les luttes des minorités, ni le féminisme, ni l'histoire, ni les métiers, ni la paysannerie, ni l'explication économique ne font plus partie de la culture »,* écrit Franck Lepage dans le Monde diplomatique[117]. Il n'y a donc pas d'ignorance absolue ni de savoir absolu. Chacun par son expérience a intégré une connaissance qui, en tant que telle, a une valeur intrinsèque dans laquelle les liens de causalité donnent du sens aux situations vécues. Partager son vécu aux autres est un moyen de faire surgir cette connaissance.

Pour amorcer la citoyenneté des populations défavorisées et réactiver leur fierté comme base nécessaire à l'action individuelle et collective, l'association ATD quart monde[118] suit cette voie en organisant des "universités populaires", lieux de dialogue et de formation réciproque entre des adultes vivant en situation de grande pauvreté et d'autres citoyens qui s'engagent à leurs côtés. L'idée étant de faire se rencontrer et s'exprimer des personnes impliquées dans ces questions afin que ce partage s'agrège dans de nouvelles connaissances à même de donner aux individus les outils d'émancipation. Par l'expression, l'intégration à une communauté d'idées, ce croisement des savoirs entre les participants peut faire naître une pensée neuve, riche des diversités. Témoigner, enseigner, partager, mobiliser… sont des actes culturels et les vidéos peuvent renfermer ces modalités. La réflexion étant considérée comme une forme d'action, de déconstruction, de compréhension, de reconstruction à travers les informations échangées.

L'éducation populaire et sa diffusion vidéographique

Franck Lepage et l'association d'éducation politique populaire l'Ardeur dont il fait partie à Nantes, revendiquent le militantisme de leurs actions et de leur filiation d'éducation populaire. Ils cherchent à « *faire mouvement autour de valeurs d'émancipation contre la domination d'un capitalisme toujours plus cynique* »[119]. Pour ce faire, Franck Lepage a développé ce qu'il appelle les *conférences gesticulées*, à mi-chemin entre un spectacle et une conférence, au cours de laquelle une personne raconte son expérience de vie, mettant à jour des situations issues de ces problématiques. Le principe de ses "conférences" d'un nouveau genre est de mettre en scène le vécu d'individus dont le savoir d'usage[120] pourrait être utile de divulguer et de partager au public. Les conférences sont écrites et travaillées comme des spectacles, en utilisant des moyens sommaires de mise en scène afin qu'ils puissent être produits dans n'importe quel lieu. Dans un texte écrit en 2018 par l'équipe de l'Ardeur, Lepage prend acte de l'importance décisive qu'ont prise les vidéos postées sur Internet dans l'éducation politique, témoignant du formidable intérêt des diffusions

[117] LEPAGE Franck « De l'éducation populaire à la domestication par la culture », Le Monde diplomatique, no662, mai 2009. En ligne : https://www.monde-diplomatique.fr/2009/05/LEPAGE/17113

[118] ATD quart monde. en ligne : https://www.atd-quartmonde.org et sur YouTube @atdquartmondefrance・1,5 k abonnés・215 vidéos En ligne : https://www.youtube.com/@atdquartmondefrance

[119] Verbatim du site internet de l'Ardeur / éducation populaire politique. En ligne : https://www.ardeur.net/

[120] SINTOMER, Yves. « Du savoir d'usage au métier de citoyen ? », Raisons politiques, vol. 31, no. 3, 2008, pp. 115-133.

YouTube pour leurs spectacles militants, afin d'amplifier leur discours et de recruter de nouvelles personnes souhaitant partager à leur tour leur expérience grâce aux conférences gesticulées[121].

Ce texte affirme qu'il est de « notre *responsabilité politique et de notre générosité militante, à partir du moment où nous avons construit un acte public, de le mettre à la disposition du plus grand nombre, et pas seulement de la petite minorité de gauchistes instruit·e·s qui viendront nous écouter* ». La vidéo étant un démultiplicateur d'audience qui permet de faire 2500 vues en 3 jours, quand un spectacle en live ne rassemble tout au plus une centaine de spectateurs. C'est l'exemple de la conférence gesticulée de Pauline Varin, ouvrière d'usine dont la conférence s'intitule « Des chaines aux poignets, à la chaine de montage : éloge du clapet anti-retour »[122]. Outre le fait que sa conférence soit vue plus largement (21.000 vues en juillet 2023), c'est aussi la possibilité d'échanger avec ceux qui l'ont vue et qui peuvent témoigner de leur expérience partagée. « *Un agent de maintenance industriel […] m'a dit qu'il avait les larmes aux yeux, que ça l'avait pris aux tripes. Il m'a remerciée de parler de nous, lui qui a toujours l'impression d'être seul en colère* », témoigne-t-elle après une de ses représentations. Sur YouTube c'est la même chose : « *je travaille dans une usine de conditionnement de fruits, avant ça j'étais facteur intérimaire et j'ai aussi passé un peu de temps comme ouvrier de chai. Je me retrouve dans cette conférence et ça me donne envie de changer d'air, d'utiliser un peu plus mon intellect pour avoir une vie plus aisée que celle d'un ouvrier* » écrit @consortium30, un webspectateur à la suite de sa vidéo[138].

C'est pourquoi, l'association l'Ardeur accompagne désormais ses stagiaires vers une exigence de diffusion de leur conférence gesticulée via les réseaux sociaux, car c'est en allant chercher un public plus jeune non-militant que ses dirigeants souhaitent mener la bataille des idées. YouTube serait donc inscrit dans la boite à outils des actions d'éducation populaire de certains militants, car la plateforme semble donner le pouvoir d'amplifier la parole de ceux qui ne l'avaient pas et de *faire collectif* autour d'expériences qui permettent de se reconnaitre.

1.4 Les jeunes : un engagement subpolitique servant à construire son identité.

Ulrich Beck s'oppose à l'idée que la politique serait en déclin tout en faisant la distinction entre la Politique et le système politicien, focalisé autour de l'État. Pour lui, le cœur de la politique contemporaine n'est pas la politique des assemblées et des gouvernements légitimés par le vote. C'est la capacité des citoyens à s'auto-organiser, par des actions sortant de ces champs institutionnels. Il les appelle subpolitiques, car elles se positionnent au plus près des citoyens et se retrouvent donc en dessous de celles surplombantes de la politique politicienne. Ces mouvements, collectifs, associations donnent à chacun la possibilité d'actionner toutes les instances de contrôle, tant financier, social que juridique, et d'utiliser l'arme de la participation pour faire valoir les intérêts et les droits de tous. On pense ici aux mouvements « *Friday for future* », à « *Attac* » « *Extinction rébellion* », « *Nous toutes* », « *Les soulèvements de la terre* »… Ces mouvements subpolitiques réussissent à mobiliser ceux qui ne croient plus les instances politiques traditionnelles capables de répondre à l'urgence de situations très problématiques. Pire, ils et elles pensent que l'État EST le problème

[121] L'ardeur, " Conférence gesticulée et YouTube", 2019 En ligne : https://www.ardeur.net/2019/12/conferences-gesticulees-et-YouTube/

[122] VARIN pauline, "éloge du clapet anti retour - ouvrière d'usine". En ligne sur YouTube : https://www.YouTube.com/watch?v=0hi-Dsjx8XM

et qu'il est urgent de le stopper (le désarmer) dans son allégeance au capitale, responsable de la détérioration de leur avenir.

Le halo des jeunes adultes

La formation du citoyen est entrelacée avec celle de l'individu. Or l'individu ne nait pas individu, il le devient par la distinction et sa propre légitimité, acquise progressivement, dans un parcours chaotique semé d'embuches. Bernard Lahire nous rappelle que « *les individus ne vivent pas la distinction entre légitimité et illégitimité, seulement comme une frontière qui sépare les groupes ou les classes différents, mais comme une ligne de démarcation qui différencie les divers membres d'un même groupe* »[123]. Il faut faire ses preuves, se prouver à soi-même qu'on est le fruit d'une construction autonome qui nous légitime, à l'intérieur de son groupe social d'origine ou *a fortiori*, auprès d'un nouveau groupe ascendant. « *Si on définit le besoin de légitimité comme un besoin de se sentir justifié d'exister, loin d'être réservé à une classe (dominante), celui-ci est sans doute un besoin universellement répandu »*[124]. Trouver sa place dans le monde social est une question de survie anthropologique, qui cherche à conférer un sens à sa propre existence. C'est un travail d'une vie, qui commence au moment de l'adolescence, lors de la coupure d'avec la puissance protectrice parentale. C'est une période de ce que l'on nomme la jeunesse, et qui n'est qu'une construction sociale mal définie.

Pour des raisons statistiques faciles à comprendre, l'ONU intègre dans ce groupe toutes les personnes âgées de 15 à 24 ans. Mais la jeunesse a tendance aujourd'hui à inclure les 18-30 ans, voire les 15-34 ans comme le font Fabienne Gire et Fabien Granjon dans leur enquête[125], ou celle "*Génération Quoi ?*" produite par France Télévisions en 2013, dirigée par Camille Peugny et Cécile Van de Velde[126]. Née de 1990 à 2005, cette jeunesse scrutée dans ces enquêtes est la partie de la population qui est en voie d'indépendance intellectuelle vis-à-vis de la famille, mais qui n'a pas encore totalement gagné son indépendance. Souvent encore étudiante, elle connait l'expérience du travail grâce aux "jobs d'étudiants" ou à des emplois précaires. La situation familiale de ces jeunes n'est pas encore stabilisée par un contrat de mariage ou un Pacs, et si une petite partie d'entre elles a déjà un enfant, celui-ci est très jeune et n'a pas été anticipé.

« *Les rapports entre l'âge social et l'âge biologique sont très complexes* » nous dit Pierre Bourdieu qui voit dans les attributs des jeunes ou des vieux un jeu de domination et de partage des pouvoirs[127]. Cet éclairage a le mérite d'installer immédiatement une fonction politique aux jeunes adultes. Et certaines figures telles que Greta Thunberg incarnent ce processus. À 16 ans à peine, elle se lève, solitaire, et accuse les gouvernants d'être les complices du réchauffement climatique par leur immobilisme et leur soumission aux lobbies économiques. Par son jeune âge, on voit une contraction s'opérer entre les plus jeunes et les plus âgés des jeunes qui sont d'ordinaire celles et ceux qui s'engagent publiquement et prennent le leadership de mouvements. S'engager signifie assumer ses choix et les faire valoir clairement dans la sphère publique, au

---

[123] LAHIRE Bernard. "Les distinctions individuelles" dans "La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi". La Découverte, 2006- pages 669

[124] LAHIRE, Bernard. « Distinctions culturelles et lutte de soi contre soi : « détester la part populaire de soi » », Hermès, La Revue, vol. 42, no. 2, 2005, p.138

[125] GIRE Fabienne et GRANJON Fabien, « Les pratiques des écrans des jeunes français ", RESETURL : http://journals.openedition.org/reset/132, 2012

[126] RAZON, Boris. « France : « Génération quoi ? » », *Médium*, vol. 39, no. 2, 2014, pp. 78-88.

[127] BOURDIEU, Pierre, Entretien avec Anne-Marie Métailié, paru dans Les jeunes et le premier emploi, Paris, Association des Ages, 1978, pp. 520-530. Repris in Questions de sociologie, Éditions de Minuit, 1984. Ed. 1992 pp.143-154.

risque de se voir déstabilisé par une opposition. C'est une attitude qui peut sembler contraire au principe d'incertitude et de flottement que représente la jeunesse, période où « *l'avenir ne doit pas être compromis par des implications trop lourdes, hypothéqué par des décisions trop exclusives* » nous dit Didier Lapeyronnie[128].

L'engagement, une recherche de sens et d'intégration

À travers ces engagements, c'est une recherche de sens de la vie et de sa place sociale qui s'exprime et montre une certaine maturité. Aux yeux de ses pairs, cela signifie avoir une identité forte et reconnue très valorisante. Puisque l'engagement est généralement associé à la figure de l'adulte et à la possession d'une identité stabilisée[129], se construire passe par l'accumulation d'expériences qui se confrontent aux questions politiques afférentes. Pour devenir un adulte reconnu comme tel, « *l'engagement se doit d'être la manifestation pleine de l'individu et de sa subjectivité »*[130]. Il doit montrer l'adéquation entre ce qu'il est et ce qu'il fait, montrer que ces actions sont murement réfléchies et argumentées. L'engagement est donc une prise de distance avec la société, une analyse des situations vécues. Cette période est celle du risque de l'intégration sociale et de la construction d'une culture politique propre qui ne peut se faire que par sa mise à l'épreuve dans toutes sortes d'expérimentations, souvent subpolitiques.

Si leur défiance à l'égard du gouvernement, des partis politiques ou des syndicats est énorme (78%), elle s'est faite après avoir appris et pratiqué à l'école les grands principes démocratiques. L'élection des délégués est leur première expérience. 25% ont été élus dans leur classe durant leur scolarité, mais face à une faible concurrence. Les bons élèves ont une propension plus importante à se faire élire que les mauvais, leur confiance en eux étant un facteur décisif. Il est à noter que les immigrés de première génération se présentent plus facilement que les non-immigrés (43% versus 32%)[131]. La participation à la vie citoyenne étant vécue comme un facteur d'intégration par ces jeunes soumis à une détraditionnalisation accélérée.
Mais le sentiment d'utilité des délégués de classe et l'intérêt pour l'apprentissage de la démocratie ont tendance à décroitre depuis quelques années. L'utilité de parler des problèmes en classe perd 17 points dans l'opinion des élèves, tandis que près de 70% pensent qu'être délégués présente une prise de risque. Quant à l'utilité d'apprendre le fonctionnement démocratique via les délégués, elle passe de 26% en 2004 à 9% au moment de l'enquête en 2018. La représentation bat de l'aile ; son rôle et son pouvoir face à l'institution sont-ils vraiment assurés ? Les professeurs eux-mêmes prennent-ils en compte ce que disent leurs élèves ?

L'influence de la politique traditionnelle est donc moindre et les orientations sont donc plus floues ou difficiles. Les jeunes sont dorénavant confrontés à la nécessité d'expérimenter eux-mêmes des itinéraires peu balisés par leurs parents. Confrontée à la fois au besoin de s'identifier à leurs aînés et d'innover, c'est au travers d'une tension identitaire entre héritage et expérimentation que la jeunesse construit son rapport au

---

[128] LAPEYRONNIE Didier, Chapitre II. L'engagement à venir. In: Quand les jeunes s'engagent. Entre expérimentations et constructions identitaires. Paris : L'Harmattan, 2005. pp. 35-53, 2005

[129] MUXEL, Anne. "Jeunes et politique : entre héritage et expérimentation", dans "L'expérience politique des jeunes". Presses de Sciences Po, 2001 pages 37/50

[130] Ibid.: Didier Lapeyronnie, pp.40

[131] Cnesco (2018). Engagements citoyens des lycéens : enquête nationale réalisée par le Cnesco. Rapport scientifique. https://www.cnesco.fr/fr/engagements-citoyens

politique. Pour Didier Lapeyronnie, « *L'engagement n'est pas l'adhésion. Il implique même une méfiance aigüe vis-à-vis de toute forme d'embrigadement* »[132]. La défiance des partis ou des syndicats en est le symptôme. Structurées autour d'idéologies qui ne leur parlent plus, ces organisations sont associées au pouvoir, voire même à une collusion avec l'état. La politique stricto sensu est un marqueur assez faible. Les jeunes adultes ne définissent pas comme politiques les sujets sociétaux et les convictions qui les animent, comme s'ils n'étaient pas des faits politiques, ou plutôt, comme si le mot lui-même avait une connotation négative qu'ils ne souhaitent pas associer à ce qui les intéresse. Ce qu'ils rejettent est le petit théâtre caricatural de la politique, ses chaises musicales, ses pantouflages, ses conflits d'intérêts… tel que le personnel politique aime à le jouer avec la bénédiction des médias historiques.
Pourtant depuis Hannah Arendt on peut dire que la politique s'intercale dans toutes les relations interhumaines, qu'elle « *prend naissance dans l'espace-qui-est-entre-les hommes* », qu'elle émane d'une multitude d'actions et de rapport que les agents tissent entres eux pour organiser leurs vies communes selon leurs aspirations, mais surtout, qu'elle ne se limite pas aux organisations structurées et officielles de la constitution[133].

Les pratiques politiques traditionnelles, telles que l'inscription dans un syndicat, un parti ou la participation aux élections, ne s'inscrivent plus dans une pertinence d'action politique. Pour autant, l'enquête annuelle du CNESCO[134] (2018) révèle que les lycéens ne sont pas désinvestis par les questions citoyennes, mais entendent s'engager autrement. 33% d'entre eux s'engagent dans des projets citoyens et 37% au-delà du Bac. Mais pour eux, l'expérience associative tient le haut du pavé des engagements structurés (+34 % en 6 ans). Si les associations sportives suscitent un engagement qui accompagne une pratique sportive soutenue (60%), 40% des lycéens déclarent une expérience d'engagement associatif dans l'humanitaire ou la défense de l'environnement.
Les lycéens souhaitent également davantage s'orienter aujourd'hui vers des engagements revendicatifs ponctuels, non affiliés, comme la signature de pétitions (action à laquelle ils adhèrent à 68 %), la participation à des manifestations (60 %) ou le boycott de produits (56 %). Ici, participer ne vaut pas adhésion totale à une structure, mais plutôt joue d'une identification à un collectif informel qui conforte l'appartenance de l'individu à un groupe qui lui ressemble. On voit dans ces réponses les soubassements de l'analyse de Byung-Chul Han sur les nuées se formant des groupes désordonnés se défaisant aussi vite qu'ils ne se forment.

Une mise à distance des institutions

Si le vote fabrique une délimitation symbolique du fait de la majorité obligatoire, les jeunes adultes ne se s'en saisissent que très peu. Le vote est considéré comme l'un des outils démocratiques, comme un droit, mais pas comme un devoir, et les jeunes adultes qui votent sont minoritaires. Si l'on décompte les abstentionnistes et ceux qui ne sont pas inscrits sur les listes électorales, c'est une petite moitié seulement des jeunes en âge de voter qui se rend aux urnes. Lors des élections, voter aux extrêmes de l'offre politique, s'abstenir (72% chez les 18-34 pour les dernières élections régionales de 2021) ou voter blanc, doit plutôt

---

[132] LAPEYRONNIE Didier Chapitre II. L'engagement à venir. In: Quand les jeunes s'engagent. Entre expérimentations et constructions identitaires. Paris : L'Harmattan, 2005. pp. 35-53, 2005

[133] ARENDT Hannah, Qu'est que la politique ? Edition du Seuil, 1995 pour la traduction française.

[134] Cnesco . Engagements citoyens des lycéens : enquête nationale réalisée par le Cnesco. 2018 ; En ligne : https://www.cnesco.fr/wp-content/uploads/2018/09/180906_Dossier_synthese_engagement.pdf

être analysé comme une manifestation d'un mécontentement mêlé d'une certaine perplexité[135]. L'abstention n'est pas forcément synonyme d'indifférence : elle véhicule la défiance, la protestation et le mécontentement. Elle est un message politique qu'il faut interpréter aussi comme un cheminement d'expérimentation assez flexible et malléable. Exprimer son insatisfaction à une période de grand changement est une façon de se confronter à une autorité que l'on aimerait être moins prégnante. Et dans la palette des possibilités d'expression politique, le vote blanc, l'abstention ou le choix d'un extrême sont des choix expérimentaux pour en mesurer ensuite les effets. C'est une manière d'appréhender le monde social par hésitations, essais, erreurs, consolidation et ajustement progressifs. Anne Muxel parle d'une période "moratoire psycho-sociale" (en reprenant les termes de Erik Erikson), qui permet de faire progressivement le tri dans toutes les propositions disponibles. « *Le moratoire résulte du travail d'ajustement entre les acquis de l'héritage et les découvertes de l'expérimentation, au cours duquel se produit l'individuation des choix politiques* » [136]. Car l'environnement social viendra enrichir les possibilités d'expérimentation et mettre en œuvre un choix de pratiques plus ou moins étendu.

L'intérêt pour la chose politique est donc corrélé avec le niveau d'éducation et d'implication dans la vie professionnelle. Les étudiants du supérieur se sentent plus intéressés que les jeunes salariés précaires, qui eux-mêmes s'y intéressent plus que les chômeurs. « *Il faut éprouver le sentiment d'être en prise sur la société, et plus concrètement sur sa situation. Les absents sont de fait les plus démunis* »[137].

Les élections présidentielles sont une exception et suscitent un intérêt ponctuel. Même si 67% des 18/30 ans se disaient intéressés par la campagne de 2007[138], il faut prendre en compte cet évènement politique comme un spectacle médiatique qui leur donne l'occasion de se familiariser à certains dispositifs démocratiques, et aux acteurs de la vie politique, et ce, de manière presque ludique ou spectaculaire. C'est l'opportunité d'entreprendre entre eux des analyses de contenu et de faire émerger une culture politique. Le vote n'est plus considéré comme un élément d'intégration. L'élection présidentielle les ramène à un investissement politique traditionnel, bien que les candidats en lice aient de plus en plus tendance à prendre de la distance avec leur formation idéologique initiale. Reste encore vaguement le clivage gauche/droite sans que cette distinction soit aussi tranchée et représente une réelle référence, surtout après le brouillage idéologique opéré par François Hollande et Emmanuel Macron à sa suite. 4 jeunes sur 10 se disent "ni de droite, ni de gauche" nous apprend Valérie Becquet[139].

La mobilisation collective définit un univers de pratiques et de représentations qui appartient à une culture politique de gauche. Si les jeunes ont une tendance plus proche de cette sensibilité politique, une disparité importante existe entre la jeunesse scolarisée et non scolarisée, qui aura tendance à s'identifier plus facilement au discours du Rassemblement national[140]. Les extrêmes, servant d'épouvantail, sont des curseurs tellement servis médiatiquement qu'ils en perdent même leurs effets repoussoirs. Les conditions sociales, mêlées aux disparités scolaires, sont des facteurs importants sur la structuration dans le temps d'une

---

[135] MUXEL Anne, Jeunes et politique : Entre héritage et expérimentation, Presse de sciences Po 2001

[136] MUXEL, Anne. « Chapitre 4. Individu et politique : expérience et appropriation », *L'expérience politique des jeunes.* Sous la direction de Muxel Anne. Presses de Sciences Po, 2001, pp. 97-140.

[137] Ibid. Muxel, Anne. « Chapitre 4. Individu et politique ", page.108

[138] HALPERN Catherine « Entretien avec Anne Muxel dans Science Humaine N°234 février 2012, en ligne https://www.scienceshumaines.com/rencontre-avec-anne-muxel-les-jeunes-ont-un-nouveau-rapport-au-politique_fr_28305.html

[139] BECQUEL Valérie. « Des cheminements compliqués vers la citoyenneté ", Après-demain, vol. n ° 24, nf, no. 4, 2012, pp. 5-7.

[140] MUXEL Anne, « L'engagement politique dans la chaîne des générations ", Revue Projet 2010/3 (n° 316), p. 60-68.

appartenance fidèle à une tendance politique. Les jeunes les plus fragiles socialement auront tendance à être attirés par des propositions "antisystèmes" telles que celles du RN ou de la LFI ; ils seront beaucoup moins stables dans leurs participations aux votes et à la régularité de leur choix. Dans la tradition française, ils exprimeront leur vote contre le candidat de pouvoir, sans pour autant adhérer aux propositions du candidat de leur choix.

Un activisme de valeurs

Les jeunes adultes développent un activisme qui cherche à mettre en cohérence leurs valeurs et leurs pratiques[141]. Cette exigence est constatée aussi chez les plus jeunes d'entre eux, « *animés par une soif très forte d'idéal, par le besoin de croire qu'ils peuvent construire un monde et un avenir meilleurs* » analyse Marie Rose Moro, pédopsychiatre et directrice de la Maison de Solenn, à l'hôpital Cochin[142]. Il y a la volonté de se construite en tant qu'individu, « *contre le formatage de la société de consommation, de compétition et de comparaison »* (Ibid.Players.p.109). Cet idéal est un élément de confrontation à la réalité subjective et vécue, et se focalisera progressivement sur des dissonances constatées dans la "vraie" vie ou dans la sphère amicale et/ou médiatique. Les nouvelles formes d'engagement des jeunes adultes (comme ceux qui suivent Greta Thunberg par exemple), se fondent sur une morale de la proximité, du souci individuel, orienté vers des actions concrètes, efficaces et limitées dans leurs objectifs et non plus sur des sujets politiciens traditionnels. Leurs engagements ne se limitent pas à des actions ponctuelles, ils s'inscrivent dans la réalité de leurs pratiques quotidiennes. Ne plus manger de viande pour ne plus faire souffrir d'animaux, éviter au maximum le plastique pour ne plus participer à la pollution des océans, boycotter certains produits responsables de la perte de la diversité ou l'exploitation de populations… La vie privée est dorénavant un espace politique où se déploient des choix réfléchis. Nathan Manning parle de la perméabilité entre le public et le privé que la modernité réflexive a fait naitre, ouvrant une nouvelle voie par laquelle il est possible de s'interconnecter aux vies des autres[143]. Les engagements correspondent à une cohérence éthique dans lesquels le déroulement de leur vie doit être au diapason de leurs convictions. Les jeunes adultes ont besoin de visualiser concrètement les dysfonctionnements de notre société et de se replacer à l'intérieur, soit avec empathie (les migrants, les Ouïgours, le conflit israélo-palestinien…), soit parce qu'ils ont vécu, eux-mêmes ou un de leur proche, une situation dont ils ne veulent plus (la discrimination, la pollution, la souffrance animale, le sexisme…). Face au sentiment d'impuissance organisée et à la mondialisation des difficultés se renforçant les unes les autres, une sorte de réaction presque vitale surgit chez certains jeunes adultes que Geoffrey Pleyers nomme les alter-activiste[144].

S'ils sont une minorité particulièrement avisée sur les questions politiques et environnementales, ces jeunes sont importants pour délimiter le sujet de l'engagement subpolitique, car ils représentent en effet le haut de l'échelle de l'implication personnelle. Ce qui les anime n'est pas dicté par un projet rédempteur, un grand soir salvateur, dicté par un parti militant, mais par un constat de délitement social dû à un consumérisme

---

[141] PLEYERS Geoffrey, « Engagement et relation à soi chez les jeunes alteractivistes », Agora débats/jeunesses 2016/1 (N° 72), p. 107-122.

[142] GRAVILLON Isabelle. Verbatim publié dans « Comment la jeunesse refait le monde ", L'école des parents, vol. 632, no. 3, 2019, pp. 32-38.

[143] MANNING Nathan. The relational self and the political engagements of young adults. Journal of Sociology. 2014;50(4):486-500.

[144] PLEYERS Geoffrey, « Engagement et relation à soi chez les jeunes alteractivistes ", Agora débats/jeunesses 2016/1 (N° 72), p. 107-122.

concurrentiel qui puise dans les ressources naturelles pour faire son œuvre. Ces risques poussent ces jeunes adultes à une grande réflexivité, n'hésitant pas à remettre en cause leur propre manière de vivre, souvent en décalage avec leurs convictions. Alain Touraine avait déjà bien identifié ces réactions en 2002 lorsqu'il écrivait : « *l'individualisation se produit d'abord grâce à une résistance à la production, la consommation et la communication de masse via les mass media*»[145]. Particulièrement engagés dans des actions de revendication qui les exposent physiquement, ils forment une communauté informelle qui permet d'activer les mobilisations nationales en rassemblant ses forces ponctuellement. Lorsqu'il s'agit d'épauler une ZAD (Zone à Défendre), un squat de migrants ou le cortège de têtes d'une manifestation contestataire, ils sont présents.

Quand l'avenir est incertain, se raccrocher à des actions tangibles et atteignables permet de reprendre prise sur le cours de sa vie. En cela, ils diffèrent de leurs parents, plus habitués aux rhétoriques d'analyses politiques. Pour les jeunes adultes, les réunions trop théoriques sur le capitalisme (et ses dérivés) les rebutent, car ils ne voient pas les actions concrètes à organiser sur ces thématiques, et peuvent avoir l'impression que ces sujets sont hors sol, qu'aucune perspective de transformation n'est possible. C'est ce type d'engagements subpolitiques qui influe directement sur leur vie et la société, mais ne s'inscrit pas dans une lignée traditionnelle de "faire de la politique". Défendre une ZAD ne signifie pas seulement s'opposer à l'Etat et à sa police, c'est aussi (et peut-être surtout), expérimenter d'autres manières de vivre ensemble. Mais c'est aussi accepter et réussir à accorder deux forces opposées que sont sa propre subjectivité, et sa capacité d'action et de transformation individuelle et collective. D'autant plus que des désillusions peuvent apparaitre lors de ces actions, tant au niveau relationnel, stratégique, que des résultats attendus.

Car dans un monde où la subjectivité impacte autant les vies, chacun doit rester maitre de son implication, doit pouvoir s'investir comme il le souhaite, sans injonction ou hiérarchie imposée. Personne ne doit rien au groupe et le groupe ne peut compter que sur les volontés individuelles. Cela ne veut pas dire pour autant que ces "militants" du quotidien soient individualistes. Nathan Manning a même montré que les amis et la famille avaient un rôle important dans le développement de leurs opinions et dans le maintien de leurs engagements politiques, même si parfois, ils prennent le contre-pied de la tradition familiale[146]. Les jeunes adultes s'inscrivent dans un environnement social qui les constitue et sur lequel ils s'appuieront lors de leurs actions politiques. Cela signifie que leur implication est spontanée, mais qu'ils ne souhaitent pas être supervisés par une entité dont ils se sentiraient les exécutants. Ils seront donc particulièrement sensibles aux initiatives locales dont ils se sentent appartenir, et viendront les soutenir d'autant plus si un résultat concret est mis en avant et qu'un collectif visible pourra les accueillir pour *faire groupe*.

Pour recruter, les collectifs doivent être précis sur leur but et les actions à mener, tout en donnant envie, en proposant des moments festifs de rencontre et d'échanges[147].

Le travail et les réflexions de Saba Mahmood sur l'agentivité, prise au sens de *l'empowerment* ou d'encapacitation, donnent à ce concept une interprétation élargie qui correspond à ce que nous avons constaté lors de nos recherches tant qualitatives que quantitatives. Dans son livre sur les mouvements de

---

[145] TOURAINE Alain, "From understanding society to discovering the subject ", Anthropological Theory, no 4, vol. II, 2002, p. 391. En anglais dans le texte : This individuality is first of all the resistance of the singular being to invasion by mass production and mass consumption or by messages coming from the mass media

[146] MANNING Ibid p493

[147] GRAVILLON Isabelle. « Comment la jeunesse refait le monde », L'école des parents, vol. 632, no. 3, 2019, pp. 32-38

femmes musulmanes « Politique de la piété »[148], l'auteure décorrèle la notion d'agentivité à celle de résistance, donnant à cette notion des bases plus larges d'action visant à influer sur le monde, à le transformer, sans nécessairement se positionner en opposition frontale face à un pouvoir à défaire.
Pour Bruno Patino et ses proches qui développent l'offre numérique du service public, c'est une clarification indispensable qui permet de détacher l'impact social d'un potentiel militantisme, même si celui-ci peut potentiellement germer et se manifester à la suite ou pendant le programme. L'important est l'activation de la citoyenneté individuelle, qui passe par une mobilisation de l'esprit (critique ou créateur) et de sa liberté de penser.

La manière dont s'exprime l'action politique des jeunes adultes prendra des formes aussi diverses que variées qui peuvent demander plus ou moins de temps, mais qui auront un objectif souvent bien identifié : « *Se maquiller par solidarité avec un copain rappelé à l'ordre par la direction du lycée parce qu'il se maquillait et portait des talons* […], *débrancher le distributeur de sodas de leur établissement, symbole d'une industrie agroalimentaire destructrice de la planète* », bloquer la circulation automobile pour dénoncer la pollution… « *Ces micro-engagements, même s'ils ne s'inscrivent pas dans la durée, n'en revêtent pas moins un sens politique et civique fort* », explique Valérie Becquet [149]. Le mouvement combine une demande de justice (économique & sociale) avec le pouvoir mobilisateur des technologies de la communication, la non-violence et la démocratie participative. La participation individuelle se trouve favorisée en lieu et place de participations collectives bien structurées. Mais à l'occasion d'une mobilisation, ils peuvent aussi rejoindre une manifestation classique et vivre de façon éphémère un sentiment d'appartenance collective. Avec l'internationalisation des problématiques, les jeunes adultes se sentent plus solidaires d'autres mouvements transnationaux dont les pratiques peuvent se répondre en adoptant des codes et des modes d'action qui feront école. Toutes ces actions s'inscrivent dans un mouvement d'action subpolitique au sens où elles se dissocient des structures partisanes et institutionnelles.

1.5 Conclusion du chapitre 1

Même si une très longue période sépare ce qui est mentionné et l'objet de notre recherche sur la capacité de vidéos YouTube de stimuler l'engagement subpolitique des jeunes adultes par la connaissance, cette première étape avait pour vocation d'établir les racines fondant les notions de progrès, d'analyser la manière dont les humains en bénéficiaient, et les conséquences que cela avait eu dans l'organisation de la société contemporaine. Car de la réalité ressentie de ce progrès dépend les besoins et les pratiques d'émancipation des jeunes adultes d'aujourd'hui et de leur rapport à la connaissance, nécessaire pour y parvenir.

Nous avons vu que la notion de progrès avait largement évolué depuis le Moyen Âge. Passant d'un simple cheminement, d'une progression sans connotation d'action, le progrès devient la direction vers un idéal libérateur pour les humains, une émancipation que la Révolution française mit en œuvre en ouvrant la perspective d'un avenir, impensable jusqu'alors. Le progrès fut ensuite progressivement fondu avec la notion d'innovation, dont le capitalisme fit penser que la technologie pouvait être la solution exclusive de liberté,

[148] MAHMOOD Saba, « politique de la piété, le féminisme à l'épreuve du renouveau islamique », La Découverte, 2009
[149] GRAVILLON Isabelle : Propos de Valérie Becquet relatés dans l'article. « Comment la jeunesse refait le monde ", L'école des parents, vol. 632, no. 3, 2019, pp. 32-38.

jusqu'à devenir une force capable de détruire, dans un premier temps ses ennemis, puis l'humanité et le monde vivant dans sa globalité. Le progrès a progressivement perdu son humanité et est questionné aujourd'hui par ceux qui se sentent pris dans son piège.
Malgré cette altération sémantique et ce qu'elle fait pesée sur les générations futures, l'histoire nous apprend aussi qu'agissent toujours des forces contradictoires. L'éducation populaire, qui prend sa source avec Condorcet au 18e siècle, et se déploie jusqu'au 20e, se donne pour but d'élargir le socle des apprenants délaissé par l'école en apportant de la connaissance à une population plus large. Là encore, une scission s'opéra et distingua l'instruction de l'éducation, la première servant les besoins du progrès technique quand la seconde augmentait la conscience et sa moralisation. Elle lui donne accès à une réflexivité pouvant activer son émancipation.
Le besoin de connaissances est profondément lié à l'émancipation des individus, et ce, depuis longtemps. Ce phénomène était envisagé de manière collective lorsqu'il est apparu, et s'est progressivement individualisé jusqu'à devenir constitutif de l'affirmation de l'identité de chacun aujourd'hui. Les connaissances partagées et diffusées devaient servir l'ensemble de la société par l'augmentation générale des connaissances et l'émancipation des individus. Elles sont aujourd'hui une nécessité individuelle pour mener sa vie au mieux.

Les deux guerres mondiales montrent le lien entre la science et les armées, jusqu'à l'utilisation destructrice des principes fondamentaux découverts par les scientifiques occidentaux. Ces conflits redessinent totalement l'imaginaire des populations occidentales. Le monde a cessé d'être eurocentré et est devenu l'unité d'organisation. Il se partitionne entre des camps antagonistes qui se menacent mutuellement d'anéantissement. Les rapports temporels sont transformés entre les générations. Ce qui tissait et maintenait la société se distend progressivement. Les campagnes se vident de leurs paysans. Ils viennent combler les besoins de main-d'œuvre d'une industrie insatiable. L'économie capitaliste déstabilise les individus et les assemble en entité séparée, à la recherche de leur propre satisfaction. Si les possibilités d'études s'étendent à une population élargie, elles imposent à chacun d'œuvrer à l'accession de son propre avenir.

Une fois le commerce des armes diminué par la fin des conflits européens, le capitalisme a étendu la démarche industrielle à la recherche fondamentale. Il a cherché à développer les innovations développées par les scientifiques pour les rentabiliser.
Dans un premier temps, les conséquences négatives de ces innovations se sont cachées derrière le déploiement de la consommation de masse. Le consommateur prit le pas sur le citoyen ; son rôle était d'alimenter une croissance exponentielle. Malgré une nette progression du niveau éducatif, la division du travail se focalisa sur le rendement et laissa peu de place à l'épanouissement personnel.

Ulrich Beck conceptualise la modernité réflexive du fait d'une visibilisation progressive des risques que ce "progrès" fait peser sur la nature et le monde vivant dans son ensemble. Si les risques paraissaient maitrisables par la science jusqu'au 20e siècle, ceux qui découlent des technologies nucléaires, biologiques, nanométriques, bancaires et numériques semblent largement supérieurs aux bénéfices censés les compenser. Cela entraîne une réflexivité scientifique interdisciplinaire, une « *rationalisation de la rationalité* », qui en fait ressortir les effets induits ou secondaires indésirables. Les conclusions se vulgarisent et se propagent dans la société toute entière, chez les profanes autant que chez experts, qui remettent en

question peu à peu les finalités initiales. C’est toute la confiance dans les institutions qui est remise en cause, englobant avec elles les organisations politiques historiques devant les réguler ou les contrer.

Les jeunes adultes d’aujourd’hui sont intimement marqués par cette histoire. Conscients de la fragilité de leur avenir, ils ne se tournent plus vers les organisations politiques pour participer à l’amélioration de leur quotidien, mais réinventent de nouvelles façons subpolitiques pour rendre leurs objectifs atteignables. Toutes ses initiatives ne fédèrent plus de larges publics comme pouvaient le faire les partis ou les syndicats, mais elles agrègent des individus qui se sentent proches et investis par les thématiques développées. À travers ces engagements, c'est une recherche de sens, de valeurs personnelles et de sa place sociale qui s'exprime. Elle montre une certaine maturité des jeunes citoyens. Aux yeux de leurs pairs, s’engager signifie avoir une identité forte très valorisante.

Pour se faire, les mouvements d’éducation populaire se transforment en même temps. L’autodidaxie se superpose au système éducatif institutionnel dont l’efficience semble péricliter. Elle permet d’augmenter la confiance dans ses propres capacités et le numérique l’aide à se développer. Il multiplie l’offre de contenus alternatifs, venant contrebalancer les discours des médias mainstreams. Certaines chaines YouTube deviennent un vecteur de propagation et d’élargissement de la base militante. La plateforme permet de sensibiliser une population peu politisée pour lui faire comprendre les risques qui pèsent sur la génération des jeunes adultes. Si certains observateurs croient l’inverse, leur engagement est toujours aussi vivace, mais ils s’expriment de manières plus individuelles et ponctuelles dans une volonté d’horizontalité et d’ouverture. Il faut donc alimenter la réflexion collective et individuelle afin de faire exister ses actions et être soutenu par la base la plus large possible. YouTube est un moyen d’y parvenir et a des atouts pour cela.

Chapitre 2

Une mutation des pratiques culturelles des jeunes adultes dans lesquelles la vidéo s'impose.

2.1 - La vie *Onlife* des jeunes adultes

Même si nous préférons le terme de "Jeunes adultes" au pluriel, en lieu et place de "la jeunesse" au singulier, qui nous semble une catégorie surplombante et trop imprécise, il nous semble nécessaire de définir plus précisément ceux dont nous allons observer les usages d'engagement.

En effet, qu'y a-t-il de commun entre un adolescent de 15 ans et un adulte de 34 ans, à part d'être des "screenagers", comme les nomment Gire et Granjon. Ellis Cashmore, Jamie Cleland et Kevin Dixon les définissent aussi ainsi dans leur livre "Screen Society"[150]. Les screenagers ne sont pas spécifiquement définis par leur année de naissance, mais davantage par leur aptitude à comprendre et à utiliser l'information à travers une multitude de modalités, dont beaucoup ont en commun l'interface d'un écran. Le dénominateur commun est qu'ils consomment beaucoup d'information en ligne. Celle-ci peut être utilitaire, éducative, humoristique, édifiante et éclairante ou pernicieuse, nocive et effrayante ; elle peut être écrite, vidéo ou sonore, et être accessible via un Smartphone, une tablette ou un ordinateur. C'est pourquoi la tranche des jeunes adultes est assez étendue. Pour ces raisons structurantes, la vie numérique est aujourd'hui essentielle pour apprendre à se connaitre dans une communauté, peut-être floue, mais qui semble renvoyer à chacun un reflet qui l'aidera à se définir.

Les screenagers ont comme particularité d'être des multimodaux technologiques. À proximité presque constante d'un écran, celui-ci façonne désormais leur vie. Il devient le réflexe quasi constant pour répondre à une envie ou une aspiration. N'étant pas uniquement déterminés pour autant par la technologie, les jeunes adultes ont appris à s'y adapter et à la façonner selon leurs besoins. Cette transformation de leur environnement les a changés autant cognitivement que physiquement. Que ce soit pour trouver leur chemin, photographier ou filmer, organiser leur planning, envoyer des messages, écouter de la musique, jouer, regarder des vidéos, s'informer, écouter des podcasts ou même téléphoner et faire une multitude d'autres activités, l'écran est la surface nécessaire, à proximité immédiate, qui floute la frontière entre la vie online et la vie offline, celle du numérique et celle de l'analogique. À une époque de connectivité constante et d'informatique omniprésente, Sage Elwell parle de vie "*Onlife*" ou le smartphone est une aide de la vie physique, autant que numérique[151].

Pour les jeunes alter-activistes, il n'existe pas de séparation rentre les réseaux sociaux et la "*vraie vie*", entre leur engagement 2.0 et leur engagement sur le terrain[152]. L'un n'empêche pas l'autre, bien au contraire : les deux s'articulent et se nourrissent mutuellement. Ce va-et-vient constant entre deux mondes, analogique et numérique, permet de découvrir une liberté, une maîtrise, une capacité d'action contre un conflit qui leur semble important.

À l'autre bout de la chaine, même le gouvernement du Royaume-Uni anticipe ce phénomène à un niveau institutionnel dans un rapport daté de 2013 du Ministère des Sciences. Ce rapport[153] prévoit que dans le futur, « *le Royaume-Uni sera un pays qui fera autant partie du monde virtuel que du Monde réel. De plus en plus, ses citoyens seront hyper connectés, ce qui modifiera radicalement les notions de communautés et*

---

[150] CASHMORE Ellis, CLELAND Jamis et DIXON Kevin, "Screen society", Palgrave Macmillan, 2018

[151] ELWELL J.Sage. "The transmediated self : Life between the digital and the analog". Convergence. 2014;20(2): p 236.

[152] PLEYERS Geoffrey, « Engagement et relation à soi chez les jeunes alteractivistes ", Agora débats/jeunesses 2016/1 (N° 72), p. 107-122.

[153] Foresight Future Identities Final Project Report.The Government Office for Science, London, 2013. En ligne : https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/273966/13-523-future-identities-changing-identities-report.pdf . page 5.

d'intégration sociale »[154]. Pour le gouvernement anglais, comme on l'imagine des autres gouvernements occidentaux, l'implication de cette transformation sociale est à prendre en compte sérieusement pour élaborer les politiques futures. Les gouvernements devront s'adapter à la nature multiforme des identités des citoyens en ciblant des groupes ou individus influents.

Car les jeunes adultes se déplacent constamment de plus petites communautés telles que celles qu'ils ont construites sur Instagram, TikTok, ou Facebook, où ils tissent des relations interpersonnelles avec des proches, à de plus grands réseaux publics, des arènes plus ouvertes où ils interagissent avec ceux qu'ils croisent un peu au hasard tels que YouTube ou Twitter, Discord ou World of Warcraft. Chaque réseau a sa fonction, ses avantages, ses limites, et constitue des opportunités d'expériences spécifiques.

J. Sage Elwell s'inspire de l'esthétique de la production transmédia comme modèle de la construction de l'identité personnelle. La personnalité se construirait en puisant dans des corpus répartis dans des lieux numérisés épars (transmédiatisés) pour influencer cet assemblage, en reflet de l'image projetée par les groupes s'y inscrivant.

Pour bien comprendre les raisons des engagements subpolitiques des jeunes adultes, il faut se pencher sur le processus de subjectivation, « *entendu comme la construction de soi, d'un individu en tant qu'être singulier, mu par la volonté de penser et d'agir par soi- même, de construire sa propre existence sans que cela lui soit imposé par la tradition, par la société ou par les règles de la vie collective* » nous dit Geoffrey Pleyers[155], cela passe par la recherche de sa propre identité, si tant est qu'on puisse réellement la définir, ou du moins en dessiner soi-même les contours.

Des identités qui s'imbriquent

La notion d'identités que nous mobilisons est individuelle. Elle distingue la singularité et l'universalité, renvoie à la position occupée par les individus dans un espace multidimensionnel, lui-même défini par des attributs catégoriels particularistes (la race, le groupe ethnique, le sexe, l'orientation sexuelle), mais aussi à la position occupée au sein de la structure sociale qu'elle soit professionnelle, éducative ou culturelle, et de la construction personnelle qui renvoie à l'histoire de chacun, à sa sensibilité, à ses pratiques quotidiennes, à ses prises de position… Il s'agit des catégories des expériences sociales quotidiennes, développées et déployées par les acteurs sociaux ordinaires, en tant qu'elles se distinguent des catégories utilisées plus globalement par les statistiques.

Si les sphères physiques et numériques interfèrent entre elles, les identités en ligne et hors ligne ne sont pas fonctionnellement équivalentes, de sorte que l'une n'est pas interchangeable à l'autre. Au contraire, ensemble, on peut dire qu'elles co-créent l'expérience de l'identité dans l'espace entre le numérique et l'analogique.

Pour mieux comprendre la notion d'identité numérique, nous emprunterons la définition qu'en fait Tina Besley : « *L'identité numérique est un ensemble de caractéristiques affirmées par un sujet numérique sur lui-même ou par un autre sujet numérique qu'il soit humain ou non, dans un domaine numérique. Ce que vous publiez sur vous-même, ce que les autres disent de vous et ce qu'inclut tout échange électronique avec des*

---

[154] Version originale:" the UK needs to be considered as much a part of the virtual world as a real place. Increasingly, its citizens will be globally networked, hyper-connected individuals, and this has substantial implications for what is meant by communities and by social integration ."

[155] Ibid Pleyers Geoffrey, p 109

agents numériques humains ou algorithmiques en fait partie », tout en spécifiant que chacun est constitué de plusieurs identités de ce type, de plusieurs soi numériques, selon qu'il utilise Google, Facebook, Twitter, YouTube ou Youporn[156].

Le fait que les jeunes adultes partagent leurs informations personnelles, et que ce qui est partagé sur eux par les autres le soit aussi par d'autres (à la fois en ligne et via les d'innombrables applications qu'ils utilisent), est constitutif des niveaux les plus profonds de leur intériorité. Cette omniprésence d'utilisation (intime et non consciente), les façonne par le travail que cela opère chez eux et par les reflets envoyés qu'ils assimilent en retour. Pierre Benedetto précise que le soi correspond au mixte de 3 composantes à manier de manière consciente et inconsciente[157] :

1. La façon dont nous nous définissons, dont nous décidons de ce que nous sommes, les mots, les images, les idées et toutes les informations envoyées qui dessinent ce à quoi nous voulons paraitre ; mais aussi la réception de ses informations et la manière dont elles nous sont renvoyées. C'est la composante cognitive du soi.
2. L'estime de soi est la façon dont nous analysons cette réception vis-à-vis de ses attentes. Une évaluation positive ou négative qui constitue la composante affective du soi
3. La manière dont nous interagissons avec les autres autant qu'avec nous même pour orienter l'image que nous souhaitons donner. C'est la composante comportementale du soi.

L'identité en réseau est étroitement influencée par ces composantes. Elle est liée à l'identité des amis, collègues, famille de l'utilisateur et peut-être même à de parfaits inconnus. Il y a une interdépendance des *Soi numériques*, tant qu'ils sont eux-mêmes connectés à d'autres Soi en réseau. Ces identités numériques viennent alors influer directement le cours de notre existence physique, nous renforcer ou nous affaiblir selon les relations vécues dans une sorte de jeu de rôle. Il y a celles qui correspondent au réel partagé avec ses proches, et celles, plus secrètes, masquées par un pseudo, qui servent à explorer le monde et à tester différentes postures et discours, pour voir comment elles sont reçues par les autres. Une dynamique d'approbation ou de rejet, sorte de processus d'essais-erreur cher aux béhavioristes, permettra alors, sans trop de risque, d'ajuster ses comportements en vue d'une socialisation valorisée.

Internet fournit aux jeunes adultes de nouveaux espaces d'expérimentation identitaire qui ne sont pas médiatisés par les adultes. Tout l'intérêt de l'interaction en ligne est qu'elle est très peu filtrée (mis à part en cas de signalement et de suppression), que ceux qui s'expriment le font de leur propre chef, sur un plan d'égalité relative, où la timidité est mise de côté et permet à ceux qui ont plus de mal à s'exprimer en public de le faire.

Si les rétifs soutiennent que les liens *online* sont superficiels et ne sont que des contacts indifférenciés (ce qui est vrai pour certains d'entre eux), les amitiés créées et entretenues en ligne ne sont pas moins précieuses

---

[156] BESLEY Tania. "Digitized Youth: Constructing Identities in the Creative Knowledge Economy". Policy Futures in Education. 2010;8(1): page 127. En ligne : https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.2304/pfie.2010.8.1.126

Version originale : Digital identity is a set of characteristics asserted by one digital subject about itself or by another digital subject (human or otherwise) in a digital realm, i.e. it is what you publish about yourself, and what others say about you, and includes any electronic exchange with both human and with non-human digital agents.

[157] BENEDETTO Pierre. « Chapitre 4. Le soi ", Psychologie de la personnalité. Sous la direction de Benedetto Pierre. De Boeck Supérieur, 2008, pp. 51-60.

que les amitiés dans la vie réelle, en face à face[158]. Elles sont juste différentes. S'il est difficile d'appeler ces contacts des "amis" (car le terme se construit sur des expériences fortes, partagées, intégrant des temporalités, des lieux, des expériences, des humeurs partagés), la vie numérique permet d'avoir des liens d'amitié avec des personnes que l'on n'a jamais rencontrées physiquement. Les conversations que l'on peut tisser, les affinités esthétiques, culturelles ou personnelles peuvent alors se déployer et créer des affinités, qui peuvent évoluer en attachement amical. Mais parler à un ami face à face est complètement différent que de parler en ligne. La communication ne se compose pas simplement de mots, mais d'expressions faciales, de ton de voix, de posture et de présence physique.

Depuis toujours les identités dans la vie physique peuvent s'adapter aux situations rencontrées. Il est possible de jouer des personnages comme les acteurs le font, pour satisfaire nos désirs et nous ajuster à ce que les autres attendaient de nous ; notre présence numérique fait de même. Pour J. Sage Elwell[159], si nos identités hors ligne et nos "moi en ligne" se confondent désormais, c'est le résultat d'au moins 3 transformations majeures :

1. Selon les réseaux utilisés, il est possible de construire un fragment de soi, parfois officialisé et en connexion directe avec notre état civil, ou parfois plus libre, masqué, mais pas nécessairement anonyme, ou encore de manière furtive, embarqué dans une identité "inventée", mais révélant quelques éléments de notre personnalité. Toutes ces pièces forment ensemble une image puzzle qui serait la plus proche de notre véritable Identité majuscule, s'il était possible de les assembler. C'est en partie ce qui se passe en ligne, où les algorithmes façonnent une cartographie de nous-mêmes, avec nos goûts supposés, nos aspirations politiques, nos mœurs et quantité d'autres détails qu'il nous est impossible d'identifier nous-mêmes. Nos identités hors ligne sont liées à nous-mêmes en ligne de manières socialement et commercialement puissantes, qui exigent l'intégrité de cette connexion numérique-analogique. Il n'y a donc plus de distinction entre les identités physiques et online.
2. Le numérique est aujourd'hui omniprésent chez les jeunes adultes et se love dans leurs poches. Tous sont entourés d'autres personnes qui, d'une manière ou d'une autre, communiquent avec d'autres. Même une relation en face à face est souvent perturbée par une un petit bip ou un regard machinal sur son écran. Le lien avec le monde numérique est permanent. Des notifications se font entendre à tout moment et sollicitent l'attention.
3. Connectés à l'actualité, ces appareils donnent accès à une information immédiate. Le numérique est de plus en plus intégré dans l'architecture du quotidien, et cette technologie est conçue pour anticiper en même temps que déclencher nos besoins et nos désirs, et où l'expérience et l'identité prennent forme dans l'espace entre le online et le offline.

« *La technologie numérique s'intègre dans l'architecture du quotidien. Elle est conçue pour anticiper et déclencher chez les utilisateurs des besoins et des désirs, de telle manière que leurs expériences et leurs*

[158] CASHMORE Ellis CLELAND Jamis et DIXON Kevin ont réalisé 61 entretiens très approfondis qui fait l'objet du livre "Screen society", Palgrave Macmillan, 2018, page 47

[159] ELWELL J.Sage. The transmediated self : Life between the digital and the analog. Convergence. 2014;20(2):p 236.

identités se forment dans l'intervalle entre le online et le offline » écrit J. Sage Elwell[160]. Sylvie Octobre considère aussi que « *la jeunesse peut être considérée comme une ressource culturelle, car elle est, au moins pour partie, actrice et productrice de culture, tandis que, dans le même temps, les objets et contenus culturels sont devenus, de manière croissante, des supports de construction et d'identification des jeunes générations. Dans ce cadre, elle pose ou reformule un certain nombre de questions à la société tout entière »* [161].

Des excès minoritaires

De plus, les relations numériques sont souvent publiques et restreignent l'intimité. Ainsi, l'amitié en ligne ne peut jamais se rapprocher de celle hors ligne[162]. Mais le va-et-vient entre une relation online et offline est égal. On rencontre ses amis de la vie offline sur le net, aussi bien qu'on rencontre une relation online pour un rendez-vous dans un café, ou plus si affinité…

Andrea Flores et Carrie James soulignent que, si les relations qui s'instaurent entre internautes sont en majorité pondérées, Internet peut déstabiliser de deux façons les relations en ligne[163]:

- Soit les internautes "fusionnent" avec l'autre et cherchent son contact presque permanent, ce qui pose la question de la dépendance et de la fragilité psychologique.
- Soit à l'inverse, une divergence totale est constatée, qui fracture les digues de l'empathie et coupe la perception des effets possibles sur les actions produites. L'invisibilité, ou le fait que l'on ne puisse pas voir les autres en ligne, accentue alors l'effet de désinhibition et peut produire du harcèlement en ligne.

Le procès de Mila[164] a permis d'identifier une partie des auteurs de son cyber harcèlement. Il s'agit de personnes d'horizons très variés, homme ou femme de 15 à 30 ans, profil ordinaire et sans antécédent judiciaire, qui affirment pour la plupart avoir réagi d'une manière impulsive ("*J'ai réagi à chaud*", " *j'étais en colère*")[165] en s'apercevant seulement après avoir posté leurs commentaires menaçants, de leur aspect problématique : (*je n'avais aucune intention de la menacer ni de la harceler. Une fois redescendu, j'ai compris que c'était trop violent et j'ai supprimé*"). C'est comme si, dans l'univers virtuel dans lequel ils se trouvaient au moment d'écrire, leur acte était totalement décorrélé de la réalité. « *Ces jeunes hommes et femmes admettent qu'ils font défiler Twitter ou Instagram sans vraiment analyser ce qu'ils voient. Ils ne lisent pas la presse. Certains prêtent à Mila des propos qu'elle n'a jamais tenus. Ils n'ont pas tous regardé ses vidéos en entier* » retrace Camille Polloni sur Médiapart[166].

Toutefois, ce constat et ces exemples ne contredisent pas ce qu'exprime Sage Elwell à propos de cette porosité entre les mondes en ligne et hors ligne. En effet, il est aussi possible d'interpréter ces faits

---

[160] Idib Elwell J.Sage page 235 Version originale : "Digital technology is increasingly built into the architecture of the everyday, and this technology is designed to both anticipate and trigger our need and desires whereby experience and identity take shape in the space between online and off-line".

[161] OCTOBRE Sylvie, Deux pouces et des neurones. Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique, Paris, La Documentation française, coll. « questions de culture ", 2014, 285 p

[162] SCHROETER Mareike et KAILUWEIT Rolf, « Amitié en ligne : aperçu de la recherche », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne] : http://journals.openedition.org/rfsic/6673 ; DOI : https://doi.org/10.4000/rfsic.6673

[163] FLORES A, JAMES C. "Morality and ethics behind the screen: Young people's perspectives on digital life". New Media & Society. 2013;15(6):834-852.

[164] Mila est une jeune fille de 16 ans au moment des fait, harcelée sur les réseaux sociaux à la suite de propos critiques de l'Islam.

[165] Verbatim des accusés décrit par Vincent Geny dans Mariane Au procès des harceleurs de Mila : fans de manga et "haine pure": https://www.marianne.net/societe/police-et-justice/au-proces-des-harceleurs-de-la-mila-fans-de-manga-et-haine-pure

[166] POLLONI Camille : « Affaire Mila : un procès pour cyberharcèlement en guise de débat de société », En ligne : https://www.mediapart.fr/journal/france/230621/affaire-mila-un-proces-pour-cyberharcelement-en-guise-de-debat-de-societe

malheureux comme le signe que le virtuel et le réel étaient totalement imbriqués pour les auteurs de harcèlement, qu'ils ne faisaient qu'un, les poussant à agir réellement dans un environnement qui avait perdu de sa réalité. « *J'ai voulu répondre sur le même ton qu'elle a utilisé dans ses vidéos* », raconte une autre accusée de 20 ans, originaire de Dieppe. Dans l'univers numérisé des réseaux sociaux, les distances disparaissent et on croit s'adresser directement à une personne en lui écrivant dans une sphère publique. Un espace où le public sert de lecteur invisible d'une intimité masquée. Une autre accusée, étudiante en licence, avoue twitter ses journées à la manière d'*un « journal intime, je l'ai pas fait pour me faire remarque*r », tandis qu'un autre "twitto" repère "*le nom de Mila en "TT", c'est-à-dire en "top tweets*""[167], ce qui montre que la notoriété joue un rôle évident dans cette focalisation attentionnelle.

Heureusement, les harceleurs sont une minorité. Pourtant, à plusieurs reprises, les répondants d'Ellis Cashmore, Jamis Cleland et Kevin Dixon décrivent la communication en ligne comme moins spontanée, où le hasard d'une rencontre improbable intervient peu : « En écrivant un message en ligne, on a plus de temps pour réfléchir, et on écrit exactement ce que l'on veut dire dans nos messages, contrairement aux discussions en face à face »[168], déclare une participante en suggérant qu'elle est attentive au sens de ce qu'elle écrit et des implications du message avant de cliquer sur le bouton "*Envoyer*". Ce rapport sans intimité, signifie que les utilisateurs peuvent discuter de choses dont ils ne parleraient pas en face à face, avec des personnes avec lesquelles ils n'entreraient normalement pas en contact. Le rapport est renforcé par le fait que les relations en ligne sont fondées sur la symétrie des intérêts. Comme l'a dit un répondant : « *Les amis [en ligne] partagent une passion ou une antipathie en commun* »[169]. Mais symétrie ne veut pas dire accord parfait, loin de là. Cela veut dire qu'ils ont une base commune à partir de laquelle discuter, en s'accordant ou au contraire en renforçant leurs désaccords.

Pour que ces discussions voient le jour, les utilisateurs ont besoin d'une certaine confiance dans la construction technique des lieux d'interaction numériques, et sur la nature de leurs interlocuteurs. Le fonctionnement public d'Internet, le fait que l'on ne puisse jamais savoir qui se cache derrière l'écran, suggère que les pensées éthiques et morales sont vitales dans le comportement des Internautes. Andrea Flores et Carrie James ont étudié la perception de la morale et de l'éthique numérique à travers une série d'entretiens de jeunes adultes, desquels il ressort qu'une grande majorité d'entre eux mettent en place des stratégies de détection de pratiques morales ou immorales, sans nécessairement avoir une réflexion à son propos[170]. Ce qui motive au premier chef les jeunes adultes ne concerne ni la morale, ni l'éthique, mais les conséquences potentielles pour eux-mêmes vis-à-vis de leurs actions en ligne. La "peur du Gendarme" ou le "retour de bâton" sont donc des cadres qui incitent à agir correctement. Bien que les jeunes adultes abordent la vie en ligne avec leurs propres intérêts avant tout, la prévalence de la pensée morale toutefois est notable, et ce particulièrement en ce qui concerne leur cercle de contacts rapprochés. Le fait de connaitre de près ou de loin une personne impose la bienséance. Reconnaitre la personne permet de l'incarner : on sait qu'elle existe

---

[167] Citation de l'article d'Hélène Sergent dans 20 minutes: https://www.20minutes.fr/justice/3067491-20210622-affaire-mila-proces-cyberharceleurs-adolescente-avant-apres-juge-tribunal

[168] Ibid. Cashmore, Cleland et Dixon, "Screen society" Version originale : "You can be more considered with your messages, crafting exactly what you want to say and taking your time, unlike face to face discussions ",

[169] Ibid. page 46 : Traduction : "[Online] friends share a common love or loathing"

[170] FLORES A, JAMES C. "Morality and ethics behind the screen: Young people's perspectives on digital life". New Media & Society. 2013;15(6):834-852. doi: 10.1177/1461444812462842

et par conséquent, on se conduit comme dans la vie offline, tout en utilisant les codes communicationnels plus directs du numérique.
Flores et James pensent que la nature publique et en réseau d'Internet requiert une capacité à penser de manière plus abstraite, sur les effets de ses actions envers des inconnus et au niveau de la communauté. Se mettre à distance implique de voir les choses de plus haut et de les généraliser, ce qui sera la première étape d'une conceptualisation des rapports sociaux.
De même, presque tous les jeunes adultes peuvent avoir des réflexions éthiques dans la mesure où la plupart des répondants reconnaissent les effets potentiels de leurs actions, souvent liées à leur communauté. Mais ils sont tiraillés à la fois intellectuellement et moralement. Relativement peu de participants ont systématiquement réfléchi aux implications éthiques de leurs actions en ligne. Cela suggère que les jeunes déploient leur réflexion éthique de manière situationnelle. Ils peuvent reconnaître l'existence d'autres groupes, mais ne s'identifient pas toujours à l'éventail des parties prenantes croisées sur les réseaux. Ils apprennent à voir le monde à travers les yeux des autres, en adoptant leur position sans pour autant avoir une image globale des forces en présence. Leurs interactions en ligne risquent d'opérer une déconnexion entre la pensée et l'action morale ou éthique, et/ou une tendance à favoriser la pensée autocentrée. En d'autres termes, en ligne, les jeunes adultes peuvent ne pas réfléchir à leurs expériences et aux implications de leurs choix. L'étude Flores et James révèle ce que nous pourrions appeler les « *hésitations du monde intérieur* », chères à Paul Ricœur, qui n'est généralement pas facilement accessible[171]. Rejeter les relations en ligne comme de pauvres substituts superficiels comparés aux relations en face à face serait passer à côté d'une dimension fondamentale du fonctionnement relationnel des screenagers.

Un soi transmédié

Partant des narrations transmédia se déclinant sur des supports différents (autant analogiques que numériques), et qui permettent aux auteurs et à leurs publics de s'immerger avec les personnages dans des strates scénaristiques fusionnant la fiction à la réalité, J. Sage Elwell fait de même avec les identités dispersées sur le Net. Additionnées, elles formeraient une Identité majuscule : un "soi transmédié" apparait alors. Il intègre à la fois les présences en ligne et hors ligne. « *Parler des deux comme étant des mondes singuliers et distincts ne permet pas d'apprécier à quel point les deux sont enchevêtrés et que la réalité que nous vivons se trouve à l'intérieur de cet écart, entre le numérique et le réel* » écrit-il[172]. Chaque mise à jour de statut, message, texte et recherche Google représente une micro-histoire dispersée dans le monde complexe de l'histoire du soi transmédié que le graphiste et designer Michael Rigley illustre parfaitement dans sa vidéo diffusée sur son site ou sur YouTube (Fig.10)[173].

Et pourtant, ironiquement, parce que le soi transmédié est éparpillé un peu partout où les screenagers sont allés, il n'apparaît jamais d'un bloc, et n'est donc jamais totalement mesurable et identifiable. Il manque constamment des pixels, petites pièces indispensables qui permettraient de révéler le mystère individuel.

---

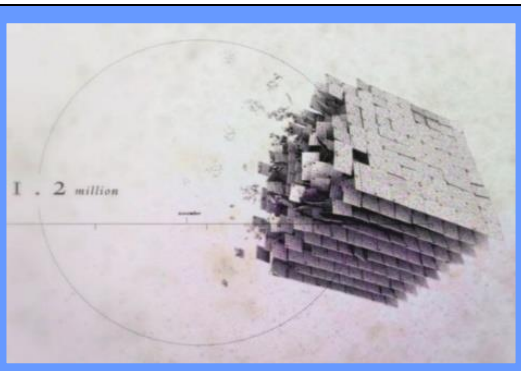
[171] BOYER, Alain. « Le phénomène de l'hésitation selon Paul Ricœur », Revue philosophique de la France et de l'étranger, vol. 135, no. 4, 2010, pp. 479-494.

[172] Idib Elwell. page 242. Version Originale : I would argue that to speak of the two as somehow separate and discrete fails to appreciate the extent to which the two are entangled and the reality that we live inside that gap, we live in the uncanny valley between the digital and the real .

[173] En ligne en suivant le lien http://www.michaelrigley.com/network ou https://www.youtube.com/watch?v=kyVgnxBU2jc

Non seulement il n'y a pas de lieu unique (virtuel ou réel) où le soi transmédié est entièrement présent, mais parce que, comme indiqué précédemment, le transmédia est un processus, il n'y a pas non plus un seul moment où il est entièrement présent.

Figure 10 : Extrait traduit de la vidéo de Michael Rigley



Une simple pensée, convertie en près de 50.000 octets de données. Message multimédia ou MMS. Ce message particulier est l'un des 28 000 envoyés chaque seconde dans le réseau de communication mondial. Il accompagne des catégories d'informations comme les e-mails les données du FAI, les blogs et les données vocales, lorsqu'elles sont déchiffrées.

Ces communications transportent avec elles une description, où des métadonnées qui révèlent des informations telles que le numéro d'utilisateur, le nom du destinataire, l'emplacement GPS, la date et l'heure du message, la durée, la quantité de données transmises, et le coût ultérieur de cette transmission. L'utilisateur moyen aura 736 éléments d'informations personnelles collectés chaque jour sur lui. Ces informations correspondent à l'identité numérique de l'utilisateur, qui est accessible à tout moment, pendant la période de conservation de ses fournisseurs de services : Verizon garde ces informations 12 mois, AT&T : 484, Sprint : 24, et T-mobile pendant 60 mois. Additionnées, les plateformes accumuleront sur les individus plus d'un million d'informations couvrant les 45 derniers. Plus d'un tiers des fournisseurs d'accès possédant près de quatre ans de votre vie.

Non seulement les utilisateurs paient pour l'accès à l'information via des téléphones portables, des ordinateurs et des forfaits de données, mais ceux qui participent au réseau paient pour participer sans le savoir à un vaste plan d'étude. Si vous utilisez ce réseau, vos quatre années d'informations sont extraites et vendues sans votre consentement, contribuant aux près de 34.000 $ accumulés chaque seconde par le secteur de l'information. Les spécificités de presque toutes les interactions numériques sont vendues à une variété d'entités parmi lesquelles des serveurs publicitaires qui ont attribué à l'individu un profil sociodémographique en fonction de ses antécédents numériques. Une fois attribuées, ces informations individualisées sont filtrées en publicités localisées intrusives. Les "likes" sur Facebook se transforment en publicités personnalisées pour Walmart, et les résultats des moteurs de recherche sont réduits à une portée limitée. L'internet mondial devient l'internet personnel, et l'information cesse d'être de l'information.

En ligne : http://www.michaelrigley.com/network

C'est la même chose dans la vie "*Onlife*" où l'identité est tout aussi mouvante et à ce point complexe, qu'une vie entière ne suffit souvent pas à la rassembler pour avoir l'impression de se connaitre. L'image du soi

transmédié permet de visualiser une cartographie impossible à clarifier avec netteté, mais dont certains contours peuvent quand même s'apparenter aux grandes lignes de notre personnalité, ou du moins, ce que nos actions sur le NET peuvent esquisser comme étant nos constantes. C'est ce que J. Sage Elwell appelle le "*Soi épisodique"*, insaisissable et en évolution constante.

Enfin, l'auteur complète son analogie au Transmédia par la description d'un soi interactif. Car, comme le montre clairement Michael Rigley, même sans intention de s'adresser à un public particulier, toutes nos contributions numériques, nos messages, nos visites, nos réactions "*émoticonesques*", nos téléchargements, nos téléversements… se font sous le regard des algorithmes et des espions numériques qui captent, compactent, analysent, comparent, proposent… toutes ces données pour en former une image à utiliser. Sans le savoir donc, les screenagers sont à minima les acteurs d'un théâtre d'ombres. Ils jouent devant des machines.

Mais la plupart du temps, ils cherchent à communiquer avec d'autres, connus ou inconnus, en publiant, likant, commentant, notant, et en attendant en retour, les mêmes signes qui révèleront leur existence numérique. Et ces rétroactions impacteront le cours de leur vie Onlife. Un commentaire négatif sur une tenue vestimentaire sera un événement identitaire qui modifiera la manière de s'habiller ; un retour désobligeant sur une prestation diminuera le nombre de potentiels clients. L'interaction avec les autres impacts l'histoire de chacun, et oblige les agents à être performant, en réflexivité quasi constante, en réfléchissant leur position dans la société.

Analyser comment elle fonctionne, comment tirer parti de ses constats, comment se mettre en scène pour élaborer la meilleure image de soi même, pousse chacun à élaborer ce que les marketeurs ont appelé le "storytelling. L'individualisation de l'humanité pousse les individus à être les auteurs, les metteurs en scène et les acteurs de leur propre existence. Nous sommes tous et toutes des Sophie Calle[174], nous mettant en scène, souvent sans le savoir, ou du moins, sans intention bien définie, sans projet artistique. Pour autant, ce que font ces artistes avec la mise en scène de leur propre vie, est une évocation précise de la vie Onlife.

Le soi transmédié intriquerait le monde physique au monde virtuel avec quelques avantages : les "conversations" online peuvent être entamées, stoppées et reprises sur des périodes très longues alors que les réunions physiques sont cantonnées à l'échelle de leur durée horaire. Les échanges en ligne peuvent se lier de manière transparente à d'autres médias (articles, reportages, vidéos, etc..) pour améliorer la richesse des communications.

L'information étant fondamentale pour exister numériquement, elle est une étape transmédiatique obligatoire qui se décline sur tous les supports. Les screenagers tiennent l'accès à l'information pour acquis. Elle est consubstantielle de l'internet et doit pouvoir être partagée librement. Privilégiant leurs recherches d'information en ligne, c'est par elle qu'ils sont amenés à comprendre le monde qui les entoure.

[174] https://fr.wikipedia.org/wiki/Sophie_Calle

2.2 - Une mutation des pratiques culturelles : Quand la lecture n'est plus associée aux livres

Il est courant de « lire une vidéo », comme Mieke Bal l'a souligné dans son livre « *Readind art* »[175], comme on peut le faire avec une musique ou une image. Pourtant, historiquement, la lecture est liée aux mots écrits, dont le sens est transmis par l'interprétation de signes formés par les lettres, qui, assemblées, forment des phrases reproduisant une parole intelligible. Lire, c'est avant tout décrypter.

Nous avons tous appris à comprendre ce que nos parents nous disaient, et ensuite à parler, en vivant simplement à leurs côtés, par capillarité. En revanche, vivre dans une société où la lecture et l'écriture sont la norme n'est pas suffisant pour permettre à chacun d'apprendre à lire et à écrire. La lecture et l'écriture ne sont devenues des compétences quasi universelles que dans certaines sociétés avec l'essor de l'éducation moderne. Le fait qu'à certaines époques seulement quelques citoyens avaient ces compétences n'était pas suffisant pour permettre à la plupart des gens d'utiliser de lire et d'écrire. Cet état de fait a persisté pendant plusieurs milliers d'années. Les gens apprenaient à écouter et à parler, sans instruction explicite, tandis qu'une petite élite apprenait à lire et à écrire par l'intermédiaire de cours particuliers.

L'histoire de la lecture est un peu floue tant elle remonte à des millénaires. « *Les livres dissipent l'ignorance, gardienne et protectrice des États bien policés* » écrit Voltaire dans son pamphlet satirique "*De l'horrible danger de la lecture*" (1765). Considérée comme dangereuse par la classe dominante, car outil d'émancipation et de compréhension du monde, elle fût progressivement déployée à toutes les populations. C'est à partir de la révolution industrielle que le taux d'alphabétisation prit un sens politique et que des mesures furent prises dans ce sens par les sociétés occidentales.

Les conséquences éducatives de l'apprentissage de la lecture et de l'écriture, par rapport à l'apprentissage de l'expression orale, sont frappantes. Si une société souhaite que la totalité de ses citoyens lisent et écrivent, elle doit s'organiser spécifiquement à travers des systèmes éducatifs, pour garantir que ses membres apprennent à lire et à écrire.

La lecture est aujourd'hui considérée comme l'élément fondamental de la réussite scolaire, comme un facteur d'intégration dans la société et un atout majeur pour approfondir sa connaissance du monde, des autres et de soi. Le livre est depuis le 18e siècle le symbole de la connaissance[176]. Quand Diderot et D'Alembert publient leur Encyclopédie de 28 volumes, ils inscrivent le livre comme le transmetteur du savoir, et lui donnent une valeur symbolique qui fonde la société occidentale.

Lorsque Jules Ferry met en place l'école gratuite et obligatoire en mars 1882, la lecture peut s'étendre à presque la totalité de la population. La culture orale perd peu à peu sa place et celle de l'écrit s'étend à toutes les classes sociales du pays. La mémoire n'est plus sollicitée de la même manière. Alors que dans la culture orale, l'expérience, et par extension la connaissance était détenue par les anciens, ceux-ci perdent peu à peu ce privilège, devenant ceux qui maitrisent le moins la lecture. S'opère donc un renversement des valeurs où

[175] Mieke Bal, « Reading art ? », A Mieke Bal Reader, Chicago, The Univ. of Chicago Press, 2006 [1996]

[176] OCTOBRE Sylvie, "La lecture à l'ère numérique, Au commencement était le livre. Et à la fin le texte", S.E.R.| « Études » 2013/5 Tome 418 | pages 607 à 618

la transmission s'institutionnalise dans un mouvement du haut vers le bas par l'éducation nationale, laissant moins de place aux récits transmis depuis des générations.

De faibles compétences de lecture

Dans l'idéal républicain, le livre permet l'éducation des jeunes dans leur ensemble, en leur inculquant un socle de valeurs communes, qu'elles soient littéraires, historique et linguistique. Par son ambition politique, le livre peut transformer les individus en citoyens éclairés. Par sa promesse éthique, il donne la possibilité à chacun de s'élever de sa propre condition en se projetant dans un projet universel. Le livre est donc chargé d'une attente symbolique très forte.

Mais, alors que l'illettrisme a pratiquement été éradiqué de notre société, les compétences de lecture semblent décliner depuis plusieurs années. L'étude 2016 de l'OCDE Skills Matter[177] est plutôt inquiétante à cet égard. Pour rendre compte précisément de la manière dont lisent les adultes de près de 40 pays de l'OCDE, elle définit 5 niveaux de compréhension de lecture, passant du déchiffrage à la lecture experte. Les résultats sont édifiants : 57,4 % des Français ont des difficultés à lire (niveaux -1, 1 & 2) quand seulement 34 % n'ont pas de soucis de lecture, et seuls 7,7% sont considérés comme des experts (niveau 4 & 5)
(Voir annexe 1 en fin de document)

Figure 11 : Niveau de lecture des français en 2019

		Mauvais et moyens lecteurs			*Bon ou très bons lecteurs*	
	Missing	Sous niveau 1	niveau 1	niveau 2	niveau 3	niveau 4/5
France	0,84	5,33	16,23	35,87	34,03	7,70
		57,43%			**41,73%**	

Sources : OCDE, étude Skills Matter 2020 150

Depuis toujours des disparités existent, qui font que certains écoliers ressentent des difficultés à lire malgré les pédagogies de leurs enseignantes. Sans parler d'illettrisme, le Centre national d'étude des systèmes scolaires (Cnesco) révèle qu'à la fin du collège en 2012, 37 % des élèves ne maîtrisent pas la lecture et que 19 % sont même en grande difficulté[178]. Les écarts de niveau entre les élèves les plus performants et les moins performants sont très importants.

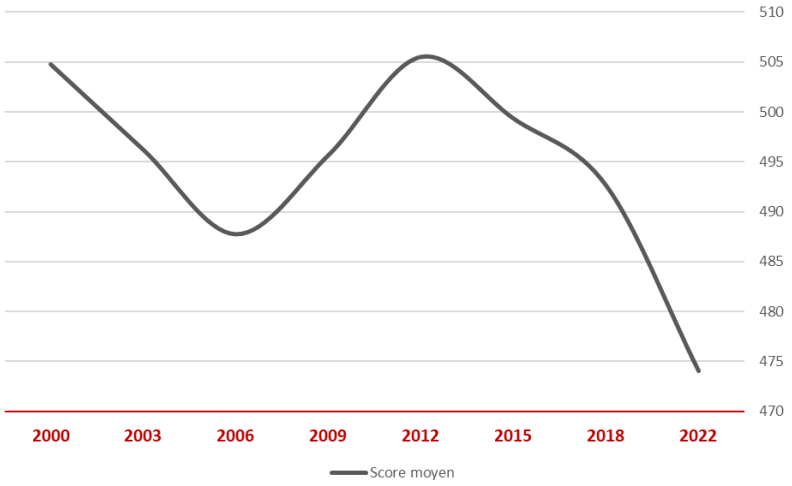
L'enquête PISA, qui mesure les compétences en lecture et mathématiques de 8000 collégiens chaque année, a révélé une baisse de la maitrise du français écrit chez les adolescents (Fig.11bis). Ces chiffres inquiétants préfigurent un affaissement à venir des compétences littéraires des futurs jeunes adultes[179]. Dans la mesure où les connaissances s'acquéraient jusqu'à présent par la littératie, se poser la question du développement individuel par les connaissances est donc légitime.

[177] OECD, "Skills Matter: Additional Results from the Survey of Adult Skills", OECD Skills Studies, OECD Publishing, Paris, 2019 https://doi.org/10.1787/1f029d8f-en

[178] Le Cnam Cnesco, Lire pour comprendre et apprendre : https://www.cnesco.fr/lecture/lire-pour-comprendre-et-apprendre/

[179] PISA 2022 : culture scientifique, compréhension de l'écrit et vie de l'élève. En ligne https://www.education.gouv.fr/pisa-2022-culture-scientifique-comprehension-de-l-ecrit-et-vie-de-l-eleve-380208

Figure 11bis : résultats des compétences en français des collégiens PISA 2000/ 2022



Sources : ministère de l'Éducation nationale, 2022

Le pourcentage de lecteurs en difficulté varie fortement en fonction de la zone de scolarisation, de la taille de leur logement[180] et des revenus de la famille[181]. Plus la zone est socialement favorisée et moins il y a de problèmes de lecture et inversement. Les risques de troubles de l'apprentissage sont environ 10 fois plus élevés chez les enfants des zones défavorisées que ceux des zones favorisées. Il y a bien reproduction sociale concernant les pratiques culturelles et scolaires.

Les aides prodiguées (orthophonie, soutien scolaire…), la diversité ethnique, les facteurs comportementaux agissent sur la conscience phonologique. En revanche, les corrélations entre les difficultés de lecture et les compétences cognitives n'ont rien à voir avec les facteurs sociaux et économiques. Le facteur déterminant des performances en lecture est significativement corrélé avec toutes les mesures comportementales, en particulier avec l'inattention. Cette variable explique à elle seule 27 % de la variance totale, mais dès qu'elle est contrôlée, les difficultés semblent s'estomper (Ibid.Fluss.p.29). L'inattention est souvent liée à des problèmes d'anxiété, liés aux situations de tension socio-économiques telles que le niveau d'éducation de la mère et le chômage du père, qui semblent surdéterminées, ce qui expliquerait les écarts observés. Si nous considérons que lire consiste à " acquérir " un pouvoir, c'est « *que nombre d'univers sociaux sont organisés, au sein de nos formations sociales, sur la base de l'opposition entre maîtrise pratique et maîtrise symbolique »,* nous dit Bernard Lahire[182], la première étant attribuée à la classe laborieuse quand la seconde correspond à la classe supérieure.

Une érosion du nombre de lecteurs de livre

Depuis plus de trente ans, on observe une lente érosion des lecteurs de livre. La dernière enquête (2018) du ministère de la Culture sur les pratiques culturelles des Français[183] est éclairante. Qu'ils soient de grands

[180] FLUSS Joel, BERTRAND Daisy, ZIEGLER Johannes *et al.*, « Troubles d'apprentissage de la lecture : rôle des facteurs cognitifs, comportementaux et socio-économiques », *Développements*, 2009/1 (n° 1), p. 21-33.

[181] GOUX D., MAURIN É.,2000. – « La persistance du lien entre pauvreté et échec scolaire » dans France, Portrait social, 2000/2001, Paris, INSEE, pp. 87-98

[182] LAHIRE Bernard. « L'inégalité devant la culture écrite scolaire : le cas de l' «expression écrite» à l'école primaire » . In: Sociétés contemporaines N°11-12, Septembre / Décembre 1992. Regards sur l'éducation. pp. 184 ; doi : https://doi.org/10.3406/socco.1992.1085

[183] LOMBARDO, Philippe, et Loup Wolff. « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *Culture études*, vol. 2, no. 2, 2020, pp. 1-92.

lecteurs ou plus modestes, les pratiques historiques des lecteurs ont diminué progressivement depuis trente ans. Lire un livre n'est plus une activité caractéristique d'une classe de la population et les mesures décennales sont là pour confirmer le phénomène. La période 2008/2018 accélère le phénomène et en particulier pour les jeunes de 15 à 34 ans qui nous intéressent ici.

Alors qu'ils étaient ceux qui lisaient le plus de livres, du fait de leurs études, on observe une lente et inexorable décrue depuis 1997.

En se focalisant sur le nombre de livres lus et la catégorie des lecteurs, on observe ce phénomène depuis 1997 concernant les lecteurs assidus, ceux lisant plus de 20 livres par ans (Fig.13). Seuls les 20/24 ans ont gagné quelques adeptes durant cette décennie, après le vide observé en 2008, pour arriver au même niveau que leurs cadets lycéens. Peut-être faut-il expliquer cette remontée à une pression accrue des études, à l'heure où l'obtention de bons diplômes pour assurer leur avenir professionnel est une nécessité absolue ?

Les lecteurs moyens (lisant entre 10 et 19 livres par ans) se raréfient dans les 3 catégories d'âges (Fig.14) tandis que la chute du nombre de faibles lecteurs (lisant de 1 à 9 livres) s'accroit particulièrement chez les mêmes 20/24 ans (Fig.15). Et cette baisse signifie l'abandon définitif de la lecture de livre d'un plus grand nombre de personnes.

Figure 12 Total lecteurs (hors bandes dessinées) au cours des douze derniers mois

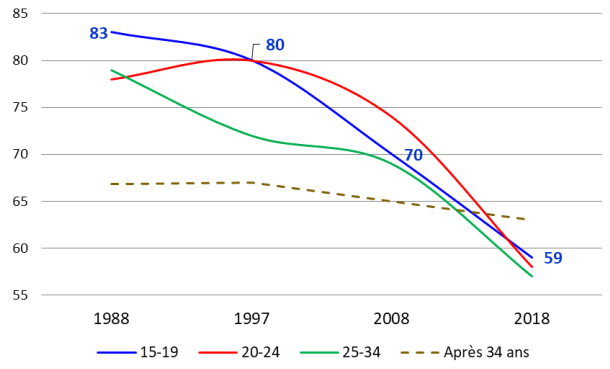
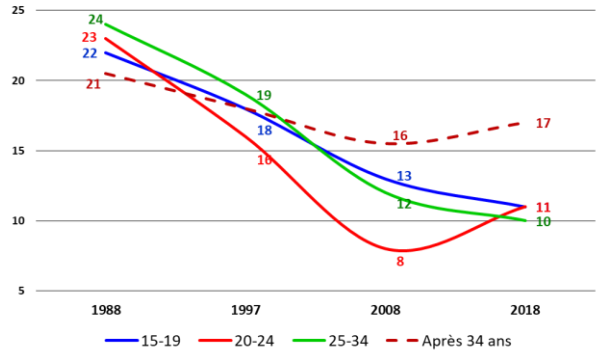


Figure 13 : Lecteurs assidus (20 + hors BD) au cours des 12 derniers mois



Données source : Enquêtes Pratiques culturelles, Deps, ministère de la Culture, 2020

Figure 14 : Lecteurs moyens (10/19 livres hors BD) au cours des 12 derniers mois

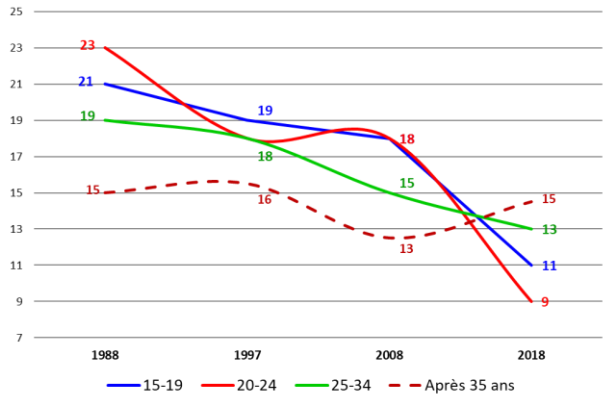
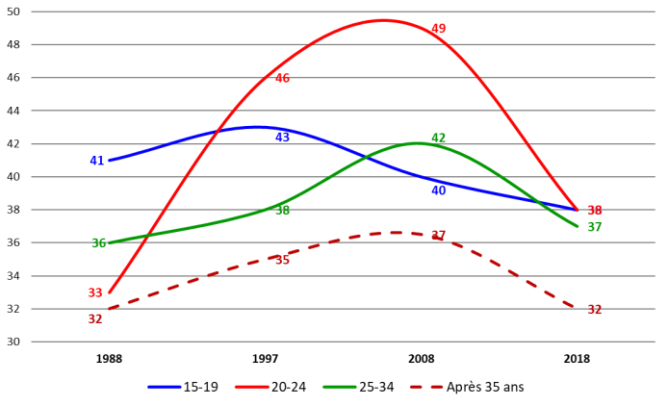


Figure 15 : Faibles lecteurs (1 à 9 hors BD) au cours des douze derniers mois



Données source : Enquêtes Pratiques culturelles, Deps, ministère de la Culture, 2020

Certains s'en émeuvent comme l'écrivain de science-fiction Kim Stanley Robinson. Pour lui, les textes sont plus importants que les images. *« Si vous lisez, cela peut vous frapper plus fortement que si vous voyez les*

images d'un film. Car même si elles peuvent être brutales, les images ne viennent pas de l'intérieur de vous. Face à celles de film, vous pouvez fermer les yeux. Mais si vous lisez, elles sont dans votre tête, et donc elles deviennent les vôtres » conclut l'auteur[184]. De ce fait, on sent que cet imaginaire individuel sera plus difficile à partager, quand les images visionnées peuvent très facilement se propager et servir de base commune d'émotion.

Cette baisse de la lecture de livre doit donc nous interroger.

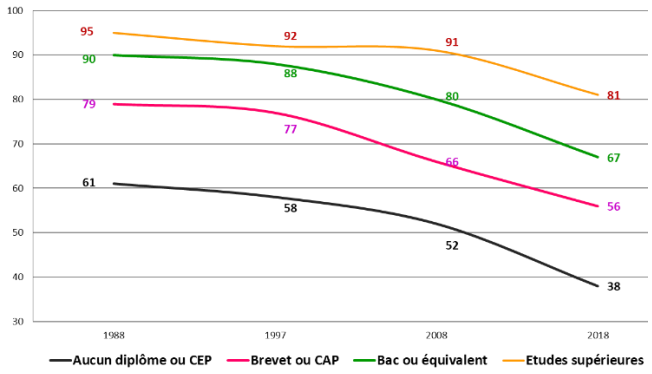
D'autant plus que le phénomène ne touche pas les individus de la même manière. En regardant plus attentivement les données sociologiques de ces baisses, on constate que le phénomène touche particulièrement les garçons qui se désintéressent progressivement des livres depuis 3 décennies (Fig16). Il est vrai que la lecture est enveloppée d'une connotation féminine. Ce sont souvent les mères qui lisent des histoires à leurs enfants, des institutrices qui leur apprennent à lire, puis des professeures de français qui sont chargées de leur faire découvrir le paysage littéraire. Cet environnement d'apprentissage doit jouer un rôle dans la disparité des garçons et des filles dans leur attrait pour la lecture de livres.

Le niveau général d'éducation ne cesse d'augmenter depuis les trente dernières années. Les femmes ont pris le dessus depuis les années 2000. Elles ont le pourcentage de diplômes supérieurs le plus élevé avec 39%. Les hommes les talonnent avec 33% de diplômes supérieurs aux Bac+2[185]. Pourtant, tous les niveaux d'étude sont confrontés à cet éloignement, même si la distance à l'objet livre est beaucoup plus marquée parmi ceux qui n'ont pas, ou peu de diplômes (Fig.17).

On observe une baisse généralisée depuis le dernier recensement de 2008. Comme le décrit Olivier Donat[186], cela fait plusieurs décennies que chaque nouvelle génération arrive à l'âge adulte avec un niveau d'engagement inférieur à la précédente, si bien que l'âge moyen des lecteurs à tendance à vieillir.

Figure16 : Total lecteur (1+ hors BD/an) par genre

Figure 17 : Total lecteur (1+ hors BD/an) par niveau d'étude



Données source : Enquêtes Pratiques culturelles, Deps, ministère de la Culture, 2020

[184] STANLEY ROBINSON Kim, entretien Mediapart du 12 novembre 2023, Climat : « Nous vivons dans un monde de science-fiction » en ligne : https://www.mediapart.fr/journal/ecologie/121123/climat-nous-vivons-dans-un-monde-de-science-fiction

[185] Sources Insee enquête enploi, en ligne : https://www.insee.fr/fr/statistiques/2416872#tableau-figure1

[186] DONAT Olivier ; Lecture, livre et littérature, évolution 1973-2008, dans Lectures et lecteurs à l'heure d'internet, édition du cercle des libraire, coll Bibliothèques 2011

Si la lecture baisse de manière générale et vise plus particulièrement les jeunes adultes aujourd'hui, les explications doivent être produites après une analyse approfondie des paysages sociologique, historique, cognitif et même sociotechnique qui l'imprègnent.

Ce qu'annoncent ces temps nouveaux, c'est le déclin de la "Culture légitime", cette période où l'homme considérait que les plus hautes vertus résidaient dans la connaissance des arts, de la musique, de la philosophie ou de la littérature. À une époque où le progrès était l'objectif sur lequel les sociétés devaient se focaliser, il était question d'améliorer les conditions de vie matérielles et d'allonger la durée de vie, mais en s'inspirant de la tradition et des valeurs culturelles qui en fondaient le socle. C'est donc toute une représentation symbolique qui tend à se transformer.
La culture, au sens patrimonial et historique du terme, a progressivement été considérée comme un frein au développement scientifique, économique et financier du monde. Pour les adeptes du progrès technologique, s'attacher à étudier les grands auteurs ne sert pas d'outil pour se projeter dans le futur. Aussi, les "objets" culturels se sont progressivement réduits à un stock dans lequel il est possible de puiser pour se divertir ou se distinguer, à l'égal d'autres stocks, quantifiés, comptabilisés, gérés au mieux pour produire une richesse symbolique synonyme de développement humain. Cette tendance remonte à presque un siècle. Paul Valéry déjà en 1939, plaçait "*la valeur esprit*" au sommet de l'échelle des valeurs culturelles, et faisait le constat que l'économie spirituelle, comme celle de l'économie matérielle, se résumait en un simple conflit d'évaluations. Dans les mots employés pour s'en saisir se trouvent les mêmes notions de production et de consommation. Les lexiques identiques font référence à des marchés, à une économie, et cela désacralise cette valeur de création si chère à Valéry. « *J'ai donc dit "valeur" et je dis qu'il y a une valeur nommée "esprit", comme il y a une valeur pétrole, blé ou or. J'ai dit valeur, parce qu'il y a appréciation, jugement d'importance, et qu'il y a aussi discussion sur le prix auquel on est disposé à payer cette valeur : l'esprit* » écrit-t-il dans son livre la liberté de l'esprit[187]. Hormis la résistance française qui défend "*l'exception culturelle"*[188], la tendance mondiale est de quantifier la valeur culturelle comme un produit quelconque et les bénéficiaires de ces créations artistiques sont vus comme de simples consommateurs. C'est peut-être pourquoi le marketing parle de consommation de vidéos plutôt que de visionnage ?

La baisse de la lecture peut aussi s'apprécier en regard de certains marqueurs. Le grand lecteur qu'était le président François Mitterrand, dont la bibliothèque du même nom est la marque de son passage à la tête de l'état, en est un symbole significatif. Il est le dernier président de la République qui revendiquait un temps de lecture quotidien. Il possédait plus de 20.000 livres dans sa bibliothèque personnelle[189] et défendait la nécessité d'une culture littéraire pour appréhender la direction d'un pays. Il est celui qui fit bâtir la pyramide du Louvre, symbole de la culture classique, valorisée par le pouvoir pour faire rayonner la France d'une aura culturelle internationale propre à la période des Lumières.
À sa suite, hormis Jacques Chirac qui se passionnait pour les arts dits "premiers" et leur consacra un musée, les présidents qui se sont succédés n'ont plus cherché à laisser de traces culturelles de leur passage, et se sont contentés de "gérer" les affaires courantes dans des postures pro-business. La baisse visible des lecteurs

---

[187] VALERY Paul: La liberté de l'esprit (1939)- Suivi de Notre destin et les lettres - Poche -Editions Manucius 2019

[188] L'exception culturelle est définie par les décrets « Tasca » du 17/01/1990 à propos des productions audiovisuelles.

[189] La croix : Dans la bibliothèque de François Mitterrand, article paru le 26/10/2018, en ligne https://www.la-croix.com/Culture/Expositions/bibliotheque-Francois-Mitterrand-2018-10-26-1200978868

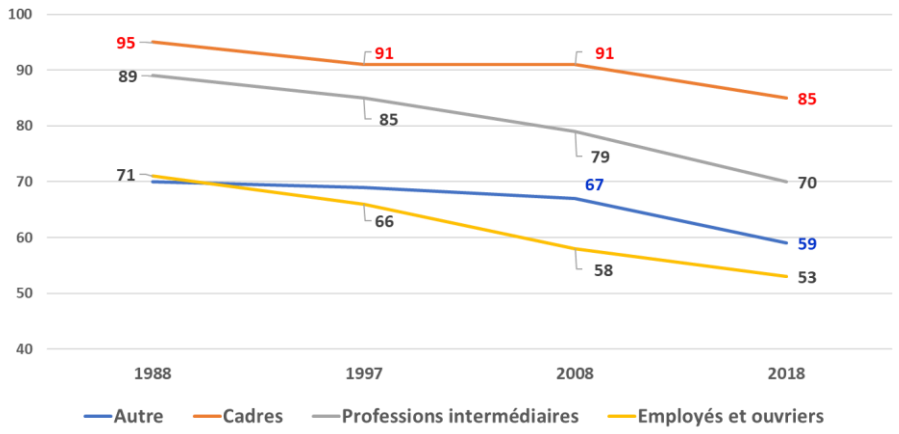
depuis 2008 correspond avec le quinquennat de Nicolas Sarkozy, et les présidents qui ont suivi n'ont fait qu'accentuer la tendance.

C'est donc toute l'échelle des valeurs qui en a été bouleversée, à commencer par l'orientation des études et de la fabrication des élites. Plus besoin de *travailler ses lettres*, les langues anciennes et la philosophie pour former des ingénieurs capables de relever les défis techniques attendus. Se concentrer sur les mathématiques et les sciences devient le prérequis. La sélection scolaire s'opérant dorénavant sur le calcul, le pratique et l'organisationnel, les cultures humanistes perdent ainsi du terrain et les sciences contribuent au désinvestissement littéraire des meilleurs élèves. Comme le suggère Bourdieu, « *la cote des humanités traditionnelles, qui tenaient leur valeur moins de leur utilité professionnelle ou de leur rentabilité économique que de l'étroitesse de leur diffusion, donc de leur pouvoir de distinction, tend à régresser au profit du capital scientifique et technique et surtout bureaucratico-politique, dont la rentabilité économique est assurée par l'accroissement des services symboliques* »[190].

Les classes supérieures, plus diplômées, même si elles conservent leur première place de lecteurs, accusent ainsi une baisse significative de 6 points en 10 ans, quasi synchrone avec les autres catégories (Fig.19).

La lecture littéraire et la culture artistique perdent leur place centrale. Le développement de la science a poussé celui de la technologie, dont la demande a progressivement réduit les coûts des outils mis à disposition du grand public. La télévision, et quelques décennies plus tard, l'Internet et le Web, transforment les usages culturels. La culture peut enfin se propager au plus grand nombre. Mais le rapport de force entre les cultures savantes et celles du divertissement s'est progressivement déséquilibré au profit des secondes, moins chères à produire. La libéralisation des marchés et les logiques de concurrence achevèrent le processus, obligeant les acteurs à séduire leurs audiences par des programmes plus faciles et valorisants, fabriques à émotions, captivantes et hypnotisantes.

Figure 19 : Total lecteur (1+ hors BD/an)
par catégories sociales



Données source : Enquêtes Pratiques culturelles, Deps, ministère de la Culture, 2020

190 BOURDIEU Pierre, la noblesse d'État. Grandes écoles et esprit de corps? Paris Le éditions de minuit. Collection "le sens commun" 1989

Marcel Gauchet analyse ce basculement en rapprochant de l'individualisation des parcours de vie[191] (décrit plus haut), dont la tendance marquerait un individualisme venant se percuter avec les fondements de l'Éducation nationale. En effet, si la formation de chacun se doit d'être poussée par une nécessité individuelle, mythe selon lequel l'individu ne doit qu'à lui-même l'essentiel de ce qu'il est, l'autorité de l'institution n'est que minimisée et peut être remise en question par chacun.

Quand le savoir finit par se retourner en un vecteur de domination, l'individu croit pouvoir s'en libérer pour préserver son authenticité. Seul est désormais accepté le rapport utilitaire et instrumental à ce savoir, somme de connaissances neutres, vouées à rester extérieures à l'individu afin de préserver sa liberté, affirme Gauchet. L'idée que le sujet contemporain aurait à s'incorporer à un cadre contraignant dans lequel des adultes auraient autorité sur lui peut plus facilement être rejetée, autant par les élèves que par les parents eux-mêmes.

Si liberté correspond à l'idée d'émancipation, l'égalité peut rapidement prendre la direction d'un égalitarisme, capable d'étouffer, dans sa version radicale, toute idée de mérite et de progrès, au profit d'un relativisme général des attitudes et des talents.

Pourtant, l'acquisition des savoirs constitués est ce qui permet aux jeunes adultes de s'insérer dans le corps collectif de la société, pour faire vivre en soi sa substance d'un présent produit par le passé, sur lequel on ne peut avoir prise qu'après en avoir recueilli initialement l'héritage. La tendance d'une simplification viendrait alors compenser tout effort pour se confronter à une complexité nécessitant de se surpasser.

2.2.1 Quand la culture populaire dilue la culture classique

Dans un souci d'amasser la plus grande quantité possible de contenus afin de le rendre disponible et attirer les usagers, Google numérise le patrimoine littéraire et la presque totalité des livres papier ; c'est donc nos manières de lire et de rechercher les informations qui sont modifiées. La bibliothèque de quartier devient rapidement étroite comparée à celle proposée en ligne. Qu'on nous parle d'un ouvrage, et un moteur de recherche saura vous en donner le résumé, les bonnes feuilles ou une grosse partie des chapitres. Pour autant, bien que les contours de l'œuvre vous soient dessinés, tous ses détails, la progression de sa lecture, le développement de la pensée de l'auteur vous seront difficiles à appréhender, à moins que vous possédiez une liseuse et que vous achetiez la version numérique. Mais le livre électronique a du mal à s'installer en France, et seulement 5,6% de la population lit de la littérature sous cette forme[192].

Dans son article sur la lecture à l'ère numérique, Sylvie Octobre analyse la transformation qu'a opéré l'hégémonie des techniques numériques sur les usages de lecture pour la génération des jeunes adultes aujourd'hui[193]. Elle souligne que « *dans une société de l'information et de la circulation rapide de contenus textuels nombreux, la « lecture scolaire » ne se réduit plus au déchiffrement, mais suppose, plus que jamais,*

---

[191] GAUCHET Marcel. « L'école à l'école d'elle-même. Contraintes et contradictions de l'individualisme démocratique », Le Débat, vol. 37, no. 5, 1985, pp. 55-86.

[192] SNE, Les chiffre du numérique. En ligne https://www.sne.fr/numerique-2/le-livre-numerique-en-2015-le-numerique-en-marche/#les_chiffres_du_numerique_2016

[193] OCTOBRE Sylvie, « La lecture à l'ère numérique. Au commencement était le livre. Et à la fin le texte », *Études*, 2013/5 (Tome 418), p. 607-618. DOI : 10.3917/etu.4185.0607. URL : https://www.cairn.info/revue-etudes-2013-5-page-607.htm

une compréhension susceptible de fonder une hiérarchisation des textes, une compréhension de leur contenu et une réponse, le plus souvent écrite » (Ibid. p.609).

Les textes sont partout, mais à faible dose et entourés d'images qui s'imposent par leur taille, leurs couleurs et leur facilité de lecture. Mais ils continuent de servir de trame d'orientation et de compréhension sémantique. Car ils sont autant produits par les émetteurs que par les récepteurs. De la recherche sur Google, de ses propositions, des articles qui en découle, des tweets aux commentaires déposés sur YouTube en passant par le fil de Facebook, les utilisateurs se servent massivement des mots pour recevoir l'information, pour transmettre leurs idées, leurs avis ou leurs sentiments. Même si des émoticons sont des raccourcis imprécis pour exprimer les émotions, ou qu'un copier/coller d'hyperlien peut faire dire beaucoup sur son messager, la culture numérique utilise largement le langage des mots pour faire lien.

Le langage se transformant et s'adaptant aux contraintes techniques (écriture avec clavier ou avec les pouces sur l'écran du Smartphone, nombre de lettres limité…). Le niveau d'éducation ne se retrouve plus nécessairement à travers les écrits. La lecture n'est plus un élément indispensable de l'élévation sociale.

C'est donc tout un mouvement de transfert culturel qui s'opère depuis quelques décennies et qui alerte ceux pour qui les références littéraires et philosophiques (les "grandes œuvres"), doivent se maintenir. Au lieu de ça, c'est la lecture accélérée, les résumés, le globish[194], qui sont devenus les outils linguistiques indispensables de la réussite scolaire.

L'affaiblissement des cultures littéraires classiques est toutefois compensé par l'influence croissance d'une culture populaire plus mainstream. Les élites se mettent à la consommer largement. Les cartes du capital culturel cher à Bourdieu sont progressivement rebattues. La culture nationale est aujourd'hui moins structurée en deux blocs opposant les "dominants" et des "dominés", mais une culture commune émerge des grandes œuvres populaires cinématographiques, des bandes dessinées, des jeux vidéo ou des romans à succès[195]. Elle se répand chez les catégories supérieures qui se les sont appropriées sans réticence. Bernard Lahire décrit les étudiants en science comme des sortes de "monstres" à deux têtes, l'une très savante, et l'autre plus populaire. Les élites se construisent avec la culture mainstream. Ils l'apprécient et la propagent à grande échelle.

La baisse de l'écart de légitimité entre les cultures classique et populaire à un effet social induit très structurant. Puisque les élites d'aujourd'hui sont baignées du même bain que celui de la population qu'elles sont censées diriger, les anciennes oppositions sociales paraissent moindres et surtout moins impressionnantes, ce qui aurait comme effet d'augmenter le nombre de consommateurs. En effet, si la culture populaire est légitimée par les élites, leur consommation peut servir d'exemple et favoriser une large diffusion sociale. « *Considérer le cinéma comme un art, prendre le jazz pour de la grande musique, c'était prendre le risque d'affaiblir la croyance dans le caractère sacré de la haute culture* » écrit Bernard Lahire[196].

Et si les communions se multiplient pour glorifier une multitude de nouveaux domaines artistiques, qui jusqu'à-là étaient dévolus au peuple, la force de chacun s'en trouvera réduite à son nombre de fans, mis en concurrence sur un marché limité. Les habitus et la distinction bourdieusienne sont chamboulés. Seul l'entre soi réussit à les protéger, ainsi que les pratiques onéreuses telles que le golf, le ski ou l'équitation, qui

---

[194] Global English : version simplifiée de l'anglais n'utilisant que les mots et les expressions les plus communes.

[195] LAHIRE Bernard, « Formes de la lecture étudiante et catégories scolaires de l'entendement lectoral », Ste contemporaines, N°48, 2020, page 87-107

[196] Ibid, page 611

continuent d'alimenter le capital culturel par leur coût[197]. Mais boire une bière à la suite d'un *Marvel,* vu dans un centre commercial, est aujourd'hui aussi valorisant pour le fils d'un grand dirigeant économique que pour un de ses employés. Cela peut même rapprocher la bourgeoisie d'une population dont elle était jusqu'à présent coupée. Elle pourra comprendre ses références culturelles et ainsi créer plus de proximité entre eux. L'évolution est conséquente. Alors que les pratiques culturelles des français étaient souvent cantonnées à des champs bien définis (érudition littéraire pour les élites et pratiques folkloriques pour le peuple), c'est le mélange des genres qui prédomine aujourd'hui, généralisant la légitimé de toutes pratiques, tant qu'elle s'inscrit dans le système capitaliste.

2.2.2 Des pratiques culturelles rétrécies

Une autre explication de la baisse du temps consacré à la lecture serait que les jeunes adultes sont occupés à d'autres activités chronophages. Or, l'enquête 2020 du ministère de la Culture fait ressortir que les pratiques musicales ou artistiques ont considérablement baissé ces dix dernières années. L'apprentissage d'un instrument de musique, ou une autre activité artistique comme les arts plastiques ont perdu très fortement de leur attrait. Les 15/19 ans, ont toujours été ceux dont les familles organisaient les activités extrascolaires en leur donnant un but éducatif. Maitriser un instrument de musique, par exemple, fait partie d'une volonté très souvent motivée par les parents, qui y voient une manière de développer la sensibilité artistique de leur enfant. Pour ces jeunes, les dix dernières années ont vu une perte de 14% de leur engagement dans l'apprentissage musical (Fig.20). Leurs ainés ne font pas mieux, car les 20/24 ans se sont désinvestis pour 13% d'entre eux.

Et le même phénomène se constate pour les autres activités artistiques, hors des pratiques musicales. -20% pour les 20/24 ans et -15% pour les 15/19 ans (Fig.21). Travailler avec ses doigts pour créer ne fait plus recette, ou du moins pas avec de la peinture, de la terre ou d'autres matériaux.

Figure 20 : Ont eu une pratique musicale amateur les 12 derniers mois

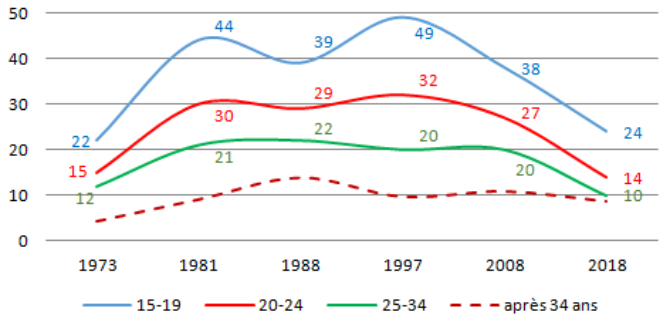
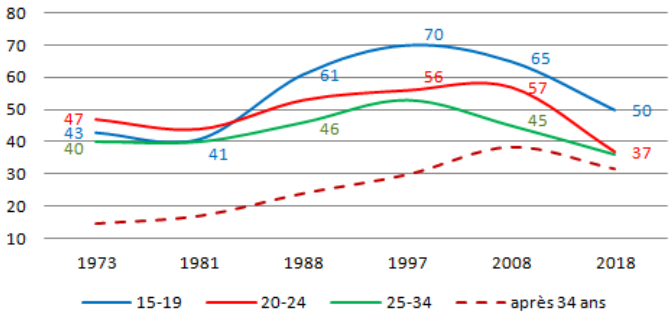


Figure 21 : Ont eu une activité artistique amateur les 12 derniers mois



Données source : Enquêtes Pratiques culturelles, Deps, ministère de la Culture, 2020

Si se dépenser en pratiquant un sport en équipe ou en solitaire motive toujours un français sur deux, les pratiques sportives des filles augmentent et viennent légèrement compenser leur retrait[198]. Leur activité a augmenté de 5 points de 2009 à 2012 et s'est stabilisée jusque-là.

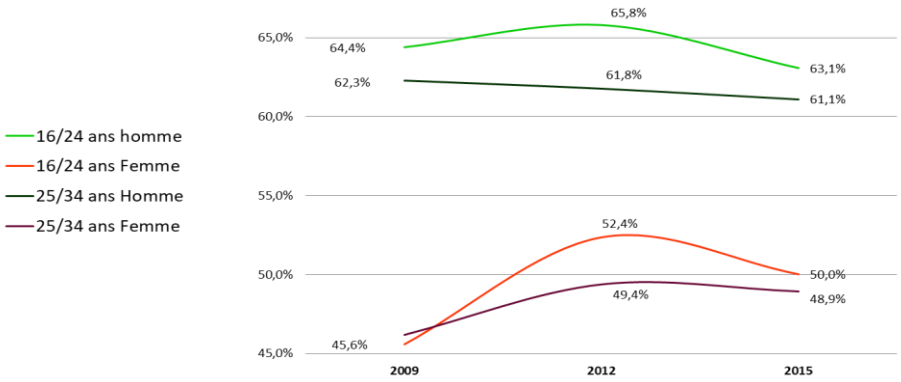
[197] BOURDIEU Pierre, *La distinction,* Les Éditions de Minuit, 2016.

[198] Injep, Analyses et synthèses, Pratiques sportives : une hausse portée par les femmes et les seniors ; N°15, juillet 2018 en ligne https://injep.fr/wp-content/uploads/2019/05/ias15_donnees_complementaires.xlsx

Mais en regardant par tranche d'âge, les pratiques sportives des filles de 16/24 ans ont tendance à baisser légèrement depuis 2012. La baisse de 4 pts de lectrices ne bénéficie donc pas à leurs pratiques sportives (Fig.22).

L'étude du ministère de la Culture confirme aussi que les jeux vidéo prennent une place importante pour une partie des jeunes adultes. Mais elle nous montre aussi que les joueurs sont de plus en plus nombreux, non pas parce que les jeunes augmentent leur consommation, mais plutôt parce que les plus âgés y trouvent eux aussi un plaisir certain.

Figure 22 :
Taux et évolution des pratiques sportives des 16/34 ans par sexe de 2009 à 2015



Source : Enquête SRCV (2009, 2012, 2015), INSEE ; traitement INJEP-MEOS.

Pour les 15/34 ans, le nombre de joueurs est très stable depuis 2008 (Fig.23), tandis qu'il augmente pour les plus âgés. Pourtant, le nombre de ceux qui pratiquent tous les jours a augmenté significativement depuis 10 ans, particulièrement chez les 20/24 ans, dont l'augmentation correspond à 14%. Ceux qui jouent, jouent donc plus souvent (Fig.24). Autant de joueurs donc, mais des joueurs plus dépendants et passionnés. On peut donc imaginer que ce temps passé à jouer devant un écran est pris sur celui passé plongé dans un livre.

Figure 23 : Ont joué à des jeux vidéo dans l'année

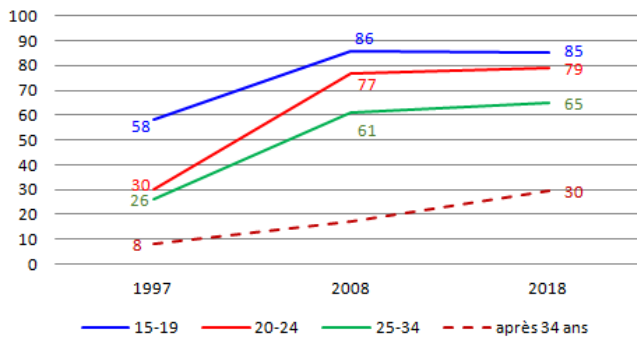
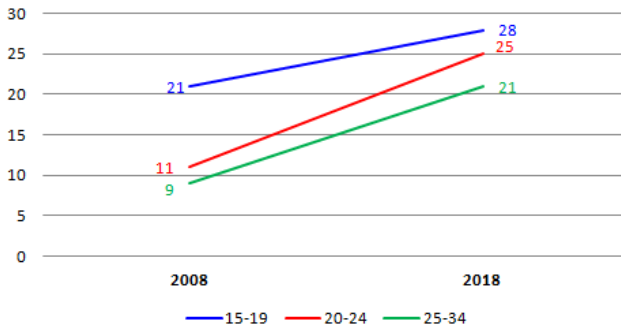


Figure 24 : jouent à des jeux vidéo tous les jours



Source : Enquêtes Pratiques culturelles, Deps, ministère de la Culture, 2020

Ce ne sont pas les activités culturelles qui sont la cause de la baisse du temps passé à lire de livre. Alors, la télévision l'aurait-elle accaparé à son profit ?

2.2.3 Et la télévision changea de statut

Avant d'analyser les usages télévisuels des jeunes adultes, il est primordial de définir ce que le terme "télévision" comprend, dans la mesure où l'objet télé peut être sujet à de multiples confusions. La loi du 30 septembre 1986 en son article 2[199], rappelle utilement « *qu'est considéré comme service de télévision tout service de communication au public par voie électronique destiné à être reçu simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie du public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des images et des sons* ». Cette définition est toujours valide aujourd'hui, bien que la technologie permette de délinéariser la programmation et de la proposer en lecture replay.

Si ce système ne garantit pas la qualité des programmes, il simplifie l'usage du service. Ses atouts sont la facilité d'utilisation, la routine de consommation et le direct de la diffusion.

Comme l'écrit Rémy Le Champion, la télévision est une activité de marché et doit s'analyser comme telle en prenant en compte les modifications d'usage qu'ont favorisé les technologies numériques[200]. Car le cœur de métier des diffuseurs historiques est la programmation. Ils sont éditeurs de programmes, les formatent et leur donnent de la visibilité en tentant de séduire le public le plus large, soumis à une très forte concurrence. Le financement des chaines se fait essentiellement par la publicité, ou/et la redevance pour le service public. Ils conduisent les programmateurs à s'adapter autant aux téléspectateurs qu'aux annonceurs pour maximiser leurs profits, calculés sur le nombre de spectateurs présents pendant les programmes publicitaires. Le relevé est réalisé par Médiamétrie. Cet institut indépendant a installé un audiomètre dans 5000 foyers, pour un total de 11 400 individus âgés de 4 ans et plus, représentatifs de la population française. Ce "mouchard" consenti comptabilise la présence devant l'écran, minute par minute, en l'associant à une chaine. Même si les chiffres récoltés ne rendent pas compte de l'attention portée aux programmes, ils sont une convention qui satisfait l'ensemble des acteurs, et c'est eux qui servent à établir le prix des écrans publicitaires.

L'économie de cette télévision tient à la masse de ses téléspectateurs et c'est elle qui soutient une très large part des financements de la production française, que ce soit pour des émissions de flux, diffusées une seule fois, telles que les infos, les magazines ou les divertissements, financés en totalité par les diffuseurs, ou les programmes de stock, amenés à être diffusés plusieurs fois et sur des supports différents (fiction, documentaires et films d'animation), qui eux sont financés par les diffuseurs, le *Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC)* et les distributeurs. Plus ils investissent, plus leur audience a des chances d'augmenter ; et plus leurs audiences augmentent, plus ils peuvent investir et abonder les financements du CNC par la Taxe sur les services de télévision (TST), (environ 4% de leur assiette taxable). Cette taxe correspond en 2022 à près de 65% de son financement[201].

La télévision en linéaire est donc un enjeu important pour un secteur économique national dont la création est le fonds de commerce. Si les audiences baissent trop, c'est son modèle économique qui vacille et qui freine la production de nouveaux programmes, souvent très onéreux. Les diffuseurs cherchent donc des parades pour conserver leur leadership. Le modèle narrowcast[202] est une des réponses pour préserver une

---

[199] Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard), https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000020358258/

[200] LE CHAMPION Rémy, « La télévision entre deux paradigmes », *Télévision*, 2019/1 (N° 10), p. 33-51.

[201] Projet de loi de finances pour 2023 : Médias, livre et industries culturelles. Rapport général n° 115 (2022-2023), tome III, annexe 19, déposé le 17 novembre 2022

[202] Le modèle Narrowcast consiste à multiplier des chaines thématiques à des publics plus restreints, dont l'audience accumulée permettra de consolider la position du diffuseur.

audience qui se décolle de leur programmation linéaire. En effet, les chaines thématiques font souvent partie d'un ensemble plus large qui accompagne les chaines généralistes. Elles segmentent leurs programmes par type et genre en les rediffusant en boucle pour en faire baisser les coûts. Les diffusions en replay viennent aussi compléter leur dispositif en permettant aux téléspectateurs de visionner les programmes sans les contraintes de la programmation.

Le modèle SVOD (Subscription Video On Demand) est une rupture avec le modèle précédent[203]. Il permet de proposer des vidéos en streaming à la demande sur n'importe quel terminal. Il attaque frontalement l'ancien modèle, car il recrute les dernières générations de spectateurs, sans passer par des intermédiaires (Direct to Consumer). L'exemple représentatif est celui de Netflix. Sa diffusion mondiale autant que le nombre de ses abonnements lui donnent des moyens qui lui permettent de produire des films et séries très populaires en transformant les comportements grâce à des consommations compulsives de séries, visionnées n'importe où, n'importe quand.

L'autre modèle qui nous intéresse est celui de l'AVOD *(Advertising-based Video On Demand)*. C'est celui de YouTube. Il s'apparente au modèle des chaines privées comme TF1, en offrant la gratuité des programmes en échange du placement de publicité autour ce ceux-ci.

Les capitalisations boursières sont un des signaux qui montrent l'importance du phénomène. Ainsi, l'application TikTok lancée en 2016 enregistre aujourd'hui plus de 500 millions d'utilisateurs et une capitalisation boursière de plus de trente fois supérieure à celle du groupe TF1, premier broadcast européen. YouTube est le gagnant incontestable de ce modèle qu'il a en partie créé. La plateforme revendique plus de 2 milliards d'utilisateurs dans le monde qui aspirent chaque jour 37% du trafic mondial sur mobile. La capitalisation de sa maison mère Alphabet (qui comprend Google) est valorisée à ce jour près de 1 700 milliards de dollars.

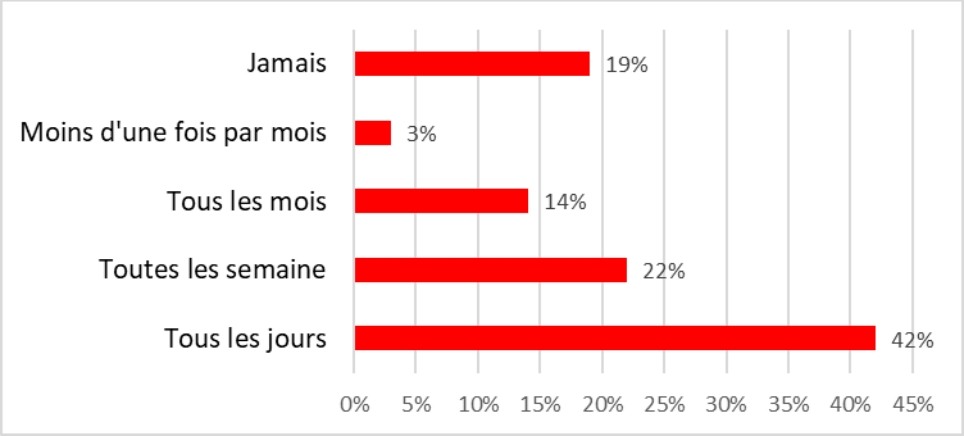
Netflix (et dans une moindre mesure Amazon Prime) revendique près de 149 millions d'abonnés dans le monde et anticipe de dépenser 3 à 3,5 milliards de dollars pour la production audiovisuelle. La guerre des contenus n'est pas près de se terminer, dont le consommateur pourra peut-être bénéficier, mais qui n'aidera pas les diffuseurs broadcast historiques à consolider leurs positions. Pour rééquilibrer la concurrence, le gouvernement français vient de faire passer un décret obligeant ces nouveaux diffuseurs VoD à investir une partie de leur chiffre d'affaires national dans la production française. De quoi soutenir un secteur économique, mais assurément pas de sauver la télévision en linéaire.

Le nouveau rapport digital 2018 publié par We Are Social[204] et Hootsuite révèle que la vidéo est plébiscitée par les internautes français. 42% en consomment tous les jours et 22% toutes les semaines, tandis que seulement 19% d'entre eux n'en regardent jamais (Fig.25). La vidéo est donc le média qui compte pour les Internautes

[203] MICHAUX, Valery. Nouvelles plateformes entre télévision et cinéma: quelles mutations en cours? Quels impacts sur les contenus?. *Enjeux numériques*, 2020, no 10, p. 29-44.

[204] rapport digital 2018 publié par We Are Social et Hootsuite https://wearesocial.com/fr/blog/2018/01/global-digital-report-2018

Figure 25 : Fréquence de visionnage en France de vidéo YouTube par les 15-35 ans

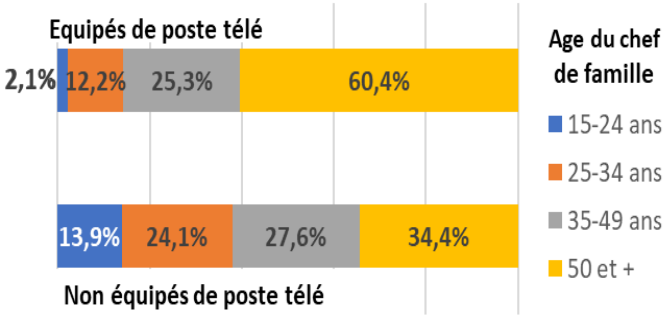


Source : rapport digital 2018 publié par We Are Social

La télévision est encore physiquement très présente dans les lieux d'habitation ou certains lieux publics comme les bars. Elle reste pour cette raison un artefact de la culture populaire. Mais sa progression a cessé et à tendance à diminuer, au point que les jeunes qui s'installent pour la première fois hors de chez leurs parents s'équipent moins systématiquement de cet écran encombrant (Fig.26) Et pour certains, c'est même l'idée de la télévision qui disparait de leur quotidien en même temps que de leur appartement.

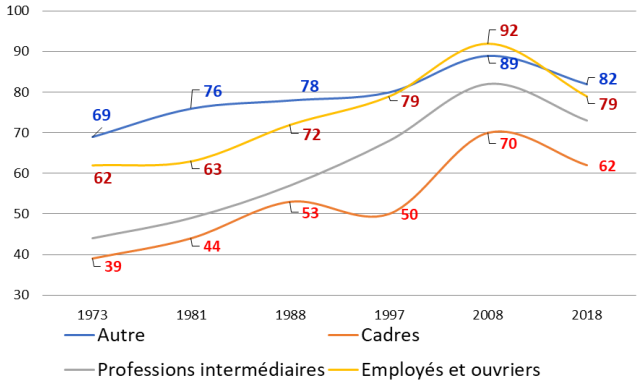
Contrairement à ce qu'avait observé Philippe Coulangeon[205] en 2007, la télévision a perdu de son influence auprès des classes populaires, employés et ouvriers (Fig.27). Depuis 10 ans, cet éloignement concerne toutes les catégories sociales et professionnelles. Si les cadres sont depuis toujours plus distants avec la télévision, eux aussi semblent amorcer le même mouvement de recul. Non seulement les jeunes adultes regardent moins la télévision, mais ils la regardent moins souvent (Fig.28 et 29).

Figure 26 : Présence de la télévision dans les foyers selon l'âge du chef de famille



Étude CSA 2018 : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers de France métropolitaine

Figure 27 : Regardent la télévision tous les jours selon catégories sociales



Source : Enquêtes Pratiques culturelles, Deps, ministère de la Culture, 2020

Si les chiffres montrent une baisse significative du nombre de personnes regardant la télévision, il n'en demeure pas moins que l'achat de téléviseurs se maintient de façon assez stable. Car regarder un film ou une

[205] COULANGON Philippe, « Lecture et télévision, Les transformations du rôle culturel de l'école à l'épreuve de la massification scolaire ». Dans Revue française de sociologie, 2007/4 (Vol. 48), pages 657 à 691

série sur Netflix n'est plus considéré comme du temps passé à regarder la télé. L'objet télé change de statut et devient un terminal comme les autres, un écran en haute définition qui apporte à la maison les sensations des salles de cinéma. Les plateformes l'ont bien compris, qui proposent des sorties mondiales de blockbuster en exclusivité, sans plus passer par une sortie en salle. Des films primés tels que le grand prix du jury du Festival de Cannes 2019 (*Atlantique),* ou le grand prix de la Semaine de la Critique 2019 (*J'ai perdu mon corps*) en sont de bons exemples. En achetant les droits de ces films d'auteur, Netflix contourne les règles du Festival de Cannes, qui refuse les projets diffusés en dehors des salles de cinéma, mais elle satisfait ses abonnés qui pourront les voir chez eux.

Figure 28 :
Regardent la télévision 20h ou plus par semaine

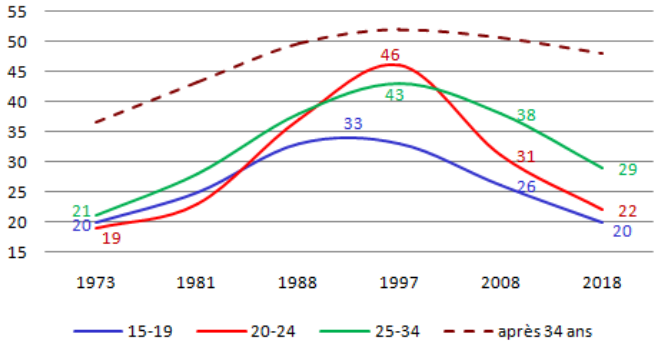
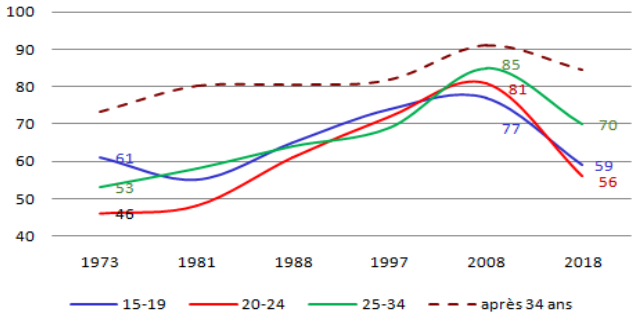


Figure 29 :
Regardent la télévision tous les jours ou presque



Source : Enquêtes Pratiques culturelles, Deps, ministère de la Culture, 2020

En dehors des téléviseurs, le nombre d'écrans se multiplie depuis plusieurs années pour une consommation individuelle. Aujourd'hui, 5,5 écrans sont présents en moyenne dans les foyers français[206]. Entre les téléphones intelligents, les ordinateurs et autres tablettes et les télévisions, les possibilités d'y consacrer du temps se sont largement accrues. Cet usage sélectif crée une concurrence qui vient frapper la télévision broadcast dont les programmes sont annoncés dans les journaux télé. Les rituels que l'objet télé imprégnait sur les familles sont désormais bousculés par des pratiques spécifiques où chacun porte sur lui son environnement audiovisuel personnel. Les repas du soir ne se passent plus forcément devant le journal télévisé, mais dans un manège de regards obliques vers la dernière notification envoyée par son smartphone. Là, se révèle une opposition dans la consommation des programmes. Celle des plus anciens est basée sur l'habitude d'une programmation régulière et identifiée, tandis que leurs enfants sont adeptes de programmes disponibles à la demande.

La télévision linéarisée a pourtant des atouts : elle garde une puissance évènementielle que le webcast n'a pas encore acquis. La simultanéité de diffusion nationale reste un atout majeur pour les rencontres sportives, les rendez-vous politiques nationaux, et les informations chaudes. Le concept de lien social développé par Dominique Wolton[207] est toujours d'actualité, même si la notion s'est émoussée. La séquence du confinement l'a bien montré, la télévision linéaire est devenue la pourvoyeuse de l'information officielle, dont les chaines d'info continue ont également profité. Mais en dehors de ces périodes d'exception, la linéarisation des programmes ne fait plus recette chez les jeunes adultes.

[206] Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers, CSA, 2017

[207] WOLTON Dominique, « La télévision comme lien social. Entretien avec Dominique Wolton », *Le Débat*, 1990/4 (n° 61), p. 116-120. DOI : 10.3917/deba.061.0116.

La télévision sert aussi de référence, que le public rétif aime critiquer. C'est pourquoi ces programmes se retrouvent découpés en fragments signifiants que les réseaux sociaux amplifient pour en faire des objets de controverse que Twitter relaiera frénétiquement. Les producteurs de programmes télé se servent de ses citations pour étendre leur audience ou pour mieux la qualifier. Ces extraits, sortis de leur contexte, ont tous les ingrédients pour provoquer une viralité, et les diffuseurs eux-mêmes le savent et mettent en circulation les passages les plus sulfureux. La télévision reste donc une référence symbolique et sémantique que l'on scrute et que l'on discute sans avoir à regarder les programmes dans leur totalité.

Twitter, Facebook ou YouTube sont devenus les médias promotionnels des chaines toute info et de leurs chroniqueurs provocateurs. C'est cette *lecture oblique* des programmes télé qui transforme les images et les sons en mots de 280 signes pour gazouiller sur ce que produit la télévision. Mais ici, elle n'est plus le média dominant, elle n'est que la pourvoyeuse de matière à twitter de la controverse qu'elle s'efforce de produire pour continuer à exister[208].

Le statut de la télévision reste donc ambivalent, et il faut analyser les données la concernant dans l'Enquête du Ministère de la Culture comme une transformation en profondeur de ses usages. La télévision telle qu'on la pensait jusqu'à présent, avec sa programmation horaire, est tombée de son piédestal. Elle conserve une place notable dans l'environnement audiovisuel, mais son public s'est fractionné selon les générations et les évènements à fort retentissement médiatique.

2.2.4 Les médias historiques perdent leur hégémonie informationnelle

En ce qui concerne l'information, la vidéo a hautement rivalisé avec la presse traditionnelle. Si elle avait déjà perdu de sa puissance avec la radio et la télévision, c'est tout le secteur qui s'affaisse depuis qu'internet est lové dans les poches de tous les Français.

Si les lecteurs délaissent les livres, il est important de voir s'ils délaissent aussi les journaux, même numériques. Alors que des modules d'information sont diffusés par tous les médias, seuls les journaux associent l'information à la lecture.

Malgré les efforts faits pour tenter de séduire les jeunes adultes et les inciter à ouvrir un journal, le lectorat se réduit et se renouvelle peu. La baisse de la lecture de la presse subit de plein fouet cet éloignement de la lecture (Fig.30).

Figure 30 :
Ont lu un journal au cours des 12 derniers mois

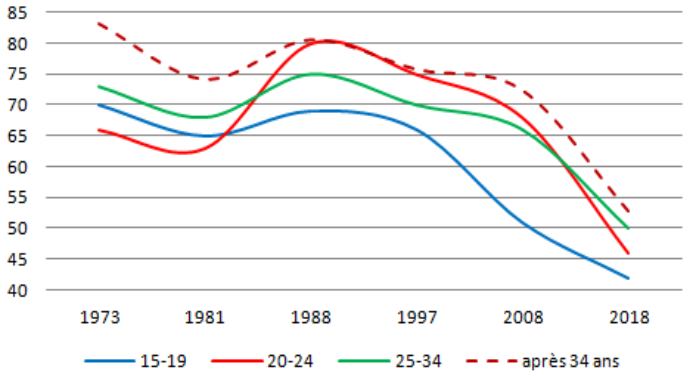
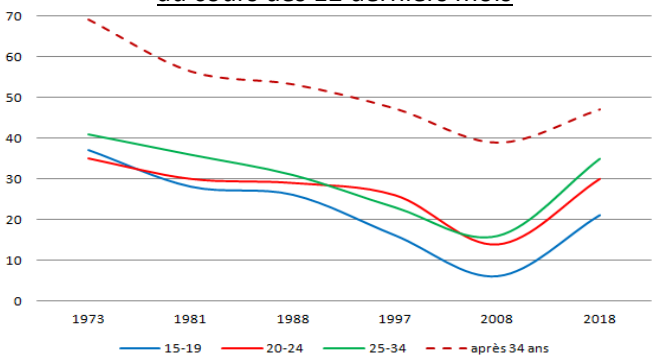


Figure 31:
Ont lu un journal tous les jours ou presque au cours des 12 derniers mois



Source : Enquêtes Pratiques culturelles, Deps, ministère de la Culture, 2020

[208] JEANNE-PERRIER Valérie, « Parler de la télévision sur Twitter : une « réception » oblique à partir d'une « conversation » médiatique ? », *Communication & langages*, 2010/4 (N° 166), p. 127-147

Hormis les enjeux économiques que cela représente, c'est une question de démocratie dont il est question ici à propos du type, de la qualité et de la diversité de l'information reçue. Être bien informé est une condition de participation des citoyens aux décisions qui les concernent. Chercher à comprendre le monde contemporain, diversifier ses sources, aiguiser son esprit critique sont des actions nécessaires pour agir sur les effets de la société du risque. La fragmentation des publics et le désinvestissement dans la chose publique sont des poisons pour les démocraties[209]. Même si les enquêtes citoyennes que John Dewey formule de ses vœux ne peuvent pas être assimilées à ce que produisent aujourd'hui les organes d'information, il n'en demeure pas moins que la perte, ou l'affaiblissement de l'information des citoyens est catastrophique pour le pouvoir d'agir de la population.

Toutefois, si les jeunes délaissent la presse payante, ceux qui continuent à la lire sont plus nombreux à ouvrir quotidiennement un journal pour s'informer (Fig.30). Est-ce la gratuité de journaux quotidiens distribués dans le métro ? Est-ce la pression des "fake news" et l'injonction de s'en préserver qui participent à la consultation régulière ? En tout cas, un rebond s'est opéré durant la dernière décennie, qui prouve qu'une partie des jeunes s'intéressent encore à l'actualité, qu'ils cherchent à s'informer et qu'ils utilisent les journaux et les magazines pour le faire.

Figure 32: Ont lu un journal au cours de l'année selon les CSP

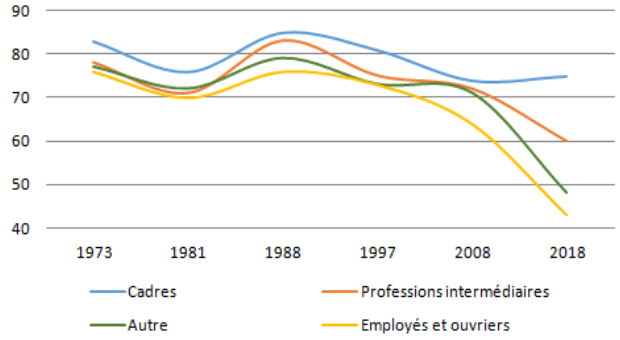
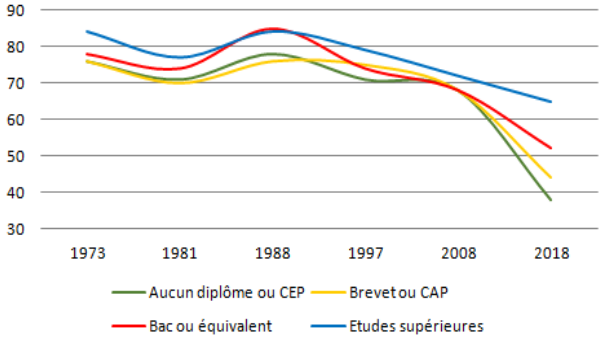


Figure 33 : Ont lu un journal au cours de l'année selon l'éducation



Source : Enquêtes Pratiques culturelles, Deps, ministère de la Culture, 2020

Une fracture existe entre une minorité de la population bien informée et une bien plus importante qui se laisse informer passivement, accentuant les risques de manipulation. Seuls les cadres résistent à la baisse générale, soucieux de maitriser une information de qualité pour mieux s'en servir professionnellement (Fig.32). Mais ce constat ne fonctionne plus vraiment si l'on regarde le niveau d'étude, car même ceux qui ont des diplômes supérieurs participent à l'éloignement de la lecture quotidienne de journaux (Fig.33). Les autres délaissent la presse et choisissent d'autres modes d'information.

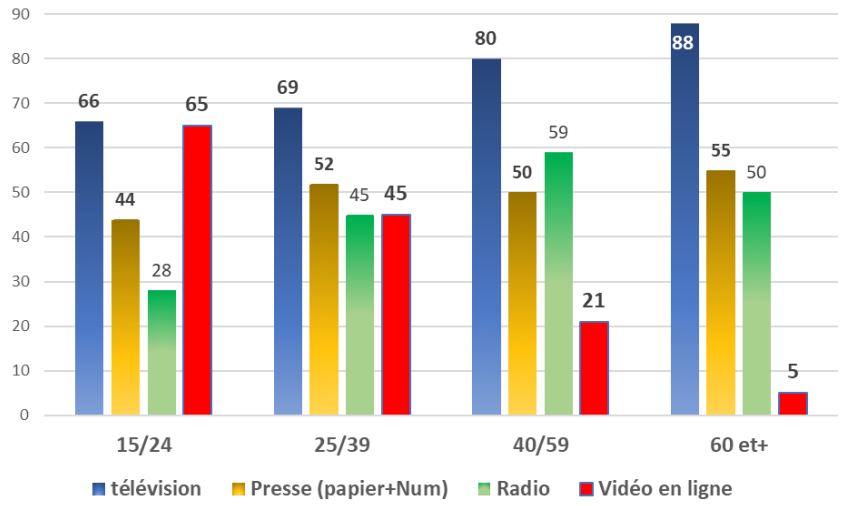
Cela traduit aussi un transfert de la lecture approfondie, vers une lecture plus fragmentée, de documents contenants plus d'images et plus d'informations pratiques. Dans ce "bazar" qu'est Internet, il est indispensable pour s'orienter *« de faire des choix fréquents parfois contradictoires, emprunter des chemins parfois sinueux, construire des trajectoires culturelles, par itérations successives et parfois non cumulatives. Les internautes développent pour cela une aptitude au traitement rapide des informations, en régime de poly-activité et de sociabilité importante : même lorsqu'ils sont seuls, ils restent connectés et les échanges et*

[209] DEWEY John : Le public et ses problèmes", (1927). publication de l'université de Pau, Farrage / Edition Léo Seheer, 2003

discussions valent validation des choix culturels opérés » analyse Sylvie Octobre[210]. Mais ont-ils développé un esprit critique pour autant, suffisamment fort pour résister à quelques contre-vérités évidentes (créationnisme, terre plate, et autres conspirations grotesques) ?

Concernant leur manière de s'informer, les jeunes adultes sont d'ailleurs une catégorie de la population qui cherche le plus à s'informer, presque autant que leurs parents, mais en n'utilisant toutefois pas les mêmes moyens et médias pour le faire.
En cumulant les médiums utilisés pour s'informer, et qui peuvent s'additionner, les 15/24 ans arrivent au score de 203, juste après leurs parents qui culminent avec 210 points. Les 24/39 ans se trouvant en dernière position avec 187 points (Fig.34). Cette période de la vie correspond à une intensification de la vie professionnelle et familiale, l'âge des premiers enfants et de l'attention qui leur est portée, laissant moins de temps pour l'information. Ils regardent moins de vidéos que les plus jeunes, mais lisent plus la presse et écoute plus la radio.
YouTube est devenu la plateforme vidéo de référence pour l'information des jeunes adultes. Ils y passent autant de temps qu'à la télévision dans des consommations tranchées. Certains ne la regardent plus, quand d'autres la suivent pour s'informer comme leurs parents.

Figure 34 :
Type de médium utilisé pour s'informer,
par tranche d'âge



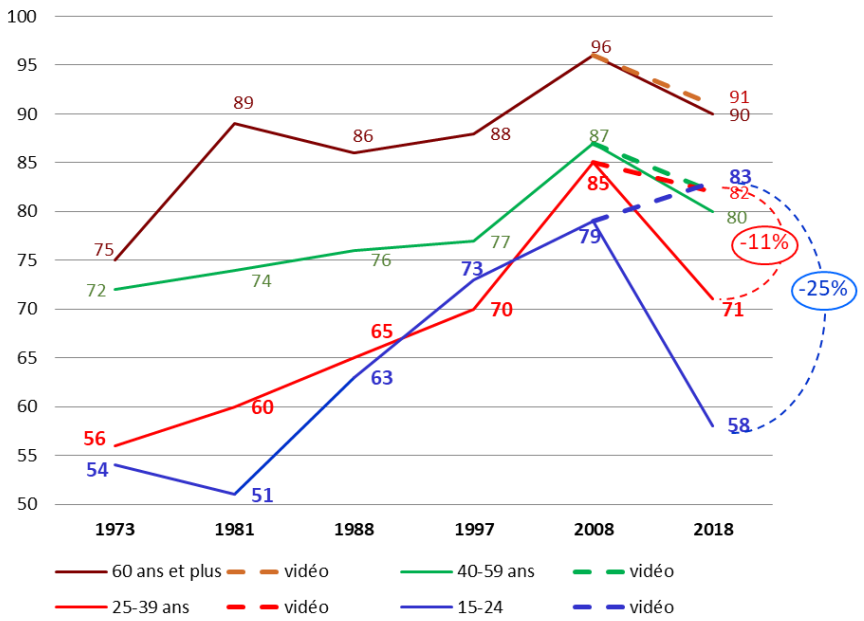
Source : Source : enquête sur les pratiques culturelles, 1973-2018, deps, Ministère de la Culture, 2020

Mais ce qui frappe est le remplacement de la consommation télé par celle de vidéos en ligne (Fig.35). Le décrochage de la télévision au profit des vidéos en ligne est manifeste. L'écart des 15/24 ans est spectaculaire. Le temps passé devant le petit écran a baissé de 25 points, tandis que celui passé à visionner des vidéos en ligne est supérieur de 4 points par rapport au temps passé devant la télé en 2008. Les vidéos en ligne (principalement celles de YouTube) ont pris le relais de cette augmentation. Cumulé, le temps passé des jeunes adultes devant un écran dépasse celui de leurs parents, génération des 40/59 ans alors qu'ils représentaient la classe d'âge la plus consommatrice, après les séniors. C'est pourquoi l'audience des chaines

[210] OCTOBRE Sylvie, "La lecture à l'ère numérique, Au commencement était le livre. Et à la fin le texte", S.E.R.| « Études » 2013/5 Tome, page 612

historiques vieillit d'année en année, au même rythme que son public, car si beaucoup reviendront à la télé en vieillissant, certains en auront perdu l'habitude.

Figure 35 : Regardent la télévision tous les jours ou des vidéos en ligne



Source : Enquêtes Pratiques culturelles, Deps, ministère de la Culture, 2020

L'utilisation des réseaux sociaux est une activité en soi assez chronophage. Si 56% des 16/25 ans y consacrent moins de 2 heures quotidiennes, 29% entre y passent entre 3 et 5 heures, et 12% dépassant les 5 heures (Fig.36). 61% déclarent qu'ils y vont pour se détendre, mais la grande majorité semble les pour s'informer (78%) ou pour discuter avec leurs amis (72%). Le souci d'être informé est donc une réelle motivation qui anime près de 80% les jeunes de 16 à 25 ans (Fig.37).

Figure 36 : volume quotidien passé sur les réseaux socionumériques

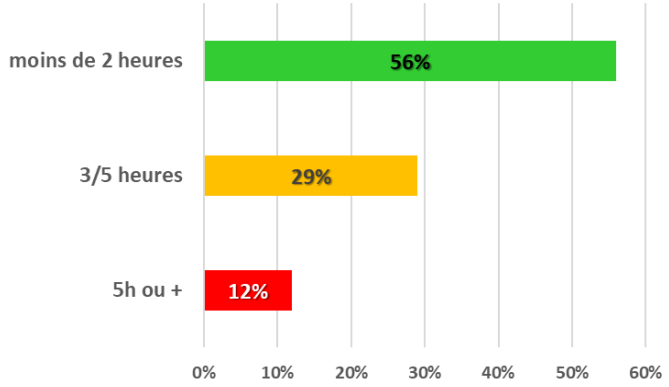
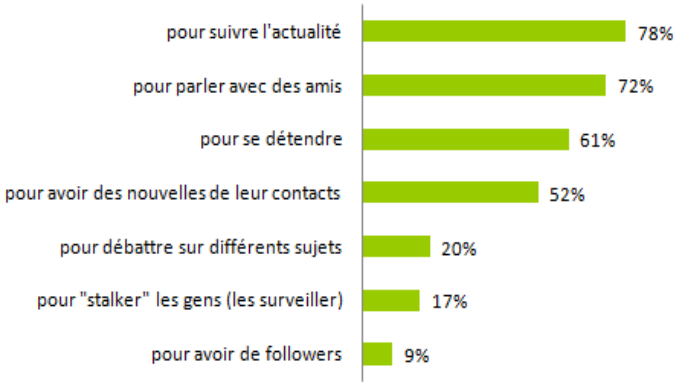


Figure 37

Raison d'utilisation des réseaux socionumériques



Données sources ; enquête Diploméo :Les jeunes de 16 à 25 ans et les réseaux sociaux, 2019

Les informations que l'on trouve sur ces réseaux se déclinent sous 3 formes : les articles de presse partagés par leurs contacts, les vidéos ou photos postées (qu'elles soient partagées ou créées), et les posts (ou les commentaires) écrits par leurs contacts. La lecture numérique est donc un élément important de récolte de l'information, même si l'on perçoit que la vidéo y contribue très fortement. C'est la culture magazine dont

certains titres continus à tirer leur épingle du jeu malgré la crise de lecteurs, à l'image de "Entrevue", "Voici", ou "Public", qui mettent en scène le "trash" pour satisfaire le voyeurisme de leurs publics. Les pages (qu'elles soient de papier ou de bits d'informations numériques), font le résumé permanent des best-off à connaitre, de la mode et de la culture mainstream. Permettre à leurs lecteurs de faire l'économie du tout pour se concentrer sur des détails "révélateurs" est leur fonds de commerce.

C'est l'effet butinage, qui consiste à se saisir des informations un peu au hasard, de les trier rapidement en les survolant pour ne récolter que les "saveurs" essentielles, sans rentrer dans les détails de leur composition. Se saisir de l'information, juste pour savoir qu'elle existe et éventuellement, chercher les opinions d'autres internautes en lisant leurs commentaires, toujours prêts à passer à une autre information.

Ce zapping permanent est issu d'une modernisation technologique qui a créé la télécommande en même temps que l'augmentation du nombre de chaînes disponibles, avec son accroissement d'offres. Elle a transformé le spectateur passif en un consommateur proactif, impatient, et à la recherche d'un plaisir presque chimique, lié à de petites satisfactions successives et discontinues. C'est une lecture indicielle[211], développée à son paroxysme par les industries de l'attention, en synergie avec le développement des neurosciences qui ont mis à jour le rôle de la dopamine, un neurotransmetteur qui a une implication directe dans la régulation de l'attention par des petits "shoots" de plaisirs[212].

2.3 Fonctionnements cognitifs : de la lecture à la vidéo

Avant de tracer les contours d'une conclusion sur les effets de la vidéo, nous voulons comprendre pourquoi celle-ci semble être plus attractive qu'un texte, et peut être plus simple à assimiler ?

Le fonctionnement cognitif y tient un rôle important que nous allons résumer ici en donnant la possibilité de creuser la question dans l'annexe III.

> *« Lire c'est poser des questions à un texte, prélever des informations, procéder par hypothèses et anticipations, saisir un sens global, trouver la réponse à un problème, en somme c'est mettre en place des structures mentales »*
>
> *(Lecoutre & Yataghene, 2012)*[213]

Cette définition de la lecture sied aussi parfaitement au visionnage de vidéos, allégée cependant du déchiffrage textuel. Le lecteur est en même temps un décodeur et un chercheur de sens.

Apprendre à lire demande une activité cérébrale complexe, du temps à y consacrer et de la volonté. Au départ de son existence, un enfant de 2 ans possède très peu d'éléments de langage structurés et ceux qu'il acquiert ont un sens assez flou. C'est les interactions langagières bienveillantes de sa famille et de son entourage qui renforceront progressivement sa capacité à définir ce qui l'entoure et les situations vécues. Nommer c'est commencer à faire exister. Avec la visualisation, le rôle de l'oralisation est donc premier. C'est la raison pour laquelle il est tout à fait possible à un jeune enfant, ne sachant pas lire, de comprendre une l'histoire que lui raconte sa maman ou son institutrice, ou les dessins animés. La lecture interviendra plus tard et lui permettra d'enrichir son vocabulaire, de recréer des sons remplis de sens.

---

[211] BOULLIER, Dominique: *Profils, alerte et vidéo : de l'outre-lecture à la fin de la lecture ?,* dans Lectures et lecteurs à l'heure d'internet, édition du cercle des libraire, coll Bibliothèques 2011 page 50

[212] NIEOULION André. Dopamine and the regulation of cognition and attention. Progress in Neurobiology, 67(1), 53–83.2020

[213] LECOUTRE Amandine, Yataghene Allison. « Les difficultés de compréhension en lecture en cycle 3 ». Education. 2012

Si nous remontons le temps, l'écriture n'avait pas pour fonction de se propager à l'ensemble des individus. Selon les pays et les cultures, certaines étaient particulièrement complexes à déchiffrer et nécessitaient d'être récitées par cœur avant de pouvoir être lu à haute voix, puis silencieusement. Le japonais, l'hébreu, le grec, l'arabe littéraire, ou le Romain ancien sous la forme de "scriptura continua » (mots accolés ensemble sans espace formant des phrases), sont des langues particulièrement complexes qui nécessitent une lecture phonétique et syllabique à haute voix. La lecture silencieuse sera l'aboutissement d'un long processus et d'une pratique régulière. La lecture était un privilège à entretenir, un instrument de pouvoir à ne surtout pas partager, qui renfermait des informations souvent secrètes tels les éléments de commerce ou affaires d'État. La lecture est une activité complexe pour laquelle le cerveau passe d'un code à un autre[214]. D'abord comme n'importe quel objet visuel, un mot passe par la rétine et va être traité dans le cerveau à l'arrière de la tête, où se trouvent *les aires visuelles primaire* et *secondaire.* Celles-ci traitent n'importe quelle entrée visuelle. Mais dès qu'il est question d'une chaîne de lettres, c'est une zone encore plus spécifique qui s'active. On l'appelle *l'aire de la forme visuelle des mot*s que Stanislas Dehaene résume comme étant la boîte aux lettres du cerveau[215]. C'est une région qui concentre notre connaissance des lettres et des combinaisons de lettres. La langue écrite est un code secondaire dont la fonction première est de transcrire la parole[216]. C'est donc une médiation effectuée par le cerveau entre des objets visuels et leur expression sonore. Du visuel à l'audio en quelque sorte.

Apprendre à lire et pratiquer la lecture adapterait donc le cerveau pour qu'il gagne en efficience. Des changements se produiraient dans le cortex visuel, l'aire de la forme visuelle des mots, dans le *planum temporal* qui gère la description auditive et enfin dans les faisceaux de fibres neuronaux, ce qui fluidifierait la circulation des informations. La littératie donnerait aux lecteurs des "avantages" de compréhension sémantique du fait d'une disposition à se représenter les mots entendus d'une façon orthographique, grammaticale ou lexicale. Ils éviteraient par conséquent les erreurs de sens lorsque la prononciation de certains mots pourrait prêter à confusion. Cela ne signifie nullement que les illettrés ont moins de capacités que les bons lecteurs, mais que l'apprentissage de la lecture, étant une suite d'actions cérébrales complexes, augmenterait l'activité cérébrale et nécessiterait une réorganisation neurologique (d'un hémisphère à l'autre, d'une zone à une autre…), pour pouvoir "accueillir" ces nouvelles fonctions parmi celles qui préexistaient auparavant.

Cette plasticité corticale ne peut pas être neutre en termes de consommation énergétique. Déjà en 2002 Dehaene et ses collaborateurs montraient que l'aire de la forme visuelle des mots est beaucoup plus sollicitée par la lecture que par les mots parlés[217]. Plus les lecteurs sont rapides, plus leur faculté de distinguer les mots parlés est accrue, avec un vocabulaire plus étendu. Lorsqu'on visionne une vidéo, la charge cérébrale serait moins sollicitée que lorsqu'on lit le script de cette vidéo.

La rapidité de lecture et de la compréhension de ce qui est écrit se produisent à la fois au niveau micro, dans le traitement de la syntaxe des éléments textuels, et au niveau macro, comme l'appréhension du sens du

---

[214] KOLINSKY Régine, MORAIS José, COHEN Laurent *et al.*, « Les bases neurales de l'apprentissage de la lecture », *Langue française*, 2018/3 (N° 199), p. 17-33. DOI : 10.3917/lf.199.0017. URL : https://www.cairn-int.info/revue-langue-francaise-2018-3-page-17.htm

[215] DEHAENE Stanislas ? « Les neurones de la lecture » - | ENS-PSL. En ligne : https://www.youtube.com/watch?v=ptABRBcdI0c

[216] CONTENT, A. (1993). Le rôle de la médiation phonologique dans l'acquisition de la lecture. In : J. P. Jafüé, L. Sprenger-Charolles & M. Fayol (Eds), Lecture, écriture, acquisition, les actes de la Villette, Nathan pédagogie, Paris, 80-97

[217] DEHAENE S. et al., "The visual word form area: A prelexical representation of visual words in the fusiform gyrus", NeuroReport 13 (3), 321-325, 2002

texte dans son ensemble[218]. En d'autres termes, les lecteurs doivent d'abord analyser les mots et les phrases individuels du texte avant de pouvoir générer globalement un modèle de situation précis et des inférences appropriées, ce qui est plus facile pour les bons lecteurs qui ne perdent pas de temps à déchiffrer et vont plus rapidement rechercher le sens du texte.
Les lecteurs plus faibles ou novices, en revanche, semblent engager plus de ressources sur les fonctions micro (l'identification des mots) et sont donc moins capables de créer une cohérence à partir du matériel textuel.

Alan Paivio explique que la langue est devenue explicitement une partenaire éducative lorsque l'imagerie a commencé à être systématiquement externalisée sous forme d'images. Pour évoquer sa théorie du double codage[219], il remonte à l'histoire du XVIe siècle, aux écrits Tommaso Campanella (1568-1639), et *Sa Cité du Soleil*[220], dans laquelle l'apprentissage des enfants se ferait naturellement au contact d'une multitude de dessins et peintures murales à objectifs pédagogiques, renforcés par la nature alentour offrant toutes les occasions d'observer les mystères de la vie.

Figure 37 : Comenius
Extrait de Orbis pictus
(1658)

Mais le grand pionnier de l'éducation picturale est Jan Amos Comenius (1592-1670). Il franchit une étape supplémentaire en concrétisant le système d'enseignement de Campanella en images et en descriptions associées, dans un livre à destination des éducateurs de l'époque. *Orbis Sensualium Pictus* ("*Le monde expliqué en images*") est la matrice de tous les manuels d'images d'aujourd'hui. Publié pour la première fois à Nuremberg en 1658, il a été utilisé au cours des trois derniers siècles comme modèle pour plus de 200 éditions en vingt-six langues. Les *Orbis* étaient conçus comme un manuel visuel pour l'apprentissage du latin, mais aussi pour les langues nationales. Il ne contient aucun des éléments occultes de ses ancêtres, mais est un résumé simple du monde en 150 images accompagnées chacune d'une explication écrite. Les objets des images sont numérotés et accompagnés de colonnes parallèles d'étiquettes et de phrases courtes décrivant les objets numérotés, expliquant ainsi environ deux mille mots de domaines différents (astronomique, animal, végétale, métiers, ou notions abstraites).

Ainsi, la théorie du double codage d'Allan Paivio suggère que dans le cas d'un codage imagé, le sujet construit directement une représentation imagée du stimulus. En revanche, dans le cas d'un codage exclusivement verbal ou textuel, l'information est successivement traitée par le registre sensoriel, la mémoire à court terme et la mémoire à long terme avant d'activer une représentation conceptuelle[221].

---

[218] KINTSCH Walter, & VAN DIJK Teun. "Toward a model of text comprehension and production. *Psychological Review, 85,* 363–394. (1978) doi: 10.1037/0033-295X.85.5.363

[219] CLARCK, J.M., PAIVIO, A. “Dual coding theory and education”. Educ Psychol Rev 3, 149–210 (1991). https://doi.org/10.1007/BF01320076

[220] PICQUET Théa, « L’Homme et la Cité: Tommaso Campanella (1568-1639), La Cité du Soleil, 1602 » Published by: Editura Universităţii Vasile Goldiş, 2014

[221] VINCENT Ben, “Dual Coding Theroy : en ligne sur YouTube : https://www.youtube.com/watch?v=ZclYwiPx8bg

Par conséquent, le codage imagé apparaît comme moins coûteux sur le plan cognitif que le codage uniquement verbal. Le code non verbal étant plus fort sur le plan de la mémorisation, il contribuerait davantage que le code verbal à l'effet additionnel des éléments entre eux.
Pour Paivio, le développement cognitif est basé sur de multiples processus, d'observation, de conditionnement, d'apprentissage et d'imitation. Cela impliquerait l'élaboration progressive de représentations et de processus allant d'une base non verbale à des systèmes de codage double qui incluent le langage. Son hypothèse est que le double codage commence par la formation d'un substrat de représentations non verbales, d'images dérivées des observations et des comportements du jeune enfant. Tout cela serait lié à la vision d'objets et événements concrets, et des relations entre eux. Le langage s'appuierait sur cette base au fur et à mesure que des connexions référentielles se formeraient, de sorte que l'enfant répondrait progressivement aux noms d'objets en présence ou en l'absence des objets, et commencerait ensuite à les nommer et à les décrire, même en leur absence.
Les images, les sensations et les émotions serviraient donc de base à la constitution du langage, qui pourra ensuite s'exprimer sous forme de paroles et de texte. Plus tard, les lecteurs débutants apprendraient à lire les mots concrets beaucoup plus rapidement lorsque ceux-ci sont accompagnés d'images référentes que lorsqu'ils sont associés uniquement à leurs seules prononciations. Les images constitueraient le socle sur lequel le langage émergerait. Elles gardent pour cette raison une place fondamentale qui est renforcée par leur facilité de connexion au monde réel.
La lecture de la vidéo, qui est une suite rapide d'images, n'a pas de décodage complexe à activer. Elle aurait donc moins d'effort cognitif à fournir. Puisqu'elle est accompagnée de sons, et donc de mots parlés, leur compréhension est rapidement assimilable, si tant est que les mots employés et les idées qu'ils véhiculent soient correctement agencées et aient été bien expliquées.

Pour rappel, l'étude Skills Matter[222] montre que 57,4% des Français ont des difficultés de lecture ; un nombre conséquent pour qui la lecture participerait d'un réel effort cognitif. Les traitements des images plus directes et simplifié serait alors un avantage, particulièrement pour les 3 premiers niveaux de lecteurs classés par l'OECD.
Dès lors, les vidéos permettent d'élargir l'assiette des apprenants lorsqu'elles traitent de sujets qui apportent de la connaissance. Les vidéos de vulgarisations, dont nous étudions ici les effets, peuvent donc trouver un public large. Quand la lecture de livres est un frein à l'acquisition du savoir pour une large partie de la population, celle de vidéos peut venir compenser cette difficulté et élever le niveau général de connaissances.

2.4 Du MOOC au Youtubeur, ou réciproquement.

De nombreux articles montrent la force de la vidéo et son attrait comparé aux textes, particulièrement dans l'apprentissage et l'enseignement. Pour une formation médicale, Thomas Balsev a montré une meilleure mémorisation des informations après une opération filmée comparée aux seuls textes décortiquant chaque séquence avec des textes et des schémas. Focalisés ensemble sur une vidéo les étudiants commentaient en direct ce qu'ils voyaient et se concentraient sur les images. Celles-ci reproduisaient une sorte de consultation

[222] OECD (2019), Skills Matter: Additional Results from the Survey of Adult Skills, OECD Skills Studies, OECDPublishing, Paris, https://doi.org/10.1787/1f029d8f-en.

virtuelle, guidée par la caméra agissant comme un collègue médecin[223]. Ceux qui n'avaient que le descriptif écrit de la scène prenaient un temps préalable pour se plonger dans les explications avant de discuter ensemble de ce qu'ils avaient compris. Dans cet exemple, la vidéo permet d'effacer la phase de décodage, et d'analyse du texte, et ainsi donne aux étudiants la possibilité de verbaliser et d'échanger leurs points de vue plus directement.

Dans le même esprit, une équipe indonésienne a fait le même genre d'étude en se concentrant sur un enseignement sur la culture du café et a obtenu des résultats similaires[224]. Là où la vidéo avait été utilisée comme support d'enseignement, les étudiants obtenaient de meilleurs résultats que ceux qui avaient suivi un enseignement avec un professeur leur expliquant les mêmes informations de façon plus classique.

Plus près de nous, Daniel Peraya[225] analyse l'importance des capsules vidéo, dites *video learning*, qui servent de modules pédagogiques au centre des dispositifs des MOOC (*Massive, Open, Online Course*) que l'on pourrait traduire par des *Cours en Ligne ouverts à tous*. Il est mis en avant par certaines entités d'enseignement ou d'universités, pour faire face à la diminution de leurs financements. Ils permettent qu'un grand nombre d'étudiants puissent suivre certains cursus standardisés et valider leurs matières grâce à des évaluations en ligne.

Dans ces dispositifs, les vidéos ont pris une importance de plus en plus grande, qu'elles soient utilisées seules ou faisant partie intégrante des modules. Elles sont généralement courtes (pas plus de 15 minutes) et se présentent en majorité comme des séquences dans lesquelles un ou une enseignante est filmée telle qu'une présentatrice de JT, accompagnée par un support en diaporama ou des séquences animées. Peraya rappelle que leur visionnage se rapporte dans la production et la consommation, à celle de l'industrie télévisuelle. Le présentateur regarde le public dans les yeux grâce au dispositif du prompteur ; le script introduit le sujet, le développe et assure une conclusion ; la réalisation fait succéder les séquences, joue avec les gros plans pour augmenter l'impact de la scénarisation ; et enfin les équipes techniques y contribuent, même si elles se résument parfois à 2 ou 3 personnes.

Si, comme le rappelle Peraya, certains courants théoriques se sont focalisés sur les seules transmissions de contenus, en écartant les contenants qui n'avaient pas d'influence à leurs yeux[226], lui s'inspire de la sémiologie, de la psychologie et de leur évolution pour analyser *l'encapsulage* des vidéos dans les dispositifs des MOOC. Pour lui, ces vidéos produisent un langage dont les attributs participent à la création de sens, qui interagissent directement avec les processus cognitifs pour créer les dispositions favorables d'un apprentissage.

La volonté de diversifier des formes éducatives, d'aider les professeurs et les étudiants dans la transmission et la réception de connaissances, a fait émerger des temps d"*edutainment*", qui combinent un savoir

---

[223] BALSLEV T, DE GRAVE W.S, MUIJTIENS A.M.M. and SCHERPBIER A.J.J.A. (2005), “Comparison of text and video cases in a postgraduate problem-based learning format”. Medical Education, 39: 1086-1092. https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2005.02314.x

[224] RAIS S, VERAWARDINA U, RAMADHANI D, "*The Effectiveness of Instructional Video Media in Coffee Knowledge Courses*", JPI, Vol. 9 No. 2, June 2020, en ligne : https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPI/article/viewFile/24378/15523

[225] PERAYA D « Au centre des Mooc, les capsules vidéo : un renouveau de la télévision éducative ?», Distances et médiations des savoirs, 17 | 2017, URL : http://journals.openedition.org/dms/1738 ; DOI : https://doi.org/10.4000/dms.1738

[226] JACQUINOT G. « Image et Pédagogie *: Analyse sémiologique du film didactique »*. Paris : Presses universitaires de France (1977/2012)

académique avec une mise en scène populaire[227]. Qu'ils soient ouverts à tous ou réservés aux seuls étudiants inscrits, les MOOC offrent la possibilité de maximiser la présence des professeurs de renom tout en maitrisant résolument les coûts. Dominique Boullier parle même de prof-en-ligne dont les succès sont en demi-teinte et touchent au maximum 10.000 étudiants par MOOC, mais gratifient d'autant la notoriété de ces animateurs universitaires, qui sauront, le moment venu, se servir de cette visibilité pour accélérer leur carrière[228].

Le système de la médiatisation de l'attention ressemble dans ce contexte à celui des animateurs télé ou des Youtubeurs, dont la visibilité est le gage de leurs avantages comparatifs. Il évalue même les compétences nécessaires à celle des scénaristes qui doivent *« raconter une histoire, entraîner leur public à travers tous les supports, garantir le sérieux du propos par quelques lectures ou citations savantes, mais aussi offrir des anecdotes et un second degré créant la connivence pour contrer l'asymétrie toujours reproduite entre enseignant et apprenant »*[229]. Puisque ces professeurs n'opèrent pas sur YouTube, ils ne portent pas le nom de Youtubeur, mais la ressemblance pourrait y être parfaite. Comme lui, son pouvoir d'évaluation est restreint et doit se contenter d'avatars technologiques qui testeront ludiquement les participants. Par conséquent, le fardeau du "méchant noteur" lui sera épargné. Il pourra se focaliser sur son pouvoir de séduction et mettre en scène sa bienveillance.

La vision techniciste de l'enseignement, qui postule que tout émetteur (enseignant) transmet à un récepteur (étudiant), assimilé à « *un récipient qui se remplit, sans autre travail, des contenus qui lui sont déversés* »[230] est alors invalidé par l'humanité imparfaite de chacun des deux acteurs et les conditions dans lesquelles ils échangent. Le message et les circonstances de l'énonciation sont constitutifs de l'un par l'autre. Les Qui, Quoi, Où, Quand, Comment et même les Pourquoi, participent ensemble à caractériser la qualité de la transmission, et par conséquent, à optimiser l'intégration des informations en connaissances mémorisées.

Pointer cela permet de se distancier des aprioris normatifs qui réduiraient l'enseignement à un dispositif unique en excluant définitivement toutes expériences alternatives. Boullier décrit d'ailleurs l'enseignant *on line* comme un professionnel multifacette, en prise avec des contingences, tant techniques qu'intellectuelles. Cette définition pourrait tout aussi bien s'appliquer à l'enseignant en présentiel, mais différemment. Tout est question de dosage. Si les outils sont moins essentiels, un tableau, un stylo, une paire de lunettes… peuvent aussi y jouer leur rôle.

Même l'étudiant récepteur est à nuancer dans son rapport à l'instruction. Lui aussi a son histoire, son caractère, ses propres connaissances ou ses préjugés. Il s'encastre dans un lien triangulaire qui inclut le formateur, le savoir et l'apprenant (lui-même) ; une sorte d'entité unique qui se décline en fonction des caractéristiques de ces trois éléments. La dimension technique étant le liant des entités. *« Appareiller l'activité constituée par la production de messages, ce n'est plus gérer un stock de cours que l'on met en ligne, c'est assister le travail distribué de déconstruction /reconstruction (ou de traduction) des savoirs qui constitue l'enseignement »*[231]. Dans ce cadre, les plateformes de MOOC ou celle de YouTube, sont des intermédiaires techniques qui formatent le contenu, à un écran, à un espace temporel (délinéarisé, certes), à une capacité

---

[227] BRADFORD, LOBLE M- KALIL M & EBNER M. "Classroom Hollywood: Using popular Entertainment to Engage New MOOC Audiences". (2016). Proceedings of the European Stakeholder Summit on experiences and best practices in and around MOOCs (EMOOCS 2016).

[228] BOULLIER Dominique.« Quel rôle pour les profs ? » Revue Projet, 4(347), 80-87, 2015. DOI : 10.3917/pro.347.0080

[229] Idib Page 82

[230] Ibid. page.281

[231] Ibid. page 282

de serveur et de bande passante, aux outils utilisés pour la fabrication des modules, au navigateur utilisé et ses modules optionnels... Tout un arsenal qui opère directement sur la façon de concevoir le contenu, de l'intégrer dans un dispositif plus large qui permette d'enregistrer les inscriptions, de suivre l'évolution des participants, de les évaluer, de répondre à leurs questions… Boullier rend compte des questions auxquelles ils ont dû répondre avec son équipe pour singulariser et rendre efficient l'enseignement qui sert d'exemple à son exposé. La plate-forme utilisée pour mettre en ligne le cours, si elle offre des possibilités d'aide à composer la structure des modules, les enferme en même temps dans une formalisation qui coupe court à l'improvisation, parfois créatrice. Elle oblige les enseignants (les auteurs) à énoncer leurs programmes pédagogiques et non seulement le plan, comme il se fait dans les cours en présentiel. Les auteurs doivent scénariser l'avancée des apprentissages sans pouvoir l'adapter à l'imprévu d'un groupe d'étudiants qui auraient besoin de disrupter pour mieux saisir les notions étudiées. Mais c'est les contingences des formations délinéarisées qui poussent à cela. Il en est de même pour tout segment enregistré. Les seules actions possibles étant de rejouer la séquence, de discuter avec les autres de ses incompréhensions, ou de demander des explications complémentaires à son auteur. On restera alors dans une communication asynchrone qui, par la force des choses, est moins riche qu'une relation synchronisée (et *a fortiori* en face à face), ou les questions peuvent être débattues en temps réel.

Les vidéos de connaissances s'inspirent des techniques télévisuelles pour attirer le public, bien que certaines soient très proches de celles diffusées dans les MOOC. Les plateformes de MOOC, en revanchent, souhaitent donner une image de sérieux pour pouvoir intégrer les universités ou les grandes écoles à leur dispositif. De ce fait, elles se rendent rébarbatives et peu attrayantes pour celles et ceux qui pourraient être impressionnés par la somme de connaissances imaginairement nécessaire pour y accéder.

Figure 39 : Captures d'écran de MOOC disponibles sur la plateforme fun-Mooc.fr

Claire Peltier et Baptiste Campion ont ainsi analysé un corpus de 19 capsules vidéo incorporées aux MOOC de l'université de Genève. Ils ont montré le peu d'inspiration filmique dans la manière de les produire. Les professeurs conservaient un ton magistral, s'adressant à une audience multiple, dans des décors froids, avec peu d'illustration permettant de comprendre ce qu'ils évoquaient[232]. « *Alors que le média permettrait de valoriser le one to one, c'est-à-dire un mode de communication d'individu à individu, on se trouve très majoritairement dans un modèle de la communication one to many* » (Ibid.p.13). Le cloisonnement dans l'enceinte symbolique d'établissements académiques participe à ces "mises en scène. Résultat, les étudiants

[232] PELTIER Claire et CAMPION Baptiste, « Constructions langagières, relation et cognition dans les capsules vidéo des MOOC », *Distances et médiations des savoirs* [En ligne], 21 | 2018, mis en ligne le 20 février 2018. URL : http://journals.openedition.org/dms/2125 ; DOI : https://doi.org/10.4000/dms.2125

qui les suivent sont, pour plus de la moitié, détenteur d'un niveau de Bac +5[233], avec une moyenne d'âge de 36 ans ; les autres se servent de YouTube pour compléter leur cours et ne connaissent même pas l'existence de ces MOOC. D'autant plus qu'il ne suffit pas de s'inspirer les programmes télé pour avoir leurs audiences. Il leur faut le réseau de diffusion et entrer dans les codes de ces diffuseurs. Les Youtubeurs n'ayant pas d'obligations institutionnelles à satisfaire, ils se trouvent beaucoup plus libres de gérer leurs contenus, leur production et leur image. Mais la ressemblance est grande entre les modules de MOOC et certaines vidéos YouTube.

Si YouTube a précédé les MOOC[234], beaucoup des vidéos qui les accompagnent semblent reprendre les bases stylistiques dont s'inspirent aussi les Youtubeurs. Pour comparer, nous avons visionné certains Mooc de la plateforme fun-Mooc.fr et fait des captures d'écrans des vidéos pédagogiques (Fig39 et 40).

Figure 40: Captures d'écran de vidéos de youtubeurs qui partagent leurs connaissances

La plupart d'entre elles sont d'initiative privée, et leurs auteurs ont puisé dans leur culture audiovisuelle pour en adapter certains grands principes qui correspondaient à leur économie restreinte. Celui du présentateur de JT est le plus économique. Il permet de diffuser n'importe quelle information grâce à un dispositif technique réduit à un Smartphone, fixé sur un petit pied, face au présentateur. Pas besoin d'une équipe technique importante (la présentatrice ou le présentateur sont des hommes et des femmes-orchestres), pas besoin de studio d'enregistrement (n'importe quel appartement suffit), pas besoin de lumières de tournage (les lampes d'intérieur sont possibles et suffisantes). La différence principale qui permet de distinguer une chaine d'une autre, étant sa capacité à proposer un contenu intéressant, nouveau, où la personnalité du présentateur ou de la présentatrice fait le lien entre ses webspectateurs et la connaissance proposée.

Les Youtubeurs qui se lancent dans des autoproductions ont été baignés depuis toujours par une culture de l'image. Pendant des décennies, les présentateurs des journaux télévisés ont été invités à partager symboliquement les repas de très nombreux foyers par la présence du téléviseur dans la salle à manger. Ils devenaient ainsi partie de la famille créant ainsi une certaine proximité.

Aujourd'hui, comme les animateurs avec leur public, les Youtubeurs ont su créer une familiarité avec les webspectateurs. Eux aussi s'adressent à une multitude d'individus en les regardant dans les yeux. Par le tutoiement, la demande de participation, le remerciement, l'humour et surtout les informations qu'ils délivrent, ils créent une relation amicale et peuvent ainsi demander à ceux qui les regardent de s'engager,

[233] BAR-HEN A., JAVAUX H. & VILLA-VIALANEIX N. Analyse statistique des profils et de l'activité des participants d'un MOOC. Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire / International Journal of Technologies in Higher Education, 12(1-2), 11–22(2015).

[234] Le terme MOOC a émergé en 2008 à la suite d'une expérimentation réussie de deux enseignants (Stephen Downes et George Siemens) auprès d'une classe de 25 élèves pour tester un apprentissage 100% en ligne, suivie en final par 2000 personnes

de participer, de réagir, de réfléchir à la situation exposée et même, de les financer pour leur permettre de poursuivre ce travail. L'horizontalisation de leur relation est justement la force pédagogique de ces vidéos. Si les étudiants ou les webspectateurs apprennent quelque chose, c'est parce que celui qui les leur enseigne ne le fait pas de façon surplombante, mais partage des informations qu'il a eu plaisir à récolter, à analyser et à comprendre. La caméra se trouve au même niveau que l'intervenant, très proche, dans une relation d'égale à égale, qui ressemble plus à une conversation *in personam* entre deux personnes, souvent du même âge.

Pour montrer la similitude entre certaines chaines YouTube et certains MOOC qui s'inspirent d'un *edutainment* (*éducation divertissante*) plus ou moins assumé, nous évoquerons le cas décrit par Katie Bradford et Melissa Loble dans un chapitre du livre "*Proceedings of the european stakeholder summet, On experiences and best practices in and around MOOCs*"[235].

En octobre 2013, la plate-forme Canvas[236], spécialisée dans les MOOC, a accueilli le cours "Society, Science, Survival: Lessons from AMC's *The Walking Dead*" inspiré, comme son nom l'indique, de la série américaine à succès "*The walking dead*". La série commençait sa 4e saison et rassemblait une moyenne de 16 millions de téléspectateurs hebdomadaire. C'est la plateforme de MOOC qui a initié le projet et a mandaté une agence de Relations publiques pour trouver le diffuseur et l'université partenaire. L'idée initiale du projet est née du besoin de trouver des moyens nouveaux et innovants d'utiliser les MOOC pour offrir de précieuses opportunités éducatives à de nouveaux publics. L'équipe pensait que l'environnement d'une série à succès pouvait booster les inscriptions sur la plateforme et augmenter sa notoriété. De son côté, le producteur de "Walking Dead" a accepté le partenariat, car il pensait aussi que cela pouvait élargir l'audience de la série. Le cours a été développé par une équipe de professeurs de l'Université de Californie (UCI) qui avaient l'habitude de créer des cours en ligne. Les cours se sont donc inspirés du contenu de la série et partaient de son univers fictionnel pour approfondir des notions plus réelles.

« *En tant qu'éducatrice, je cherche toujours des moyens de donner vie aux idées savantes pour mes étudiants* », a déclaré Zuzana Bic[237], une des professeurs de santé publique ayant participé à la conception du Mooc et qui utilise régulièrement des analogies de la culture pop dans ses enseignements. "*The Walking Dead" fournit quantité d'exemples de cas intéressants liés aux domaines scientifiques abordés dans le cours, et cela aide à ce que ce soit l'une des émissions les plus populaires de la télévision*. »

Ce cursus était gratuit, ne nécessitant qu'une simple inscription. 8 cours étaient dispensés s'inspirant des thématiques que la fiction pouvait contenir :

1. Les bases de la survie sur terre
2. La santé publique et maladies infectieuses
3. Déconstruire la société
4. L'Identité sociale est-elle un critère de survie ?

---

[235] BRADFORD K, LOBLE M – KALI Ml et EBNER E. "Classroom Hollywood: Using popular Entertainment to Engage New MOOC Audiences". (2016). Proceedings of the European Stakeholder Summit on experiences and best practices in and around MOOCs (EMOOCS 2016). page 365

[236] https://www.canvas.net/

[237] Communiqué de presse diffusé par AMC Network " AMC, Instructure and UC Irvine to Offer Cross-Disciplinary MOOC based on "The Walking Dead" en ligne: https://www.amcnetworks.com/press-releases/amc-instructure-and-uc-irvine-to-offer-cross-disciplinary-Mooc-based-on-the-walking-dead/

5. Modélisation d'une épidémie de zombies
6. S'épanouir grâce dans régime post-apocalyptique
7. Contrôle des dommages, science et nouveaux matériaux
8. La science de l'espoir

Les modules étaient structurés de telle sorte que les cours étaient introduits par un des acteurs de la série. Les modules continuaient ensuite sur un approfondissement de sujets académiques à l'aide de vidéos explicatives ou de conférences, en se servant parfois d'extraits de la série pour illustrer les enseignements. Pour clôturer chaque module, un jeu de type QCM permettait aux participants de valider ou non ce qu'ils venaient d'apprendre. Ainsi, le MOOC est devenu le "cousin naturel" de *Walking Dead* et a bénéficié de son aura. Il a attiré plus de 65 000 inscriptions pendant les huit semaines où il s'est déroulé.

Le partenariat permettait aux producteurs de puiser dans l'univers stylistique de la série, d'organiser des entretiens filmés avec les acteurs, et de diffuser des extraits illustrant des situations décrites par les intervenants. L'université se chargeait de construire les enseignements et d'en assurer le suivi pédagogique, tandis que la plateforme Canvas se chargeait de l'hébergement et la diffusion des modules. Un accord de parrainage avec la chaine AMC Network, sur laquelle "*The working dead*" était diffusé. Ainsi, cette collaboration permettait une promotion importante du Mooc série dans une version plus scientifique.

L'université partenaire, en plus de l'apport financier de ses prestations pédagogiques, a profité aussi de ce succès pour accroitre sa notoriété et sa légitimité. Dans un système d'universités privées comme elles le sont aux États-Unis, chaque entité universitaire est une Marque qu'il faut mettre en avant[238]. La concurrence est rude et participer à ce type d'opération donne un avantage évident.

Les auteures nous apprennent que les participants n'avaient pas du tout le même profil que les utilisateurs de Canvas Netfork : 59% des participants de ce cursus n'avaient jamais suivi de cours en ligne auparavant, et leurs profils ne correspondaient pas du tout à ceux des utilisateurs habituels de la plateforme, dont plus de 83% suivaient des études *post graduate*[239]. Cette expérience suggère donc qu'il est possible d'élargir considérablement les connaissances d'une large population grâce à des dispositifs pédagogiques où les codes de la culture populaire viennent se "mettre au service" d'une mission d'éducation. Ce que l'on voit aussi, c'est que les apprentissages sérieux bénéficient d'environnements ludiques sans que le contenu en soit affecté. En effet, plus de 90% des utilisateurs avaient répondu, à la suite de cette opération, qu'ils avaient appris quelque chose en suivant ces cours en ligne. Ils avaient même estimé que les conférences données par les chercheurs avaient plus de valeur que les ITV des participants de Walking Dead. Résultat connexe : la série avait aussi profité de cette expérience pour se renforcer dans l'estime du public, qui y a vu un gage de compétence et de prise en compte de la valeur de ses spectateurs.

Cet exemple montre bien que la relation triangulaire *Émetteur-Contenu-Récepteur* est un tout qui interagit lorsque les possibilités relationnelles sont préservées.

---

[238] HAYWOOD J., WOODGATE A., & DEWHURST D. (2015). Reflections on an Early MOOC Provider: Achievements and Future Directions. In C. Bonk, M. Lee, T. Reeves, & T. Reynolds (Eds.), *MOOCs and Open Education Around the World* (pp. 89-102). London: Routledge. En ligne : http://homepages.ed.ac.uk/jhaywood/papers/Haywood_et_al_chapter_MOOCs_Around_preprint.pdf

[239] Master que l'on obtient en six ans c'est-à-dire une année de plus qu'en France.

Si pour certains ces "*edutainments"* semblent prendre le chemin de la "macdonaldisation " de la société[240], et du prêt-à-penser pouvant s'y référer, quelques expériences heureuses de programmes éducatifs peuvent aussi revenir à la mémoire. Daniel Peraya relate la série "Il était une fois…" qui par le dessin animé a permis à des générations d'enfants du primaire de se familiariser avec le fonctionnement du corps humain, du vivant ou du système planétaire[241]. Cette série, conçue comme un projet pédagogique, avait inventé *« un langage télévisuel didactique articulant de manière cohérente les dimensions éducatives et médiatiques au service du projet pédagogique initial* » (Ibid.p.18).

Les vidéos ont donc un pouvoir didactique certain si elles sont pensées pour cela. Elles ont aussi la possibilité d'élargir l'assiette des apprenants si elles s'éloignent d'une posture d'énonciation trop descendante et prennent en compte le plaisir dans leur pédagogie. Celui-ci se manifestera dans l'écriture et la scénarisation des vidéos, le ton employé et les émotions produites, dans le graphisme, la notoriété des intervenants, les informations surprenantes… Chaque vidéo est unique et aucune recette n'existe pour en faire un succès d'audience, mais le plaisir doit pouvoir se communiquer.

2.5 La YouTubisation de l'information et de la connaissance

Au-delà de cette transformation de l'écriture et de la lecture dont nous venons de parler, ce sont toutes les combinaisons issues de ce que l'on appelait la "convergence" entre les médias, dont il faut prendre la mesure. Dominique Boullier décrit les lecteurs numériques survolant des *médiascapes*[242] modelés par un profilage des interactions *qui nous promène d'un mot à un paysage, d'une phrase à un univers*[243]. Infinie et éphémère, car ne s'arrêtant jamais, et disparaissant dans les plis profonds du web, cette lecture indicielle est autant associée à des images qu'à des sons, ce qui a pour conséquence d'insuffler aux mots un style vivant quasi cinématographique. C'est cette perte d'inscription dans le temps et l'espace qui fait dire à Boullier que l'interprétation de ces écrits numériques peut être rendue difficile, d'autant plus que l'écriture semble être progressivement absorbée par un environnement de vidéos *pervasives* (à savoir qu'*elles possèdent cette capacité à pénétrer tous les milieux, tous les domaines*, précise Boullier), une sorte de vidéotisation des contenus journalistiques qui rythme les mots en créant des images plus accessibles, attachées ou incorporées aux textes eux-mêmes. Les images sont parfois des chocs plus puissants que les mots, aimait à écrire Paris Match[244]. Les photos d'hier se transformant en vidéos aujourd'hui. La chute du mur de Berlin en 1989, les

---

[240] Concept élaboré par Georges Ritzer en 1992 et approfondit par Hayes, D., Wynyard, R., and Mandal, L. ([2002] 2017) The McDonaldization of Higher Éducation, California: Praeger

[241] PERAYA Daniel, « Au centre des Mooc, les capsules vidéo : un renouveau de la télévision éducative ? », Distances et médiations des savoirs, 17 | 2017,: http://journals.openedition.org/dms/1738 ; DOI : https://doi.org/10.4000/dms.1738

[242] MEDIASCAPE : Concept élaboré par Arjun Appadurai en 1992 dans son livre « *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization* » dans lequel il décrit les médiascapes comme étant " la distribution des moyens électroniques, production et de dissémination de l'information (journaux, magazines, chaînes de télévisions et studios cinématographiques), désormais accessibles à un nombre croissant d'intérêts publics et privés à travers le monde, et les images du monde créées par ces médias". C'est le flot d'images, de sons et d'informations distribué par les biais des canaux cybernétiques

[243] BOULLIER Dominique : *Profils, alerte et vidéo : de l'outre-lecture à la fin de la lecture ?* dans Lectures et lecteurs à l'heure d'internet, édition du cercle des libraires, coll Bibliothèques 2011 page 41

[244] « Le poids des mots, le choc des photos »Slogan publicitaire de l'hebdomadaire Paris Match entre 1978 et 2008.

charniers de Timisoara ou les images de l'armée américaine durant la guerre du Golfe… semblent indiquer que les symboles qu'elles véhiculent peuvent aussi simplifier un réel beaucoup plus complexe. Or l'alphabétisation de l'image passe assez peu par l'école. Elle se fait par la pratique des outils numériques et les interactions sociales que ceux-ci permettent. Les jeunes adultes y sont plongés depuis leur adolescence. Si l'image est un excellent véhicule d'émotion, celles-ci peuvent aussi être le déclenchement d'une action essentielle, celle d'une réflexion plus poussée, partant du contenu visionné pour chercher à le comprendre[245].

> *"La vidéo ne procède-t-elle pas souvent, au moins aussi souvent que la presse imprimée, par flash-back ou par représentation du futur ? Or, qu'est-ce que penser, sinon être capable de se représenter un passé déjà révolu ou un avenir, qui n'est pas encore là ?" Francis Balle*[246]

Les utilisateurs qui utilisent la vidéo comme moyen d'expression se sont formés sur le tard, en pratiquant, en regardant les autres, en tâtonnant. Leur caméra se trouve désormais en permanence dans leur poche, à la manière d'un stylo, prête à s'exprimer, ce qui ne les incite pas à se servir de textes pour décrire le monde, mais à en capter une multitude de fragments pour en esquisser un paysage d'impressions fugaces. La destination en sera YouTube, qui par sa simplicité d'utilisation en est le réceptacle. De la capture de vidéos à leur diffusion, cette vidéotisation se transforme en YouTubisation. Car au-delà des simples images animées produites, ce sont les dispositifs qui les absorbent et qui leur donnent leur puissance.

En effet, YouTube est un dispositif qui permet bien plus de choses que de seulement diffuser des vidéos. Elle permet aux créateurs de regrouper ses contenus à l'intérieur d'une chaine dédiée, de les placer dans des playlists thématisées, d'accoler un résumé à son contenu, d'y associer des hyperliens pointant sur des références ou sur une plateforme de financement participatif, d'être référencé et manipulé par son algorithme ; elle donne pour les webspectateurs la possibilité d'exprimer ses préférences, d'écrire des commentaires, de partager les vidéos, de la visionner à des vitesses rapides (ou lente) et de les enregistrer pour se constituer une vidéothèque. C'est cette YouTubisation de la connaissance qui rend l'activation de la réflexivité du webspectateur activable immédiatement.

Fort de cette YouTubisation et de l'utilisation qu'elle en fait elle-même, la nouvelle génération de journalistes a intégré ces contraintes et peut, plus naturellement, mettre en adéquation sa manière de penser et de s'exprimer, au profit d'un style journalistique plus proche des webspectateurs. Réussir à imposer son propre style dans un journal comme *Le Monde* n'est pas chose impossible même si ce n'est pas expressément demandé par la direction. La vidéo peut les y aider, car la "page" sur laquelle elle s'écrit est presque blanche et n'est pas encore référencée à un style prédéfini. Le champ reste encore vierge, bien que le style "YouTube" soit dorénavant devenu une référence stylistique. C'est alors une occasion pour les jeunes journalistes de trouver leur style en renouant avec un public qui s'éloigne de la lecture historique du journal.

---

[245] DAMASIO, Antonio R. "L'erreur de Descartes: la raison des émotions". Odile Jacob, 2006.

[246] BALLE Francis. "L'école et la télévision". Dans Communication et langages, n°100-101, 2e-3e trimestre 1994. 25e anniversaire. pp. 79-88. doi : 10.3406/colan.1994.2515

Au-delà même du médium, c'est tout l'environnement numérique du journal qui met en place des artefacts pour imiter l'environnement vidéo :

- Dans un premier temps en développant des dispositifs de lecture qui impliquent un processus de subjectivation, de mise à distance du lecteur avec l'acte de lire. Ainsi, le journal *Le Monde*, à travers sa version en ligne lemonde.fr annonce pour chacun de ses articles en ligne, sa durée présumée de lecture, à la manière d'un visionnage sur YouTube Lecture 8 min. .

D'autres, placent un curseur qui se déplace en lien avec la lecture de l'article, à la manière de celui des vidéos, et permet ainsi de visualiser la quantité du "reste à lire". Ces marques informationnelles permettent de rassurer le potentiel lecteur, lui proposent un objectif atteignable et le préparent à mobiliser son attention pour une courte durée. Cette référence à la pratique vidéo permet d'accompagner le lecteur pour qu'il se lance dans la lecture, et puisse capter dès le chapô, les informations essentielles. Afin d'alléger le texte, les éditeurs limitent leur longueur à une durée de 10 minutes maximum, en multipliant les articles courts de 5 minutes.
Les possibilités techniques qu'offre un ordinateur, une tablette ou un mobile, permettent de zoomer dans un texte, ou de le "mettre de côté" pour le lire plus tard en cliquant sur le bouton favori Favoris, afin de mieux maitriser sa concentration. Mais elles peuvent aussi inciter le lecteur à bifurquer (le faire zapper) sur un autre contenu "plein de promesses" si la lecture semble fastidieuse. Pour le journal en ligne, l'idée est de faire oublier au lecteur son acte de lecture, de lui donner l'impression qu'il s'approche de la sensation vidéo, dynamique, imagée, surprenante et facile.
- Dans un second temps en accentuant une écriture plus directe, qui, sans l'imiter, se rapproche de la tradition orale. Le but est d'être pédagogique, de faire comprendre en limitant les mots ou expressions trop savantes afin de ne pas décourager les lecteurs profanes, d'être concret, de donner des exemples accessibles, des comparaisons, des proportions, des parallèles, pour que les concepts puissent prendre corps dans l'esprit des lecteurs. Pour donner à voir et à se projeter dans le récit écrit, les éditeurs illustrent les plus longs d'images ou de croquis, séquencent la mise en page d'intertitres pour les faire "respirer", sorte de résumés, de Reader's Digest de phrases importantes à lire pour retenir l'essentiel de l'article.

- Enfin, en produisant des vidéos, doublonnant parfois les sujets écrits du journal, qui se trouvent être de véritables articles vidéotisés, incarnés par un journaliste qui explique ses propos en recourant à des animations, des schémas et autres documents visuels.

2.5.1 L'exemple du site *lemonde.fr*

Pour illustrer ce concept de YouTubisation de la connaissance, nous nous sommes intéressés au journal *Le Monde*. Le choix de ce média s'est fait en considérant l'impact que le journal a dans l'environnement médiatique français. Journal ayant un poids dans l'histoire de l'information, lancé en 1944, il revendique une farouche indépendance, et a une haute idée du journalisme. Positionné au centre de l'échiquier politique, ses analyses sont riches et fabriquées par une rédaction constituée de nombreux journalistes spécialisés,

Figure 40:

Nombre de vidéos produites pas Le Monde depuis 2009

Source : Le Monde

pour un public s'inscrivant dans une pratique d'écriture et de lecture exigeante[247]. Ce journal de référence a créé sa version numérique et son site web le 19 décembre 1995 et sa chaine YouTube le 17 mars 2006, suivi du *Figaro* le 21 mai de la même année. Le Parisien attendra le 6 octobre 2014 pour faire de même. La chaine du *Monde* cumule le plus grand nombre d'abonnés (1.64 millions) en octobre 2023, devant le *Parisien* (1,23 millions), le *Figaro* (586k) ou *Libération* (45,5k). Voulant prendre du recul et ne pas traiter à chaud l'actualité, la chaine du Monde n'est pas celle qui met en ligne le plus de vidéos (2574 au 1er octobre 2023). Celle du Parisien est beaucoup plus active avec plus de 13.000 vidéos téléversées, tandis que le Figaro en a mis en ligne près de 11.000. Les journaux papier se diversifient dans la production et la diffusion de vidéos.

Pendant plusieurs années, ce qui était publié sur la chaine du *Monde* l'était en fonction des opportunités, rares, et du peu de moyens qui y était consacré. Puis, à partir de 2015, une seconde phase accéléra la mise en ligne de vidéos (Fig.40). À cette période une à trois vidéos sont quotidiennement mises en ligne. Ce sont de petits sujets d'actualité, constitués de montages d'images disponibles d'agences de presse.

Une rédaction de 6 journalistes spécifiques est aujourd'hui mise en place spécialement pour les vidéos. Ils sont plus jeunes que la moyenne d'âge des autres journalistes et ont été choisis pour leur polyvalence. Ils sont situés dans des bureaux distincts de la rédaction du journal.

Une fois analysé le contenu de la chaine, nous avons rencontré 8 sept 2020 Josefa Lopez, la directrice en chef adjoint de la rédaction vidéo, pour un entretien compréhensif[248] d'une heure trente. Le but étant de comprendre l'organisation du journal et de ses rédactions spécialisées, la stratégie du groupe et des rédactions, d'appréhender la manière de traiter les sujets vidéo, et de mieux connaitre la formation des journalistes dans la production audiovisuelle.

En analysant le contenu des articles publiés et celui des vidéos diffusées sur la chaine YouTube, nous est apparu un nombre significatif de vidéos dont l'objet avait été également traité lors d'articles durant les mois précédents (fig.41).

Figure 41 :

Exemples d'articles et de vidéos du journal Le Monde sur des thématiques semblables

Articles	Vidéos
- 11 décembre 2020 : "Avec la crise du Covid-19, baisse record de 7 % des émissions de dioxyde de carbone en 2020" - 19 mai 2020 : "La crise sanitaire due au coronavirus a causé une baisse d'émissions de CO2 sans précédent" - 13 mars 2020 : "Coronavirus : une décrue historique des émissions de CO2 est-elle amorcée ?	**28 mars 2021 :** Le Covid-19 est-il une bonne nouvelle pour le climat ? – 123.000 vues

[247] LEGAVRE Jean-Baptiste. Qu'est-ce qu'un « bon » lecteur de presse ? Les lecteurs du Monde à travers les billets du médiateur. In: Communication et langages, n°150, 2006. La "valeur" de la médiation littéraire. pp. 3-15.

[248] KAUFMANN Jean-Claude. L'entretien compréhensif. Éditions Nathan, Paris, 1996, 128 pages.

Articles	Vidéos
Le 07 janvier 2021 : Comment des dizaines de manifestants pro-Trump ont accédé au cœur du Capitole, Service vidéo du Monde,	**21 mars 2021 :** États-Unis : comment l'extrême droite a préparé l'insurrection au Capitole 79.056 vues -
Le 17 avril 2020 : *Coronavirus : le SARS-CoV-2 est-il sorti d'un laboratoire ?*	*17 mai 2020 :* *Le coronavirus sort-il d'un laboratoire ? Episode 1 : la thèse du virus artificiel* 858.299 vues
Le 29 novembre 2020 : Marche des libertés : le parquet ouvre une enquête sur les circonstances des blessures d'un photographe	11 mars 2021 : Enquête : comment un commissaire de police a blessé plusieurs journalistes à une Marche des Libertés – 109.120 vues
- le 27 novembre 2020 : « Il faut montrer qu'on est un "bon pauvre", prouver qu'on n'a vraiment plus un sou » : à Lyon, la précarité étudiante renforcée par le Covid - le 16 mars 2021 : La disparition des jobs étudiants aggrave la précarité d'une partie de la jeunesse - le 10 février 2021 : « Parfois, je ne mange pas pendant 36 heures parce que je n'ai pas le temps » : avec des étudiants sur le fil de la précarité à Montpellier	28 février 2021: Covid-19 : comment la précarité frappe les étudiants - 78 469 vues

Josefa Lopez nous dit qu'il n'y a pas de volonté spécifique de traiter des mêmes sujets entre les deux rédactions, mais cela arrive régulièrement, car certains sujets s'imposent. Leur traitement est aussi rigoureux et se veut accessible à un grand public. Les images, les graphiques, les animations en motion design, la voix off ou les interviews en font des contenus riches en informations complexes.

Nous sommes ici dans la description exacte du phénomène de YouTubisation de l'information, qui peut également se porter sur des connaissances plus empiriques, scientifiques ou moins journalistiques. YouTube regorge d'exemples de passeurs de connaissances, qui s'adressent directement aux webspectateurs en leur parlant d'un sujet dont ils ont écrit le texte. Celui-ci pourrait aussi se lire comme un article. Certaines chaines, comme #DataGueule (dont nous approfondirons l'étude), publient même les transcriptions des voix off, ce qui permet à ceux qui le souhaitent (pour un exposé en classe par exemple), de s'en servir pour alimenter leurs explications. Ce texte permet également de préciser les sources ayant permis de construire le contenu, à la manière d'un document scientifique.

Notre interlocutrice souligne qu'une évolution majeure s'est opérée depuis ses débuts de journaliste à l'*Express* en 2003. À cette époque, une séparation presque étanche scindait la rédaction papier de la rédaction du site web, et « *il paraissant inconvenant de demander à un journaliste de la rédaction principale d'écrire un article pour le site* », ce qui n'est plus le cas aujourd'hui. Mais l'historique du journal papier joue encore un grand rôle, « *c'est un journal sérieux*" confie-t-elle. Cette image du journal contraint les équipes à l'exigence d'un professionnalisme exemplaire qui les fait « *préférer arriver trois jours, cinq jours, une semaine*

trop tard, pour que tout soit carré ». L'organisation est également un gage de vérification qui prend du temps. La rédaction doit suivre des processus de validation stricts qui réduisent la possibilité d'intervenir rapidement. « *Quand un journaliste se lance à produire une vidéo, il écrit son script et propose une structure qui va être validée par le chef service. Ensuite, il va écrire sa trame en ayant déjà fait les interviews, des parties de son reportage pour écrire un texte de voix off très précis à enregistrer qui sera validé encore par le chef de service. Ensuite il fait son montage, avec souvent plusieurs versions v1 v2, jusqu'à sa version finale, qui sont à chaque fois validées par le chef de service, et une fois la version définitive obtenue, elle est double-validée par un autre chef de service du service vidéo et ensuite par le rédacteur en chef du site avant d'être mise en ligne »*. Chaque étape de production (enquête, écriture, voix off, montage, illustration, mise en ligne) est donc validée avant sa diffusion, ce qui protège aussi les journalistes. Les contraintes techniques de YouTube rendant presque impossible le remplacement d'une vidéo, par une autre rectifiée, sans perdre le nombre de vue et les commentaires, il est donc très important pour la rédaction de vérifier le contenu à toutes les étapes décrites.

Aujourd'hui, les rédactions vidéo, web et « papier » sont réunies dans les mêmes locaux, et assistent réciproquement aux réunions de rédaction de chaque média afin de « *créer une complémentarité des offres »*. L'idée étant de rassembler les deux rédactions sans les fusionner pour autant, afin que les sujets, et les idées de sujets puissent communiquer facilement entre elles. Pourtant, Joséfa Lopez précise que sa rédaction reste totalement indépendante et travaille en autonomie, tout en faisant valider les sujets par la rédaction en chef une fois les vidéos tournées. Les journalistes "vidéo" ne se font pas suggérer leurs sujets, « *ils se tiennent au courant de ce qui se passe dans l'actualité et essayent de s'y coller*, sans pour autant *traiter des sujets de l'actualité "chaude", "mis à part les sujets comme l'explosion de Beyrouth ou l'incendie de Notre Dame, qui sont des évènements presque historiques ».* Mais dans ce cas précis, les sujets seront moins travaillés et *seront traités plutôt en mode zapping*. Mais *90% de la production du pôle vidéo concerne l'actualité sur le long terme*. La raison essentielle de cette mise en perspective des sujets tient aux impératifs techniques de la production de sujets vidéo et du peu d'effectif et de moyens.

Les 1,59 million abonnés (en aout 2023) de la chaine YouTube du *Monde* semblent corroborer la pertinence de ces choix. Pour la journaliste, l'organisation sert le contenu et permet à un public qui ne lit pas *Le Monde*, d'avoir des éléments d'analyses sérieux pour mieux comprendre notre époque.
Ce temps d'incubation permet aux journalistes de prendre du recul. C'est un temps qui a métabolisé l'information en connaissance. C'est donc une mise en vidéo, une vidéotisation de la connaissance des journalistes, qui est proposée par *Le Monde* au public.
Celui-ci se compose de deux groupes distincts :

- D'un côté les abonnés qui lisent les articles en ligne et visionnent les vidéos sur le site. Ils payent un abonnement de 10 à 20€, sont plutôt âgés (environ 55 ans) et visionnent peu les vidéos.
- De l'autre, un public beaucoup plus jeune (25/35 ans) pas encore disposé à payer pour un contenu qu'il trouve gratuitement en ligne, et qui visionne des vidéos sur YouTube plutôt que de lire des articles.

La gestion de ce public est liée à la plateforme et à ses algorithmes. Ils valorisent les vidéos suivant les critères d'interaction. Les journalistes gèrent aussi leurs vidéos une fois mises en ligne. Ils sont donc responsables de l'animation. « *Il faut créer une communauté. Cette communauté, on est contents, elle a bien grossi, mais pour garder les gens, pour créer de la fidélisation, pour faire remonter les vidéos sur YouTube assez haut, et que*

YouTube les mette en avant, il faut avoir cette interaction avec nos internautes. Donc ça implique de mettre un petit "like" quand ils ont été gentils, ou de leur répondre quand ils posent une question ». Cette manière de procéder n'est donc pas tout à fait désintéressée. Elle montre que la gestion de l'algorithme est intégrée dans le suivi de la diffusion pour répondre à une exigence de visualisation du contenu et de sa monétisation. Cependant, les journalistes semblent se prêter au jeu avec intérêt, malgré le fait qu'ils ne puissent pas suivre les discussions très longtemps, les nouvelles vidéos leur prenant tout leur temps. *« On fait ça les deux trois premiers jours et puis après […] à moins qu'on voie que ça s'enflamme et qu'il faut faire quelque chose et répondre* » précise Joséfa Lopez.

En effet, l'effet de masse impose une vigilance particulière sur la manière dont vont réagir les webspectateurs. « *Comme YouTube est un réseau social, les gens se répondent, et ça peut prendre une ampleur pas possible si une coquille s'est introduite dans la vidéo* ».

L'exposition visuelle du journaliste aussi semble plus problématique du fait du dispositif d'interaction de la plateforme. « *Comparée à celle d'un journaliste papier qui va écrire un article, il a son nom à la fin, très bien, mais nous, les gens peuvent nous interpeller directement par les commentaires. Donc on peut très vite aussi se sentir un peu sous l'eau. Quand on voit ça, ce déferlement de commentaires négatifs ou désagréables, on essaie de couper court, aussi, un peu pour la santé mentale de ceux qui travaillent* ». Être journaliste sur YouTube expose largement plus qu'écrire dans le journal. La défiance est grande vis-à-vis de la profession et cela peut s'exprimer sur la plateforme où le public à un accès plus direct avec les producteurs de contenu.

Mais les commentaires sont plutôt jugés positivement. Joséfa Lopez pense « *qu'ils sont à prendre à 2 degrés : c'est-à-dire, ça peut être un peu café du commerce, comme il peut y avoir des spécialistes qui nous font des remarques intéressantes* ».

Les vidéos sont diffusées quelques jours avant sur le site du journal[249] et sont ensuite mises en ligne sur la chaine YouTube du Monde[250]. Si la moyenne du nombre de vues par vidéo avoisinait les 38 000 sur la plateforme en 2012, elle est autour de 200 000 aujourd'hui et atteint 240 millions de vues depuis la création de la chaine, avec presque 2000 vidéos produites.

Figure 43 : données YouTube de l'audience de la Chaine Le Monde

Source : Le Monde

La production de vidéos est donc devenue une part importante des contenus du journal. Si la vidéotisation des informations est en marche, le journal veut cependant rester une référence de la presse écrite et hésite à augmenter les moyens pour développer le pôle vidéo. Peut-être pense-t-il que la vidéo n'a pas les mêmes capacités pour délivrer les informations et que celles-ci se perdent avec les images ?

[249] https://www.lemonde.fr/videos/

[250] https://www.YouTube.com/user/LeMonde

Cette question nous semble importante. C'est pourquoi nous allons comparer un article écrit et son reflet vidéo, produit à quelques semaines d'intervalle, afin d'analyser la teneur de leur contenu et les réactions provoquées à leur suite par leurs lecteurs et webspectateurs.

2.5.2 Comparaison d'un article *du Monde* et de son corolaire vidéo

Certaines vidéos sont parfois produites à la suite d'articles sur les mêmes sujets. Non par une concertation au sein des rédactions et de la direction éditoriale, mais parce que l'actualité fait converger la nécessité pour chacun de les traiter. C'est le cas de "*la suspicion de la fabrication humaine du coronavirus*" en janvier 2020, dont un article est paru le 17 avril 2020 sous le titre "*Coronavirus : le SARS-CoV-2 est-il sorti d'un laboratoire ?*"[251], et une vidéo un mois plus tard le 17 mai avec pour titre "*Le coronavirus sort-il d'un laboratoire ? Episode 1 : la thèse du virus artificiel*"[252].

Figure 44 : Article, vidéo et statistiques textuelles de l'article et de la transcription

[251] Coronavirus : le SARS-CoV-2 est-il sorti d'un laboratoire ? En ligne : https://www.lemonde.fr/sciences/article/2020/04/17/le-sars-cov-2-est-il-sorti-d-un-laboratoire_6036926_1650684.html

[252] Chaine Le Monde « Le coronavirus sort-il d'un laboratoire ? Ép. 1 : la thèse du virus artificiel » En ligne : https://www.youtube.com/watch?v=cziuxZePCRk&t=3s

L’article, écrit avec 1545 mots est annoncé pour un temps de lecture de 7 minutes c’est-à-dire 220 mots par minute. La vidéo dure 11 minutes 47 secondes et est écrite avec un nombre de mots supérieur (1719) pour un débit plus lent de 150 mots par minute. Elle prend donc le temps d’expliquer les choses. (L’article et le script sont disponibles en annexe)

Notre analyse herméneutique des deux textes (article et vidéo) nous montre des questionnements proches traités sous des approches très légèrement différentes. L'article explique la situation historique et géopolitique en reprenant les propos d'un chercheur (Étienne Simon-Lorière) indiquant qu'il est possible, mais très improbable, que le virus ait été fabriqué artificiellement.

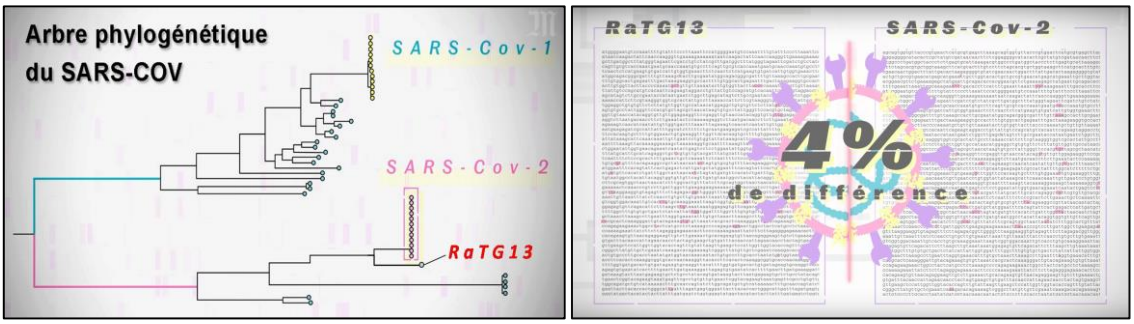
La vidéo fait de même en expliquant plus précisément pourquoi certaines propriétés génétiques et phylogénétiques rendent cette hypothèse très improbable : l'identité génétique et sa filiation représentée par les récepteurs nucléotides viendraient la contredire. Les illustrations et animations utilisées permettent d'approcher des notions très complexes que le texte n’aborde pas, car peut-être plus difficiles à expliquer simplement avec les seuls mots ?

Dans l'article en ligne, « *l’hypothèse d’une manipulation en laboratoire au moyen d’un “copier-coller” génétique semble « plus qu’improbable », selon Étienne Simon-Loriere »*, mais les explications scientifiques ne sont pas explicitement décrites. Les évocations de manipulation humaines sont évoquées grâce à "une "clé" (protéine) très efficace pour infecter les cellules humaines », en activant une “serrure“ (récepteur de surface) baptisée ACE2, mais les explications restent très générales.

La vidéo, quant à elle, reprend les suspicions de manipulations humaines du virus et explique précisément pourquoi celles-ci ne sont pas réalistes. Elle montre par des images la séquence du génome et sa filiation (Fig.45), d’où il vient et comment il se réplique. *« Même RaTG13, le plus proche parent connu du SARS-CoV-2 et identique à 96 %, est trop différent. Ce qu'il faut savoir, c'est que 4 % des différences en génétique, c'est beaucoup. L'être humain et le chimpanzé par exemple, c'est 2 % de différences. À l'échelle du virus, on estime que ces 4 % de différences entre le SARS-CoV-2 et RaTG13 équivalent à entre 20 et 70 années d'évolution dans la nature ».* Comment la clef protéinique permet d'ouvrir les cellules qu'il veut infecter (protéines de spicule) (Fig.46). « *Chaque cellule est en quelque sorte verrouillée par des serrures, que l'on appelle des récepteurs […] Les êtres humains disposent par exemple d'une serrure appelée ACE 2 […] (Fig.45 & 46). Pour ouvrir cette serrure, le virus a donc besoin de disposer de la bonne clé, ou en termes techniques, du bon domaine de liaison du récepteur »*.

Figure 45

Illustration de l'arbre phylogénétique des Sars-Cov et du virus RaGT13 prélevé sur une chauve-souris un an plus tôt par les autorités chinoises qui présente 4% de différences génétiques avec le SARS-COV 2 ainsi que leur homogénéité génétique



Les animations sont des aides précieuses pour faire comprendre des notions de biologies très poussées. Elles permettent de visualiser des acides aminés invisibles autrement, et d'expliquer scientifiquement les bases techniques faisant de la fabrication artificielle une option très improbable.

Figure 46 :
Illustration de la "serrure" indispensable pour que le virus puisse pénétrer une cellule humaine grâce à la spicule appropriée

L'illustration animée est devenue la meilleure alliée de la compréhension scientifique. En représentant en deux ou trois dimensions les observations micro ou macroscopiques, elle permet d'en appréhender la forme, le mouvement, l'énergie et les associations qui les président. Elle jette un pont entre le sensible et l'intelligible, permet la visualisation de l'invisible dans le sensible. Elle sert autant le chercheur, le professeur que l'apprenant. Montrer pour démontrer ensuite est une méthode efficace pour susciter l'intérêt et focaliser l'attention. Ces images ouvrent de nouvelles perspectives pour la recherche, la connaissance et la création. Car les artistes aussi sont concernés. Pour beaucoup d'entre eux (cinéastes, plasticiens, graphiste…) l'image est un véritable langage[253], instrument d'une écriture à part entière. Elle condense la pensée et opère le passage entre la sensibilité et l'intelligence. Elle transfigure la réalité et permet ainsi, par le détour de l'imaginaire, de la mieux appréhender, tout en s'évadant de ses apparences trop brutales[254]. Accédant à une liberté presque totale, les images peuvent libérer notre pensée, dans des voies encore inexplorées de l'action, de la création et de la connaissance.
Ces animations soutiennent la compréhension de phénomènes complexes. Leur visualisation permet d'en donner une compréhension physique plus tangible, même si leur réalité est beaucoup plus subtile. On les voit à l'œuvre, et les associations d'idées déverrouillent leur mystère.

Les mots ont aussi un rôle important dans la vidéo. Ils accompagnent les images et leur donnent leur sens. Sans eux, point d'explication. En comparant les textes de l'article et de la transcription de la vidéo, nous observons des nuances lexicométriques intéressantes. L'étude attentive du vocabulaire utilisé et des thématiques explorées nous renforce dans l'hypothèse que la vidéo permet d'aborder des questions plus pointues scientifiquement que ne le fait l'article, alors que les deux s'adressent à des publics néophytes.

[253] DANSET-LÉGER, Jacqueline. « Langage de l'image et lecture de l'image ». Bulletin de psychologie, 1980, vol. 33, no 346, p. 861-867.

[254] BALLE Francis. "L'école et la télévision". dans: Communication et langages, n°100-101, 2e-3e trimestre 1994. 25e anniversaire. pp. 79-88. doi : 10.3406/colan.1994.2515

Figure 47 :

Comparaison des formes actives de l'article et de la vidéo

article		Vidéo	
% FA communes	26%	% FA communes	33%
virus	29	virus	48
sars	11	sars	27
cov	11	cov	27
coronavirus	9	connaître	15
génétique	8	clé	15
scientifique	7	exemple	9
origine	7	artificiel	9
nouveau	7	origine	8
génome	7	humain	8
créer	7	génome	8
chercheur	7	coronavirus	8
laboratoire	6	posséder	7
hypothèse	6	serrure	6
chauve_souris	6	ratg13	6
wuhan	4	wuhan	5

Notre analyse sémantique des deux textes avec le logiciel Iramuteq montre que la vidéo aborde plus de thèmes que l'article. Cela apparait également dans le pourcentage des formes actives. Elles montrent que des notions techniques importantes (telles que la clef et de serrure…) sont plus détaillées dans la vidéo que dans l'article (Fig.47). Le nombre de familles sémantiques augmente également avec les termes employés qui servent les explications techniques.

Cette rapide comparaison de deux documents, produits par le même média, et parlant du même sujet montre les possibilités qu'offrent la vidéo en comparaison d'un article écrit. Le Journal *Le Monde* est réputé pour son sérieux et la qualité de ses contenus, il est intéressant de constater qu'il utilise la vidéo pour aborder des questions très complexes dont on pourrait imaginer que ses lecteurs, d'un bon niveau socio-économique et culturel comme ceux du *Monde*, seraient parfaitement capables de comprendre. Les deux textes en annexes permettent de mieux se rendre compte. La vidéo permet donc de vulgariser des notions savantes mieux que ne le fait l'article sur le même sujet.

Pour trouver ce type d'explications complexes, il faut se référer aux articles scientifiques ultra spécialisés, souvent écrits en anglais. Ce sont eux qui ont servi de source aux journalistes, qui les ont traduits en langage courant pour leur vulgarisation. Ils sont d'ailleurs disponibles et accessibles en sources sous la vidéo.

Forts de ce constat, les chiffes de lecture ou de visionnage sont également édifiants. Pour faire une estimation large du nombre de lecteurs de l'article (la direction du *Monde* ne souhaitant pas les partager), nous nous basons sur le nombre de 300.000 d'abonnés en le multipliant par 1,3 pour prendre en compte le fait que plusieurs personnes peuvent lire le même article sur le même compte, ce qui amène à considérer 400.000 lectures. Toutefois, nous savons que tous les articles ne sont pas lus par les abonnés, mais nous préférons nous baser sur une estimation haute.

En revanche, le visionnage des vidéos est beaucoup plus précis : sur le site du monde.fr, dont les vidéos sont hébergées sur le serveur de Dailymotion, 740.800 vues sont dénombrées. Sur la chaine YouTube du Monde, c'est 972.500 vues affichées (08/23). Cette vidéo cumule donc 1,7 millions de vues, plus 4 fois plus de webspectateurs que de lecteurs.

Un autre point est également crucial : la participation du public aux commentaires de l'article ou de la vidéo. Puisqu'il est possible d'écrire un commentaire sur le site lemonde.fr à la suite d'un article, comme de la faire sous les vidéos diffusées sur YouTube, comparer à nouveau le nombre d'écrits et leur qualité a du sens. L'article du site a généré 115 commentaires, d'une moyenne de 145 mots (8 lignes), tandis que la vidéo en a entraîné plus de 3400 sur la chaine YouTube du Monde avec le même nombre de mots.

Les commentaires sur YouTube peuvent être classés en 5 grandes familles sémantiques :

1. Une va se référer aux propos du Professeur Luc Montagnier. Il avait émis l'hypothèse d'une création humaine, car certaines séquences de l'ADN ressemblaient au VIH. Cela soulève la question du complot et une remise en cause du travail journalistique (30% des commentaires)

2. Une se focalise sur le rôle de la Chine et de la mondialisation comme facteur de propagation. Les politiciens se voient accusés de ne pas avoir fait le nécessaire (30%)
3. Une tente d'expliquer la possibilité d'un virus naturel de Chauve-souris, échappé accidentellement du laboratoire P4 de Wuhan (12%)
4. Une reprend les données techniques et scientifiques de la vidéo et discute de récepteurs, d'ACE2, génome… (20%)
5. Une qui tente de nourrir les débats ou argumenter en partageant des liens sur des articles et d'autres vidéos. Beaucoup souhaitent contredire les journalistes du Monde par des sources souvent peu fiables. (8%)

Si les discussions sont plutôt clivantes, il y a un intérêt évident pour le sujet. Nous verrons avec DataGueule, comment s'articulent les commentaires dans une analyse beaucoup plus poussée.

La YouTubisation de l'information permet donc de transmettre des informations largement aussi complexes (voir plus) qu'un simple texte. Elle est de plus avantageuse en termes d'interaction et de participation du public, ce qui leur donne la possibilité de réagir immédiatement à ce qu'ils viennent d'apprendre. Ainsi, un processus de réflexivité s'engage et renforce la mémorisation de ces nouvelles informations, même si ce qui est exprimé vient contredire le travail des journalistes. Cela permet de positionner les webspectateurs vis-à-vis des autres réactions, soit en s'inscrivant en faux, soit en accroissant le ce qu'ils perçoivent être majoritaire.

2.6 Et YouTube s'installa dans l'éducation nationale

Parallèlement au développement des contenus sur YouTube, les professeur.es des collèges, lycées et postbac ont progressivement intégré des vidéos à certains de leurs cours[255]. Ce phénomène rompt avec les difficultés rencontrées dans les années 70/80 par le centre national de diffusion pédagogique (CNDP), avec l'éducation nationale et les chaines de télévision.
En effet, alors que la presse et la radio ne semblent pas concurrencer le travail des professeurs, l'apparition de la télévision apparait comme un danger pour l'autorité des professeurs[256]. Si « *l'écrit s'est trouvé submergé par l'image* », la télévision ne permettrait pas la formation de l'esprit critique des élèves.

Après l'apparition de la première chaine de télévision en 1949, les programmes à mission d'éducation pour adultes sont intégrés à la grille de diffusion. Ils sont un continuum de l'éducation populaire, dont le but est de permettre à la majorité de la population, peu instruite, d'enrichir ses connaissances et de pouvoir gravir les échelons de l'échelle sociale. Les responsables viennent du monde de l'éducation et apprennent le métier de producteur audiovisuel en l'exerçant. Ils y voient la possibilité de toucher un vaste public pour stimuler leur émancipation ; « faire la classe à la France entière » déclare Étienne Lalou, producteur avec Igore Barrère du magazine "Faire face" de 1960 à 1962 dans lequel les téléspectateurs sont invités à intervenir par téléphone à la suite d'un documentaire traitant de sujets de société. Ces programmes permettent une

[255] CAMPION, Baptiste et PELTIER, Claire. Usage pédagogique de la vidéo et vulgarisation scientifique: Entretien avec Laurent Turcot. Médiations et médiatisations, 2021, no 7, p. 98-108.

[256] BALLE Francis. "L'école et la télévision". dans: Communication et langages, n°100-101, 2e-3e trimestre 1994. 25e anniversaire. pp. 79-88. doi : 10.3406/colan.1994.2515

interactivité avec le public rendue possible par le téléphone et une diffusion en direct de nombreux programme[257].

Les programmes éducatifs explorent des matières et des niveaux très variés, de l'enseignement général ou technique, mais également des langues vivantes, du français, de l'économie, des sciences techniques et physiques. Des documents d'accompagnement sont même proposés gratuitement pour permettre aux apprenants de revoir les notions apprises et de s'entrainer par des exercices. Presque 200.000 livrets étaient envoyés chaque année par la Radio-Télévision scolaire[258]. Jusqu'en 1968, la télévision éducative s'inscrit donc comme une alternative éducative pour de nombreux Français ayant besoin de se former. Même s'ils n'occupent pas une place prépondérante dans les grilles de programmes, leur rôle est soutenu par une politique nationale d'éducation ambitieuse, sans contraintes financières du fait d'une croissance économique forte. Dans cette période d'industrialisation et de modernisation, la France a un grand besoin de main-d'œuvre qualifiée qui peine à trouver des formations adaptées. La télévision peut remplir ce rôle. Elle s'adresse à un bassin très large de travailleurs.

D'une diffusion de 1h30 hebdomadaire en 1952 elle s'étend à 4h en 1960 sur la seule chaine existante, concentrée les samedis après-midi et dimanche matin, puis augmentée à 8h30 hebdomadaire en 1972. Dès 1964, l'émission "A mots découverts" tente d'enseigner le français (grammaire, syntaxe, expression écrite), en mettant en scène une succession de petites fictions humoristiques aboutissant, par exemple, à la rédaction d'un courrier administratif. L'intégration à la française des immigrés est à l'œuvre.

Cependant, avec sa diffusion de masse, la télévision est accusée par certains d'être vouée à la médiocrité pour être accessible au plus grand nombre, de prodiguer un "*savoir en miette*" aux antipodes de la "vraie" connaissance délivrée par les institutions en charge[259]. Un débat autour de la légitimité pédagogique apparait, dénigrant à la télévision le pouvoir de répondre aux attentes d'instruction. Ce discours est contré par les promoteurs d'une pédagogie plus moderne. Ils souhaitent réinventer le rapport aux savoirs et les rendre accessibles à un large public. D'autres accusent aussi la télévision de suppléer aux défaillances de l'Éducation nationale et au manque d'enseignant.

1968 sonne l'acmé et le début de la défiance entre le ministère de l'Éducation et les "*saltimbanques*" chargés de produire des programmes éducatifs. Se pose la question des financements importants rapportés aux audiences relativement faibles de ces programmes, comparés à ceux de la télévision grand public. D'autant plus que la loi Delors sur la formation professionnelle votée en 1971 instaure un congé de formation rémunéré, ce qui diminue l'importance du rôle de formatrice à la télévision.

Dorénavant, la France cherche à rentabiliser les programmes, et autorise les écrans publicitaires le 1er octobre 1968[260]. Les documents d'accompagnement deviennent payants, ce qui en diminue la demande.

En 1974, l'Office de radiodiffusion-télévision française (ORTF) est divisé en entités distinctes laissant entrevoir une certaine concurrence entre les acteurs. TF1, A2 et Fr3 commencent à revendiquer les espaces éducatifs pour y placer des programmes à plus fortes audiences. S'opposent désormais les tenants de programmes éducatifs professionnalisants avec ceux de programmes "intelligents" proposant une réflexion

---

[257] MIGNON, Jean-Marie. « Une société en mutation », , *Une histoire de l'éducation populaire.* sous la direction de Mignon Jean-Marie. La Découverte, 2007, pp. 145-155.

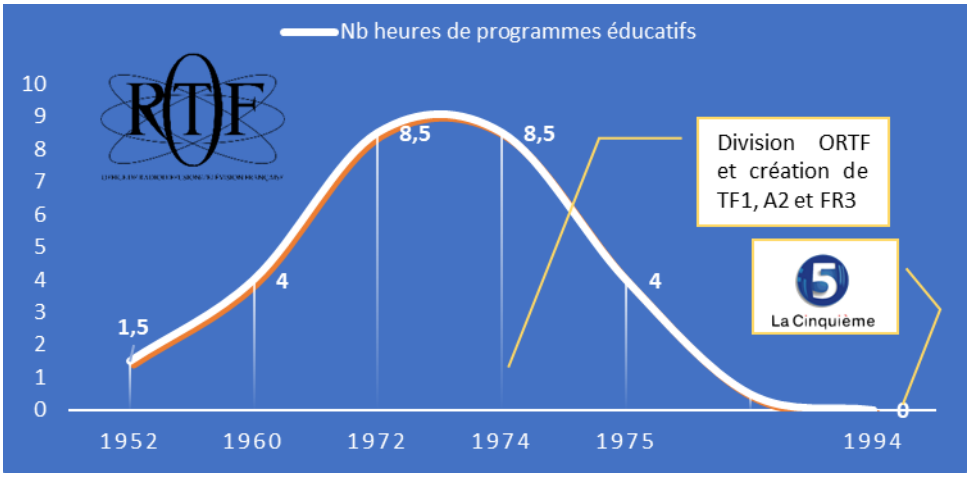
[258] GLIKMAN Viviane. "Archéologie de la télévision éducative : la dérive d'une action". Laurent Trémel. Les pratiques audiovisuelles, Les Éditions d'un autre genre, pp.19-40, 2009, 9782953095746. hal-01402562

[259] DE LA BORDERIE Réné, "éducation à l'image et aux médias" série formation, Nathan pédagogie, 1997, p22

[260] TSIKOUNAS Myriam. « La publicité, une histoire, des pratiques », Sociétés & Représentations, vol. 30, no. 2, 2010, pp. 195-209.

sur le monde et ses enjeux. Ainsi, sont progressivement abandonnés les programmes éducatifs stricto sensu au profit d'émissions faisant appel aux témoignages et aux débats. La proportion de magazines augmente, laissant sur le côté le public qui suivait les programmes pédagogiques. La littérature et la science y sont traitées, mais il n'est plus question d'enseigner, mais de questionner, de donner à voir et à penser. Les producteurs éducatifs renoncent progressivement à être diffusés à des horaires significatifs, et les émissions du CNDP ne se maintiennent que difficilement sur les antennes, avec des horaires constamment modifiés.

Figure 48 :
Évolution des heures hebdomadaires de programmes éducatifs télévisés



Sources Viviane Glikman 2009

La télévision française abandonne petit à petit ces programmes. C'est à l'école d'assurer l'éducation et à la télévision d'assurer ses missions d'informer, d'éduquer et de divertir. Si on retrouve un caractère pédagogique dans les séries animées « Il était une fois… l'homme » (1978) ou « il était une fois… la vie » (1986), l'aspect ludique l'emporte, même s'il est très réussi.
En 1994, naîtra la cinquième, dont les programmes à caractère éducatif et culturel prolongent la tendance des programmes intelligents. Mais ils ont abandonné le caractère pédagogique des programmes du CNDP.

C'est pourquoi, après quelques décennies de déshérence sur les antennes françaises, l'apparition de YouTube fut une opportunité de tisser un corpus de programmes, absent des outils pédagogiques depuis leur abandon télévisuel. Depuis son lancement en 2005, l'hégémonie culturelle de YouTube a attiré irrésistiblement tous les programmes éducatifs produits. Ce fut d'ailleurs une motivation pour les créateurs de contenus au départ de la plateforme. Dans ce cadre, l'Éducation nationale a monté une chaine depuis 2012 et y a téléversé plus de 900 vidéos[261]. Il n'y a pas de cours ou de documents pour soutenir les cours, mais seulement de petits reportages sur l'institution à destination des parents, et peut-être des élèves ? Plusieurs académies accompagnent également les enseignants dans leur utilisation de YouTube par des articles en ligne leur prodiguant des conseils[262]. Le ministère de la Culture recense 100 chaînes culturelles et scientifiques francophones diffusées sur YouTube, potentiellement adaptées à un usage éducatif, « *une constellation de*

[261] Éducation France, chaine officielle du ministère de l'Éducation nationale. 39800 abonnés. En ligne : https://www.youtube.com/user/educationfrance

[262] Académie de Toulouse : https://pedagogie.ac-toulouse.fr/education-musicale/astuces-pour-bien-utiliser-youtube-en-classe
Académie de Créteil : https://ien-aubervilliers.circo.ac-creteil.fr/spip.php?article429
Académie d'Amiens : http://soissonnais.dsden02.ac-amiens.fr/1035-partager-avec-ses-eleves-des-videos-publiees-sur-youtube.html
Académie de la Réunion : https://www.ac-reunion.fr/selection-de-videos-pour-les-svt-128400

vidéastes scientifiques et culturels au talent indéniable »[263]. De son côté, l'académie de Versailles conseille pour les SVT une chaine du CNRS "Zest de science"[264] qui fait connaitre une multitude de sujets scientifiques traités par les chercheurs.

Ce référencement officiel valorise des chaines et des programmes YouTube en y associant un assentiment de l'Éducation nationale. Elle permet à ces contenus, et à la plateforme plus généralement de les légitimer auprès des enseignants. Sa valeur symbolique en est renforcée et infuse auprès des élèves (et réciproquement) qui peuvent justifier de visionner des vidéos dans le cadre de leur travail scolaire. Les enseignants qui les choisissent ont progressivement acquis une expertise pour juger de la pertinence de leur contenu vis-à-vis de leurs objectifs pédagogiques. YouTube devient une vidéothèque où ils peuvent puiser leurs ressources selon des critères d'acceptabilité, d'utilisabilité et d'utilité. L'acceptabilité ayant été donnée par la légitimation des autorités de tutelle, l'utilisabilité étant fonction de l'installation technique des établissements, contournée le cas échéant par le téléchargement de la vidéo nécessaire, tandis que l'utilité répond à une fonction pédagogique plus personnelle. « *Les savoirs, les valeurs et les représentations que ces vidéos véhiculent à travers les conditions propres de leur production deviennent dès lors des parts intégrantes de la culture scolaire, définie comme un ensemble de valeurs, de contenus et pratiques produits par l'école* »[265]. Les auteurs Zwang, Fournier & Boissière déterminent ainsi trois niveaux d'enseignants utilisant les vidéos :

- Les débutants, plus jeunes et pédagogiquement moins aguerris,
- Les expérimentés pour qui les séquences vidéo doivent s'insérer dans une démarche pédagogique précise,
- Les enseignants concepteurs de ressources (sorte de profs Youtubeurs), très minoritaires, qui sont apparus lors du confinement pour fabriquer des modules à envoyer à leurs élèves.

Leur enquête révèle que 94% de leurs répondants utilisent régulièrement des vidéos YouTube dans leur cours, et ce depuis plusieurs années, avec une très forte hausse durant le confinement de 2020. Si les enseignants plus expérimentés utilisent peu la plateforme pour leur usage privé, ils s'en servent autant que les plus jeunes pour un usage pédagogique. 80% d'entre eux pensent que la vidéo rend leur cours plus attractif pour leurs élèves et qu'elles dynamisent le rythme des séquences. Peu se servent des recommandations proposées par les institutions. Ils et elles préfèrent choisir les vidéos en fonction de leurs exigences en termes de contenu, de durée et d'apports didactiques : découvrir, rappeler, illustrer, visualiser, montrer, expliciter, synthétiser… Le programme #DataGueule fait partie de la liste de certains professeurs de sciences économiques et sociales.

La qualité technique ne revêt pas une importance cruciale, les archives sont aussi utilisées, car elles apportent une distanciation historique et un sérieux prisé par les enseignants.

Aucun d'entre eux ne s'intéresse à la notoriété du créateur. Cependant, il serait faux de dire que celle-ci n'influence pas leur choix, dans la mesure où les chaines populaires sont favorisées pas l'algorithme de

---

[263] HUTIN M. (2018). "YouTube à l'école. Les chaînes YouTube culturelles et scientifiques francophones à l'usage des élèves et professeurs de primaire, secondaire et universitaire". En ligne : Ministère Culture : YouTube à l'école

[264] Continuité pédagogique : Des ressources à distance en SVT En ligne : https://svt.ac-versailles.fr/spip.php?article1056

[265] ZWANG Aurélie, FOURNIER Antoine et BOISSIERES Claire, « Scolarisation des vidéos YouTube de vulgarisation scientifique en sciences de la vie et de la Terre : une légitimation éducative à l'aune des visées enseignantes », RDST, 26 | 2022 en ligne : https://journals.openedition.org/rdst/4424#quotation

YouTube. Elles apparaissent plus facilement sur le fil des propositions en réponse aux requêtes lancées les profs. La vidéo doit pouvoir servir telle quelle pour lancer un sujet, l'illustrer ou initier une réflexion ou un débat. Si, dans les collèges, elles sont visionnées en classe, elles peuvent être suggérées en amont ou en aval des cours pour que les lycéens et lycéennes les regardent chez eux.

Une exploration auprès d'enseignants

Dans une démarche exploratoire permettant d'incarner une certaine réalité de terrain, nous reprenons l'hypothèse que la vidéo permettrait de compenser les lacunes des plus faibles lecteurs par une meilleure compréhension des informations délivrées. Pour cela, nous avons mené une série de 5 entretiens qualitatifs auprès de professeurs de lycées parisiens utilisant la vidéo dans leur cours.

Professeurs de philosophie et de sciences économiques et sociales, ils et elles sont affectés dans de bons lycées parisiens, même si les élèves ont des niveaux hétérogènes. L'une est dans le privé quand les autres sont dans le public, au centre de Paris. Conscient que leur public n'est pas nécessairement représentatif du reste des élèves de France, ils sont quand même confrontés à une disparité sociale du fait qu'un certain nombre d'élèves sont boursiers et issus de familles immigrées, ce qui les prive « *du même paysage culturel que les franco-français de plusieurs générations* » (Matilde philo). Ces différences sociales sont clairement identifiées et semblent accroître certaines difficultés avec la culture et la langue, confirmant ainsi l'analyse de Bernard Lahire[266]. *C'est les « bobos parisien qui écrivent bien, et les boursiers issus de l'immigration qui ont plus de mal parce que leurs parents ne parlent pas le français* » (Alix Philo). L'environnement social et « *certaines fréquentations* », font que « *le gap culturel est difficile à franchir »* (Sandra ESS). Lorsque les familles vont au cinéma et discutent des films avec leurs enfants, ceux-ci ont une réflexion plus poussée sur le traitement de l'image, le scénario et le jeu des acteurs. Cet apprentissage par la famille est un vrai plus pour les élèves[267].

Dans le système éducatif français, la lecture est l'élément qui permet d'améliorer la conceptualisation, l'expression écrite, l'expression orale, la culture de classe. L'un des enseignants explique qu'elle a été le moteur de ses résultats scolaires et de son ascension sociale : « *toutes les fois où j'ai fait des bonds en avant en termes de progression scolaire, c'est quand j'ai intensifié les lectures ; toutes les fois où je lisais moins dans mon parcours, c'est là où j'avais une stagnation de mes résultats scolaires* » (Matthieu SES). C'est elle qui permet d'entrer dans un milieu élitiste sans se sentir intimidé culturellement.

Pour autant, leurs expériences confirment nos analyses : la reproduction sociale ne prend plus les mêmes chemins littéraires qu'auparavant, mais « *passe presque totalement par l'argent, à travers les cours particuliers et la prédominance des mathématiques pour la sélection des prépas, puis l'entrée dans les grandes écoles de commerce* », (Elodie, ESS). Puisque les math sont la matière de sélection, tout le monde veut faire une spécialité math en première, et les plus faibles se font évacuer de parcoursup. « *Il y a une forme d'appauvrissement du côté culturel, littéraire qu'on avait un peu plus fortement, j'imagine, à l'époque des héritiers »* (Elodie ESS).

---

[266] LAHIRE Bernard. « L'inégalité devant la culture écrite scolaire : le cas de l' «expression écrite» à l'école primaire » . In: Sociétés contemporaines N°11-12, Septembre / Décembre 1992. Regards sur l'éducation. pp. 184 ; doi : https://doi.org/10.3406/socco.1992.1085

[267] BOURDIEU Pierre. « Reproduction culturelle et reproduction sociale ». Social Science Information, 10(2), 1971, 45-79. https://doi.org/10.1177/053901847101000203

Quand la consigne est de lire individuellement un texte en classe, les professeurs observent qu'ils mettent beaucoup de temps à rentrer dedans et qu'ils vont être totalement passifs, « *sans arriver à se concentrer, ce qui va retarder le moment où ils vont s'y mettre* » (Sandra SES). La lecture demande un effort plus important, mais ça demande de l'entraînement, du temps et surtout une forte envie. L'évocation de la profusion des possibilités de loisirs est évoquée comme une explication. « *Les jeunes ont tellement d'autres trucs plus marrants à faire. Je comprends qu'ils ne lisent pas., ça demande un effort qu'ils ne sont pas habitués à faire. Rentrer dans un roman par exemple. Ça peut prendre 1 h, 2 h, c'est trop long, c'est trop long pour eux* (Alix Philo).

S'ils lisent peu de livres, la lecture est beaucoup sollicitée sur Internet. Elle est plus discontinue. Les élèves auront du mal à aller du début d'un livre jusqu'à la fin. « *Et je peux dire que je suis un petit peu comme eux. Les écrans sollicitent de plus en plus notre attention et je pense que mes élèves lisent beaucoup plus de choses qui sont segmentées et qui sont présentées par des intermédiaires informatiques* ». (Matilde philo)

Même si certains professeurs s'accrochent à l'idée que leurs élèves sont de bons lecteurs, une forte disparité entre les élèves demeure. Tous avouent qu'une minorité de leurs effectifs lit spontanément ce qu'il leur est proposé. Les autres ont plus de mal, et ils semblent être une majorité. Les difficultés se perçoivent dès qu'ils lisent à haute voix. « *Ils sont plus lents, il y a des mots, enfin je ne sais pas, il y a quelque chose effectivement qui est de l'ordre du décryptage* » (Sandra, ESS). Sur des textes de philosophie, ils lisent le début de la phrase et se perdent dans la structure syntaxique de la phrase. « *On voit que leur lecture n'est plus qu'une lecture syllabique. Ils prononcent les mots, mais y a plus le rythme de phrases qui montre que l'on a compris* » (Matilde philo). Sur l'échelle des Skills Matters, ils seraient en niveau 2, comme 34% de la population.

Même la lecture des consignes pose problème. Malgré le rappel et le conseil de prendre le temps de bien les lire, « *les élèves font plein d'erreurs parce qu'ils ne les ont pas ou mal lu* » (Elodie ESS). Les difficultés de lecture entrainent alors des problèmes d'écriture. Il y a de plus en plus de fautes d'orthographe, sans qu'ils en soient pénalisés, car il n'y a pas de demande de l'éducation nationale pour leur retirer des points pour l'orthographe. « *Si vraiment on a des problèmes de compréhension, tellement c'est mal écrit, là évidemment ils vont finir par avoir des points en moins parce qu'on ne comprend rien* » (Alix Philo, Pos. 38). L'exigence de richesse lexicale baisse. Les enseignants se concentrent sur la syntaxe parce qu'elle est vraiment essentielle pour exprimer le sens. Pour les entrainer, un des professeurs tente d'appliquer le critère des mots à quatre syllabes. Les rechercher et les utiliser dans leurs écrits permet aux élèves d'enrichir leur vocabulaire et de préciser leur pensée. Et ces mots s'apprennent en lisant.

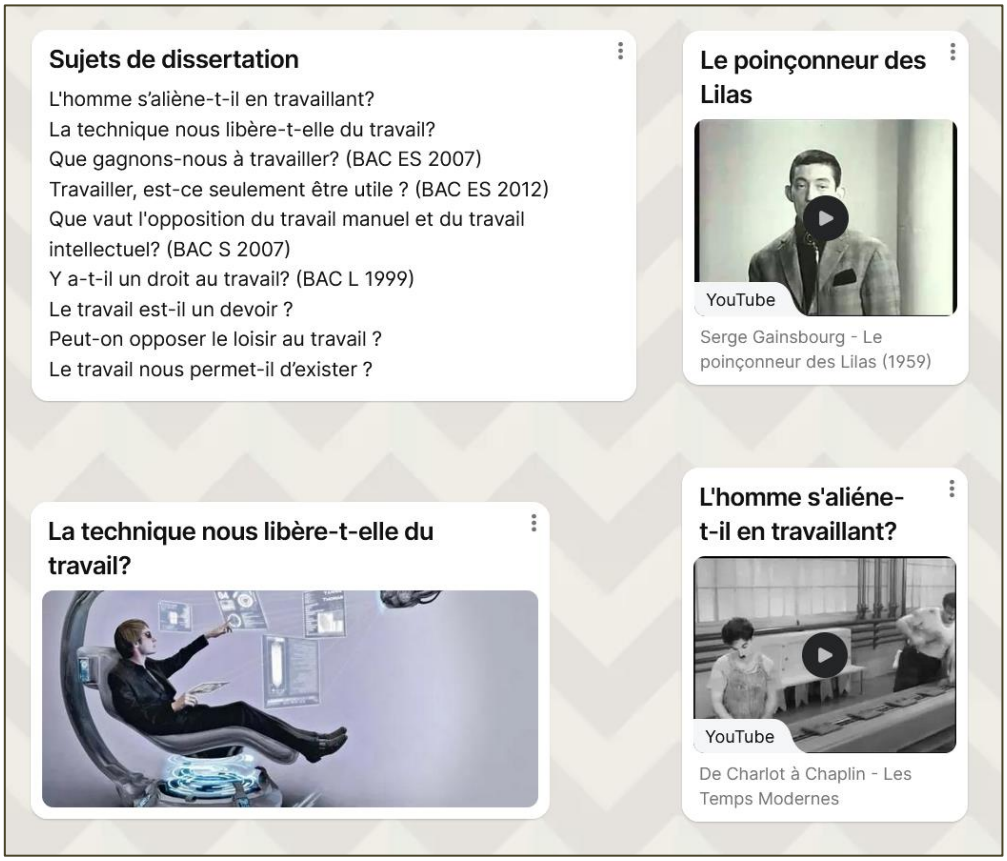
C'est la raison pour laquelle les professeurs évitent dorénavant que les élèves prennent des notes, car « *ils écrivent souvent n'importe quoi* » et ne peuvent pas apprendre correctement. Avec un support de cours, l'information est mieux structurée et ils se mélangent moins. Mais avec la conscience écologiste et l'équipement des classes en matériel informatique et de projection, les professeurs ne distribuent presque plus de photocopies. Les outils numériques ont pris le dessus.

Faute de directive et d'outils proposés par l'éducation nationale, chacun s'organise comme il peut, avec ses moyens et les opportunités rencontrées. Plusieurs citent padlet[268], EdPuzzle[269] ou Géniallly[270]. « C'est un

[268] https://fr.padlet.com/
[269] https://edpuzzle.com/
[270] https://genial.ly/fr/

glissement qui se fait dans les classes, puisqu'autrefois je donnais beaucoup de photocopies que les élèves collaient dans leur cahier, qu'ils pouvaient annoter.

Figure 50 : extrait d'une page Padlet de Mathilde en Philosophie[271]



source fournie par une professeure

Si tous reconnaissent l'utilité pédagogique des vidéos, certains se sentent plus démunis que d'autres. « *Moi je suis nulle, je ne sais rien faire. Il y a un truc que j'aimerais pouvoir faire, c'est simplement un truc tout con, c'est prendre un extrait dans une vidéo plus longue. Savoir le mettre sur ma clé USB et puis le vidéo projeter, mais même ça je ne sais pas faire. Donc du coup je suis dépendant de ce que je trouve sur YouTube* » (Alix philo, Pos. 80). En effet, la simplicité d'utilisation de YouTube si on a une connexion correcte en classe, pousse les enseignants vers la plateforme.

Ces nouvelles méthodes tentent de résoudre la délicate question de l'attention des élèves. Le fait de varier les activités, les supports, les façons de travailler permettent aux élèves de rester actifs intellectuellement. Et cette efficience est intégrée comme étant performative pour les enseignants. Leur cours, et la réception de leurs élèves doivent être positifs. Même à l'école, si l'autorité est encore très verticale, l'image sociale des professeurs, souvent dépréciée, se doit d'être valorisée par les élèves eux-mêmes. De même, la seule mission d'enseignement ne suffit plus, il faut que les enseignants y trouvent une satisfaction personnelle et du sens dans leur travail[272]. Pour ce faire, poser un idéal de situation permet de chercher à l'atteindre. *« Je veux des élèves actifs, je veux qu'ils réfléchissent vraiment. Mon objectif, c'est ça. Je veux qu'ils se posent des questions en fait tout le temps. Et donc il faut varier les supports. Et si je ne mets que des textes et des questions, le rythme du cours est lent et tout le monde s'ennuie,* et moi aussi je m'ennuie ». (Elodie ESE, Pos. 156). Dans

[271] En ligne : https://padlet.com/pramathilde/le-travail-ppt5ovz8ava9

[272] SERIR Zakaria. « Oui, nous pouvons (re)penser notre enseignement ». Penser l'action. L'éducateur, (3), 28-29. Serir, Z. (2018)

un monde qui s'accélère[273], la lenteur est un risque d'ennui, de décrochage, même si elle est parfois recherchée comme une attitude d'attention lorsqu'il faut lire les consignes.
Souvent, les élèves perdent tous les « *règles du silence qui précède l'attention pour commencer à se mettre au travail. […] Ils sont toujours en train de zapper les discussions entre eux, de discuter* ». (Matthieu ESE, Pos. 20). Impossible de les garder concentrés plus de dix minutes, témoigne une professeure qui, pour capter leur attention, s'oblige à imposer un rythme soutenu en enchainant les séquences. 20 minutes maximum par activité, lecture et questions comprises, « *il faut que ça change. Faut que ça change vite. Il faut aller les chercher. Il faut bouger. Il faut toujours regarder. Il faut vraiment toujours capter l'attention. C'est extrêmement fatigant* » (Elodie SES, Pos. 146). C'est pourquoi les vidéos choisies doivent être courtes, entre 3 et 15 minutes maximum nous dit Sandra.

Toutefois, les professeures de philosophie semblent analyser le phénomène sous un autre angle : celui du contenu et de sa narration. Pour Matilde, si le cours est bien construit et qu'il est déroulé pour que chacun en comprenne le fond, les élèves apprécient. À l'inverse, « *si j'arrivais en faisant un cours zapping et en passant d'une idée à une autre, je pense que ça provoquerait chez mes élèves un inconfort cognitif majeur […] une pensée, ça se construit oui, sinon c'est très désagréable* » (Matilde philo, Pos. 111). C'est pour elle une des principales raisons du zapping des spectateurs devant les écrans « *c'est peut-être justement parce que les écrans ne nous donnent pas suffisamment de matière à nourrir notre pensée. Et c'est peut-être ça, mais je ne crois pas qu'on zappe pour zapper. Si c'est intéressant, on reste. Si la vidéo est intéressante, on ne va pas zapper* ». (Matilde philo, Pos. 119). La relation entre l'intérêt de contenu audiovisuel et l'attention du public pourrait sembler logique. Marie-Eve Arsenault en a fait l'objet de sa thèse en se focalisant sur le rôle de l'intérêt des textes vis-à-vis des lecteurs[274]. Elle explique que les textes jugés plus intéressants nécessitent un moindre effort d'attention que ceux jugés moins intéressants, pour un niveau de compréhension similaire. L'intérêt aiderait aussi le lecteur à mieux comprendre le texte, et du coup, à mieux le retenir dans le temps. Si cela fonctionne pour les textes, il serait rapide d'étendre ce phénomène aux programmes télé et aux vidéos. D'autres causes pourraient pourtant faire zapper les spectateurs, telles que la fatigue, l'envie de se changer les idées, de se déconnecter d'une journée de travail… etc… Mais le lien avec un cours bien construit, s'adressant spécifiquement aux élèves est un atout évident pour capter leur attention ; et chaque enseignant y travaille à sa manière activement, parfois en lui donnant du rythme.

Les effectifs de leur classe et la densité des cours sont cités comme argument de départ pour intégrer une vidéo en cours. « *Au début, c'était surtout pour me reposer* ». Faire deux heures de cours à 35 élèves, les tenir attentifs, les regarder sans arrêt, les rappeler à l'ordre, peut vraiment être épuisant. « *C'est tout bête, mais ça a démarré comme ça. Puis après, évidemment, j'en ai vu l'intérêt pédagogique* » (Alix philo).
Le trop grand nombre d'élèves a un impact sur l'ambiance de la classe : quand il y a 34 élèves, l'attention des élèves n'a rien à voir avec celle d'une classe à 25. Les enseignants le voient explicitement lorsqu'ils sont en travaux dirigés, avec des demies classes. Les élèves sont plus concentrés, l'ambiance de la classe est plus fluide.

---

[273] HARMUT Rosa « Accélération. Une critique sociale du temps », Traduction Didier Renault Paris, La Découverte, coll. « Théorie critique », 2013

[274] ARSENAULT, Marie-Ève. « Comment susciter l'intérêt du lecteur: analyse de contenu de 38 guides rédactionnels ». 2015. Thèse de doctorat. Université Laval.

Ce constat renvoie à l'attention collective de la classe. Les enseignants témoignent que s'ils favorisent chacun l'expression orale dans leur cours, ils se retrouvent souvent dans l'impossibilité d'imposer le silence pour se mettre au travail. Pour y parvenir, la vidéo est l'outil qui permet de focaliser l'attention collective : « *avec la vidéo, je focalise l'attention sur un point commun, c'est le principe de faire classe […] quand je veux rentrer sur une notion, quand je veux rentrer dans un chapitre, ça permet de faire une introduction effectivement qui marque les élèves* » (Matthieu SES). Alors que les tâches sont chronométrées en classe, lorsqu'un tiers des élèves seulement se met tout de suite au travail à la suite d'une consigne, qu'un autre tiers met 30 secondes et que le reste a besoin d'être rappelé à l'ordre pour s'y mettre, « *la vidéo permet effectivement de limiter les pertes […] globalement j'ai 90% de la classe qui est focalisée sur la vidéo* » (Matthieu SES).
Si la vidéo peut être perçue par les élèves comme un élément ludique un peu récréatif, les enseignants font en sorte de les faire travailler dessus. Ils leur montrent ainsi que le contenu est important, avec ses informations. Le côté « *ludique ne signifie pas qu'on ne va pas réfléchir, travailler, revenir sur cette vidéo-là. Donc ça vous demande un effort. Cet effort-là, ça veut dire comme sur tous les supports, sortez les stylos* » (Matthieu SES).

Pendant ou après la vidéo, il est demandé aux élèves d'écrire, soit en répondant à des questions à la suite, soit de remplir un tableau pendant la vidéo. « *Je vais créer un tableau pour qu'ils puissent le remplir vite. Parce que quand on regarde et qu'on doit remplir en même temps, bien il y a quand même un double effort, il faut écrire en même temps qu'on en écoute, ce n'est pas évident* » (Elodie SES). Pour ce faire, lire au préalable les consignes permet de mieux se focaliser et d'affuter son écoute. La vidéo peut être visionnée plusieurs fois lorsqu'elle est compliquée ou que les informations fusent à un rythme trop intense. « *On fait des aller-retours, on regarde, ils lisent les questions, ils commencent à répondre et après je leur dis, vous avez tous les éléments. Ah ben en fait non. Et donc après deuxième visionnage qui permet d'être plus précis. C'est pour ça qu'il y a les 2e visionnages et parfois un troisième quand il y a un niveau de complexité ou une densité d'informations très importante* » (Matthieu SES,).
Visionner puis en parler, et enfin écrire, telle parait être la bonne formule pédagogique pour que les vidéos servent la connaissance et l'expérience des élèves. « *S'ils n'ont pas fait l'effort de réécrire, de repenser, de retravailler ou de se servir de la vidéo pour débattre avec un copain, peu importe, s'ils n'ont pas fait l'effort de retranscrire l'information, elle n'existera plus dans deux semaines. Alors que par contre, j'imagine que s'ils commentent la vidéo, comme ils ont repensé le truc pour faire le commentaire, là j'imagine que ça va s'imprégner un peu plus* » (Elodie SES). Car le contenu des vidéos choisies est souvent très précis, didactique, pédagogique et scientifique. Les images sont accompagnées par des schémas, des animations sur lesquels les profs peuvent s'arrêter, les commenter, et reprendre le fil. Leurs auteurs utilisent les bons termes et ne cherchent pas à simplifier. En prenant l'exemple de #DataGueule, cité par les enseignants, « *ils sont là pour présenter de manière simple des choses complexes, mais ils ne simplifient pas du tout* » nous dit Matthieu (SES, Pos. 20), reprenant presque aux mots près, la *base Line* des auteurs de #DataGueule, comme nous le verrons dans un prochain chapitre.

Le second degré et les sous-entendus critiques sont aussi des points fort car « *après avoir titillé la curiosité, on va titiller l'esprit critique des élèves. Je dis : qu'elle est la question que soulève cette vidéo ?* » (Matthieu SES, Pos. 83). L'exemple de la vidéo #DataGueulesur la démocratie[275] est cité pour la précision de son récit,

[275] #DATAGUEULE 74 "Des mots, des mots... Démocratie ? » - En ligne https://www.YouTube.com/watch?v=xM8asdR5ufY

avec des références que l'enseignant souhaite intégrer à son cours. « *Les gars, ils me citent l'abbé Sieyès dès les dix premières secondes. Pour moi la vidéo est validée* » (Matthieu, SES). Le sérieux des contenus est donc la condition essentielle pour qu'une vidéo puisse franchir la porte de la classe. Et dans ce registre, une multitude de vidéos répondent à ce critère, avec des styles, des tons, des sujets différents qui peuvent satisfaire la plupart des professeurs.

Les vidéos de #DataGueule ont en plus un débit percutant, très rapide qui provoque une réaction assez rarement indifférente. C'est justement ce qu'aime Mathieu : « *j'aime bien les vidéos compactes, percutantes, comme #DataGueule. Un peu comme une claque dans ta gueule, c'est ça l'idée, c'est que le ton, le débit. Ah voilà, on saisit dans le vif quoi. Et d'ailleurs, ils sont obligés de revenir. Parce que la vidéo, à chaque fois, quand la vidéo s'éteint, il y a un temps où ils sont un peu prostrés parce qu'ils ont pris trop d'informations. Après cette prise de conscience, nous, on va construire là-dessus* » (Matthieu SES). Cet "abattement" dont parle ici Mathieu, est la réaction d'une émotion, une sorte de choc que l'enseignant va transformer en action réflexive. Antonio Damasio affirme dans « L'erreur de Descartes »[276] que les émotions sont des marqueurs somatiques qui servent à déclencher une action/réaction. Si elles sont « reprises en vol » par l'enseignant, ces émotions vont servir à alimenter la réflexion. La sidération, le rire, l'indignation, l'admiration… Peuvent donc servir de matière première que l'enseignant devra ensuite orienter pour prolonger ces émotions par une réflexion. « *Donc après, les activités que je proposer, je vais me nourrir de cet élément-là pour l'alimenter* » confirme-t-il.

Ces vidéos s'intègrent parfaitement dans le cursus scolaire et sont positionnées au service de la pédagogie. Elles peuvent même, à l'extrême, compenser certains manques de l'éducation nationale lorsque des élèves ne trouvent pas leur compte à l'école. Mais dans leur contenu, c'est la culture de l'école qui s'impose, gardant à distance la culture mainstream de YouTube. Les enseignants se positionnent comme garants du maintien des murs symboliques culturels entre l'extérieur et l'intérieur de l'école. Tous les contenus ne passent pas leurs filtres de pertinence. Seule une minorité se voit ainsi "labélisés".
Les vidéos permettent aux cours d'être plus participatifs, plus ouvert sur le monde, en phase avec la réalité des élèves. Pour les élèves qui "*apprennent les vidéos*", ils choisissent instinctivement celles qui se rapprochent du programme et des attendus de l'éducation nationale, comme la chaine « Les Bons Profs ».
Ces contenus peuvent servir de pont entre les familles et l'école, un contenu à partager, permettant aux parents de prolonger la discussion avec leurs enfants. Et les élèvent ne s'y trompent pas. Eux aussi utilisent YouTube pour trouver les vidéos qui les aideront à renforcer leurs connaissances.

2.7 Conclusion du chapitre 2

Les jeunes adultes sont nés avec les écrans et ceux-ci font partie intégrante de leur vie quotidienne. Leur vie est vécue autant en ligne qu'en dehors des écrans, ce que Sage Elwell nomme la vie *Onlife*, dans laquelle leurs relations, leurs actions quotidiennes et leurs engagements se vivent parallèlement sur les réseaux numériques et en présentiel. L'identité se construit dorénavant à l'image du transmédia, sur une multitude de supports, de médias, de situations dans lesquelles le numérique est partie prenante. Il n'y a plus de distinction entre les identités physiques et *online*. La vie des screenagers se situe donc dans l'interstice poreux

[276] DAMASIO Antonio, « L'erreur de Descartes, la raison des émotions » Ed Odile Jacob 2006

des mondes physiques et numériques, de sorte que les deux sphères deviennent essentielles à la formation et au maintien de leur identité. Cette construction met en avant le développement progressif et interactif d'un certain type d'auto-compréhension individuelle et collective, d'une solidarité ou d'un "sentiment de groupe" qui rend possible l'action collective, mais qui la freine aussi, à cause des infinies différences et particularités qui rendent plus difficile l'union des identités et de leurs acteurs.

L'avènement des smartphones signifie que les jeunes adultes sont toujours à un petit écran d'Internet et d'eux-mêmes en ligne. Cela donne accès à la possibilité d'une information constante, qui peut répondre immédiatement à toutes leurs questions.

Mais cette prégnance des écrans éloigne de la lecture littéraire toute la population. Si l'éducation s'est longtemps développée autour de la culture dite « classique », basée sur les lettres et la philosophie, elle diminue au profit des sciences dures, pour laquelle les math et la physique sont des barrières de sélection. Malgré une hausse régulière des diplômés et de leur niveau, les difficultés de lecture sont constatées pour près 60% des Français, pour qui lire est un effort. Effort de décryptage et de compréhension qui leur fait renoncer à la perspective de prendre le temps de lire un livre.

Se répand alors une culture populaire dans toutes les couches sociales de la société. Cette culture est fortement centrée sur l'image au détriment du texte. Car celles-ci sont plus facilement assimilables par les facultés cognitives, délivrées de la charge importante d'avoir à déchiffrer les mots et le sens des phrases. Si les écrans sont le centre de cette culture mainstream, ce n'est plus devant celui de la télévision en linéaire que les jeunes adultes se tournent pour s'informer, mais devant YouTube ou les réseaux sociaux. La plateforme leur offre la possibilité de s'exercer à produire eux-mêmes des contenus facilement diffusables, même s'il n'y a aucune garantie d'être vu au-delà de leur cercle proche. Si les vidéos ne fédèrent pas une large audience comme le faisait la télévision, elles agrègent des publics qui se retrouvent autour de centres d'intérêts communs plus pointus, en véhiculant une position d'énonciation horizontale, de pairs à pairs, qui les rassemblent en communautés ponctuelles.

Dans une société où l'enseignement coûte cher et où le numérique offre la possibilité de proposer des cours en ligne, la vidéo s'immisce comme une alternative à la présence d'enseignants à l'université. Les MOOC se focalisent autour de vidéos de professeurs énonçant leurs savoirs. S'ils prennent les mêmes partis-pris que celui des Youtubeurs pour leur mise en image, ils ont toutefois du mal à prendre une posture de transmission horizontale. Le succès de ce type de cours est assez mitigé, alors que nous montrons qu'en s'inspirant de la culture mainstream, certaines expériences d'apprentissage en ligne peuvent rencontrer une audience importante. C'est donc le ton des vidéos et leur environnement culturel qui semble orienter leur succès.

Cette utilisation grandissante de la vidéo pour servir la connaissance nous permet de former le concept de YouTubisation de la connaissance. Car les vidéos diffusées sur YouTube s'inscrivent dans un dispositif plus large que la seule diffusion d'image, en les enrichissant d'informations supplémentaires telles que les sources (directement accessibles), et les possibilités d'actions poussant à la réflexivité (écriture de commentaires).

Les organes de presse ne s'y sont pas trompés lorsqu'ils tentent d'inclure dans l'environnement de leurs articles écrits quelques repaires se rapprochant du médium vidéo. Plus encore, ils développent une offre de vidéos d'information qui trouve son public en dehors de leurs abonnés historiques. Car la vidéo semble avoir la capacité de faire comprendre des concepts complexes à un public élargi, plus facilement que les seuls textes, et surtout elles s'adressent à un public plus jeune dont les capacités de lecture sont plus limitées. Les

illustrations animées, les schémas explicatifs, les témoignages et la voix off additionnés semblent pouvoir faire comprendre la complexité sans la simplifier.

C'est sans doute pourquoi l'Éducation nationale accompagne les enseignants qui le souhaitent, en leur proposant des vidéos diffusées sur YouTube. Elle valide ainsi leur légitimité pédagogique. Ces vidéos viennent combler l'abandon, dans les années 80, par la télévision, d'émissions éducatives. Vestige de l'éducation populaire au sortir de la guerre, la télévision avait comme mission de consacrer une partie de son antenne à des programmes pédagogiques pour adultes. Mais la libéralisation de l'économie et la création de nouvelles chaines firent naitre une concurrence, pour laquelle l'équation pédagogique perdait de sa valeur.

La création de YouTube permit de compenser cette disparition. Les vidéos partageant de la connaissance se multipliant, au point que les professeurs d'aujourd'hui s'en servent pour enrichir leur cours. Dans un environnement scolaire de classes surchargées, où les professeurs très sollicités par un grand nombre d'élèves qui ne sont pas à l'aise avec la lecture, les vidéos paraissent être un outil pour mobiliser l'attention, focaliser les élèves sur un sujet commun, et diversifier les cours pour les rendre plus expressifs. YouTube est devenu auprès des enseignants une vidéothèque dans laquelle ils puisent pour rythmer leur cours et satisfaire toute la classe, eux inclus.

Dans le cas que nous exposons, les vidéos les plus utilisées ont été produites par des professeurs Youtubers. Ceux-ci ayant intégré les codes d'énonciation de la plateforme, ils agrègent toute une communauté de jeunes adultes que l'éducation nationale n'arrive pas à satisfaire. Grâce à elles, certains élèves atteignent leur but là où il leur aurait été très difficile de réussir leurs examens.

Chapitre 3

Des origines contre-culturelles aux valeurs néolibérales : l'émergence des plateformes, leur hégémonie et les rapports ambigus des politiques à leur égard

3.1 La double dynamique de la société de l'information

On dit parfois qu'internet recèle le meilleur comme le pire, que les réseaux sociaux stérilisent l'espace public par l'accélération inflammable des sujets traités à l'emporte-pièce[277], que la marchandisation s'est infiltrée partout dans une compétition acharnée[278], mais que Wikipédia témoigne encore d'un Internet coopératif, gratuit et fiable, et que Linux (logiciel libre) sert de système d'exploitation à la majorité des serveurs de données.

Reconnaître une double dynamique historique des technologies de l'information et de la communication (TIC) nous permet de voir pourquoi "l'utopie d'un réseau libre et égalitaire" imaginée par les précurseurs de l'Internet n'a pas eu lieu. Il nous semble important de savoir pourquoi des plateformes hégémoniques ont pu s'imposer à la place, porteuses d'un capitalisme décomplexé que leurs technologies ont pu faire advenir, au détriment d'un bien commun que personne ne pourrait s'accaparer.

Un antagonisme structure la préhistoire numérique : celui d'un esprit de rébellion contre-culturel cherchant à établir une organisation horizontale de la société grâce à Internet, et son retournement par les forces néolibérales, s'emparant des technologies numériques pour accroitre le pouvoir de super structures verticales.

Dans ce contexte, existe-t-il encore des éléments qui nous permettent de faire l'hypothèse que demeurent sur le Net des espaces d'éducation populaire, qui forgent l'esprit critique et permettent de contrer le modèle capitaliste ?

Pour comprendre les mécanismes en présence et les forces qui ont joué en faveur d'une dynamique d'émancipation ou d'asservissement, il faut voir les bifurcations prises, les résistances et les forces qui font pencher la balance dans un sens ou dans l'autre.

- La première nait de la contre-culture, de la lutte contre les guerres du Vietnam et de Corée. Elle dessine le projet d'une société nouvelle, mettant l'individu au centre de son existence et rompant radicalement avec l'ère industrielle de masse, hyper hiérarchisée et sous contrôle de l'état.
- La seconde est la prolongation d'importants investissements militaires, répondant à la nécessité de la guerre froide et de la menace nucléaire. Elle stimule l'innovation technique et le capitalisme comme moyen de lutte anticommuniste.

Si ces deux dynamiques peuvent sembler distinctes, elles s'entrecroisent pourtant, se confondent même parfois. Elles ont des acteurs influents dont les motivations sont actionnées par des idéologies basées sur la puissance de l'individu autant que de la nation[279].

Alvin Toffler clame son concept de « troisième vague »[280]. Il porte sur l'association de l'informatique et des télécommunications comme révélateur d'une nouvelle ère : la première « vague » aurait été agricole, la deuxième industrielle et la troisième, celle de l'information, dont l'expression "société de l'information" est

---

[277] BADOUARD Romain. « La régulation des contenus sur Internet à l'heure des « fake news » et des discours de haine », Communications, vol. 106, no. 1, 2020, pp. 161-173.

[278] SAINT-LOUIS, Hervé. Le crédit transactionnel: un modèle d'interaction et de marchandisation de l'authentification. Canadian Journal of Communication, 2023.

[279] TURNER, Fred, « Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture, Stewart Brand un homme d'influence » Trad. de l'anglais par Laurent Vannini, Caen, C&F Éd., 2012, p.53

[280] TOFFLER, Allan. La 3e vague Editions Denoël. 1980.

le résumé popularisé. Mais ces enthousiasmes sont aussi idéologiques[281] et les relier cette idéologie aux besoins contemporains du capitalisme laisse entrevoir les débuts d'Internet comme la construction d'un sous-bassement politique. Les prédictions technologiques, telles que Toffler les a vulgarisées, ont tendance à trop insister sur la centralité de la technologie. Elles oublient que les TIC sont des technologies parmi d'autres, même si elles sont puissantes, et que les humains ne dépendent pas totalement de celles-ci dans tous des domaines de l'existence.

L'imaginaire de la prédominance informatique ne fut pas spontané. Comme le souligne Paul Ceruzzi, les premiers ordinateurs étaient si encombrants et utilisés seulement pour des travaux mathématiques complexes que peu de personnes imaginaient pouvoir s'en servir un jour dans la vie quotidienne. Mais la réduction de leur taille et l'augmentation de leur puissance ont totalement déjoué les prévisions initiales et ont provoqué une analyse opposée, dans laquelle une "révolution" transformerait de fond en comble la société, pour en faire un modèle universel qui réglerait tous les problèmes[282].
Ces erreurs d'appréciation sont expliquées par le fait que les innovations technologiques sont divisées en deux groupes que Peter Golding nomme les technologies ONE et les technologies TWO[283].

- La Technologie ONE permet aux activités humaines existantes de se produire plus rapidement, plus efficacement ou plus facilement, avec comme conséquences négatives plus de risques (pollutions, licenciements, inégalités, extractivisme, réchauffement climatique...).
- La technologie TWO permet des formes d'activités entièrement nouvelles, auparavant impraticables ou même inconcevables » (p 171).

Or, lorsqu'on identifie une technologie ONE par erreur comme une technologie TWO, les prédictions ont alors tendance à être erronées. Si les TIC font partie des technologies ONE, alors les changements qu'elles provoquent sont forcément moins révolutionnaires qu'attendu. Mais si elles sont considérées comme une technologie TWO, alors il faut définir précisément les aspects totalement nouveaux et transformateurs de la société qu'elles ont provoqués. C'est pourquoi, quand trop de liens avec le passé les font apparaitre comme une évolution (aussi importante soit-elle) de technologies déjà présentes, on comprend mieux pourquoi leurs promoteurs ont eu besoin de mettre en avant un récit émancipateur et révolutionnaire, permettant de prendre à revers l'autre révolution politique et antagoniste qu'était le communisme soviétique.
Le terme de révolution rapporté à ce qui est appelé la "*société de l'information*" est une notion qui fait débat. Dans un article sur l'imaginaire collectif des technologies de communication, Patrice Flichy fait le parallèle entre l'apparition de la télégraphie (1794) et celle d'Internet[284]. Pour accélérer la transmission des informations de son télégraphe, son inventeur Claude Chappe met en place un code universel sur tout le réseau qui réduit les signes transmis et apporte une confidentialité non négligeable aux échanges. Grâce à

---

[281] GARNHAM Nicholas. « La théorie de la société de l'information en tant qu'idéologie : une critique », Réseaux, vol. 101, no. 3, 2000, pp. 53-91.

[282] CERUZZI Paul, "An unforeseen revolution: computers and expectations, 1935–1985" in *Imagining tomorrow, history, technology and the American future, Joseph J. Corn ed*, 1986. P.120

[283] GOLDING Peter. Forthcoming Features: Information and Communications Technologies and the Sociology of the Future. *Sociology, 34*(1), 165-184. 2000. doi:10.1177/S0038038500000110

[284] FLICHY Patrice, "L'imaginaire collectif des ingénieurs : le cas des machines à communiquer" Réseaux. Communication - Technologie - Société 1989 36 pp. 53-70

un vocabulaire de 8.464 mots, identifiés par leur numéro d'ordre dans une page, les messages sont codés. La similitude avec le code numérique est éclairante.

Avant Flichy, David Lyon explique que les citoyens du 19e siècle voyaient le télégraphe comme un nouveau mode de communication qui favoriserait le débat démocratique (pour apporter la paix entre les nations), mais qu'ils le considéraient en même temps comme une méthode nouvelle de contrôle[285], tout comme les opposants de la révolution numérique la décrivent souvent. Le télégraphe était, à bien des égards, beaucoup plus déconcertant pour les habitants de l'époque que les progrès d'aujourd'hui, nous. Il identifie certaines similitudes frappantes dans la réponse du public aux deux technologies. « *Si une génération a le droit de prétendre qu'elle a porté tout le poids d'une telle révolution, ce n'est pas nous, ce sont nos ancêtres du XIXe siècle* » dit Tom Standage[286].

Cependant, si l'aspect révolutionnaire du numérique peut être discuté, les applications qui en ont découlé ont modifié profondément les rapports sociaux ainsi que la diffusion de la connaissance et son accès. Les concepteurs de ce qui devint le protocole Internet le conçurent d'emblée comme l'architecture d'un projet social. Cela les poussa à rendre le fonctionnement du réseau aussi simple que possible, en positionnant au maximum l'intelligence à sa périphérie et dans les dispositifs techniques terminaux, sous le contrôle des usagers, analyse Philippe Aigrain[287]. La possibilité offerte à chacun de pouvoir émettre de l'information et que celle-ci puisse être reçue par tout un chacun grâce à un protocole TCP/IP est un changement de paradigme qui se rapproche de la mythologie communiste si durement combattue. Dans une société pyramidale qu'ont connue les générations avant l'apparition de ces technologies (1960), cette démocratisation expressive résonne comme une révolution. Si le peuple peut s'exprimer librement, alors c'est toute l'organisation sociale qui risque d'être transformée.

Le quiproquo qui se dégage d'Internet est qu'il est conçu comme un réseau peer to peer (P2P) qui lui donne une très grande robustesse appréciée par les militaires, mais empêche de ce fait toute tentative stricte de contrôle. « *En transférant à la périphérie le pouvoir sur le réseau, les concepteurs d'Internet jouaient la société contre l'État* » (ibid.p.60) en précisant même qu'ils choisissaient la société contre le capitalisme informationnel. C'est l'influence contre-culturelle qui a infusé les concepteurs. Le modèle P2P contient en lui une puissance de résistance qui perdure aujourd'hui, même s'il est savamment attaqué par les plateformes. Mais il n'est pas un frein aux sociétés privées, et c'est peut-être là que se situe la faille ?

3.2 Un contexte politique, économique qui favorise l'innovation scientifique états-unienne.

Les guerres ont toujours permis à l'armée de bénéficier de crédits gigantesques pour développer des armes et des outils de défense. Jusqu'à la Première Guerre mondiale, les plus prestigieuses universités se trouvaient en Europe. Pour contrer cet état de fait, le conseiller scientifique du président Roosevelt et chercheur au MIT Vannevar Bush (1890-1976) développe l'idée selon laquelle la recherche et le développement sont constitutifs de la croissance (et donc l'emploi) et de la puissance d'un état. Pour lui, l'innovation est le résultat

[285] LYON, David. The information society: Issues and illusions. John Wiley & Sons, 2013.

[286] STANDAGE, Tom. The Victorian Internet: The remarkable story of the telegraph and the nineteenth century's online pioneers. London : Phoenix, 1998 page 213. en ligne https://archive.org/details/victorianinterne00toms/page/200/mode/2up

[287] AIGRAIN Philippe, « Cause commune » Fayard, 2005

d'une avancée linéaire de la science, commençant par la formation des scientifiques, la recherche fondamentale entrainant une recherche appliquée et un développement technologique[288]. Dans ce modèle, dit de Pipeline (ou de pipeline étendu si le ministère de la Défense soutient chaque étape de l'innovation, notamment pour les secteurs stratégiques tels que l'aviation, le nucléaire, l'électronique, l'espace, l'informatique et Internet)[289], les universités sont considérées comme le lieu le mieux adapté à la R&D. Elles doivent être à la croisée des besoins industriels, militaires et scientifiques, accompagnés d'une très forte aide financière de l'état. La DARPA s'efforce de développer les nouvelles technologies, depuis les premières étapes fondamentales jusqu'à la recherche appliquée et les premiers développements, puis transmet les technologies aux entités industrielles qui les mettront en œuvre.
Pendant cette période, le gouvernement finance abondamment les universités les plus prestigieuses grâce à l'*Office of Scientific Research and Development* (OSRD), en les associant à des groupes industriels afin de stimuler l'innovation et la domination technologiques du pays.
En Californie, dans l'état le plus peuplé des États-Unis, une politique d'excellence est mise en place depuis le début du siècle grâce notamment aux universités de Stanford et de Berkeley. Par leur statut privé, elles ont l'habitude de créer des partenariats avec des entreprises extérieures. Certains professeurs comme Frederick Terman (1900-1982) ont depuis longtemps poussé leurs meilleurs étudiants à créer leur propre entreprise.

Sous l'impulsion de l'OSRD, s'organisèrent des formes de collaborations croisées très avant-gardistes pour l'époque, dans lesquelles les universités accueillent des unités militaires de recherche, tandis que les industries fabriquent les équipements de guerre[290]. Cette organisation est structurée par une bureaucratie prégnante, mais laisse pourtant la place, comme pour le Rad Lab (Radiation laboratory), à des expérimentations d'organisation moins hiérarchiques, autorisant même des méthodes de travail plus flexibles, plus horizontales et collaboratives, avec une gestion par projet. Cette incongruité s'explique par la démarcation entre les sciences et l'ingénierie et entre la recherche civile et militaire. Il faut recruter les talents en leur donnant envie de rester. C'est une époque bénie pour la recherche, qui a les moyens d'explorer de nouveaux champs de connaissance, sans avoir de vision courtermiste. Le quotidien est facilité par une grande autonomie et une absence presque totale de bureaucratie. La DARPA opère en dehors du processus d'embauche de la fonction publique et des règles de passation des marchés du gouvernement[291] pour pouvoir embaucher les meilleurs ingénieurs. Les besoins en armes de précision, en balistique, en brouillage et codage, en détection et réseau de communication sont immenses.

Dans ce contexte, l'informatique et l'électronique sont des domaines particulièrement soutenus. Leur potentiel rôle dans la puissance militaire leur confère une grande importance. Alors qu'un seul "méga ordinateur" (très volumineux et peu efficient) existe à cette époque, tous ces ingénieurs entrevoient

---

[288] DJEBALI Taoufik, « Recherche et développement dans les universités américaines : quel rôle pour les pouvoirs publics ? », Revue LISA/LISA e-journal [En ligne], Vol. IV - n°1 | 2006, mis en ligne le 23 octobre 2009, consulté le 17 octobre 2022. URL : http://journals.openedition.org/lisa/2139 ; DOI : https://doi.org/10.4000/lisa.2139

[289] BONVILLIAN, William B. DARPA and its ARPA-E and IARPA clones: a unique innovation organization model. *Industrial and corporate change*, 2018, vol. 27, no 5, p. 897-914.

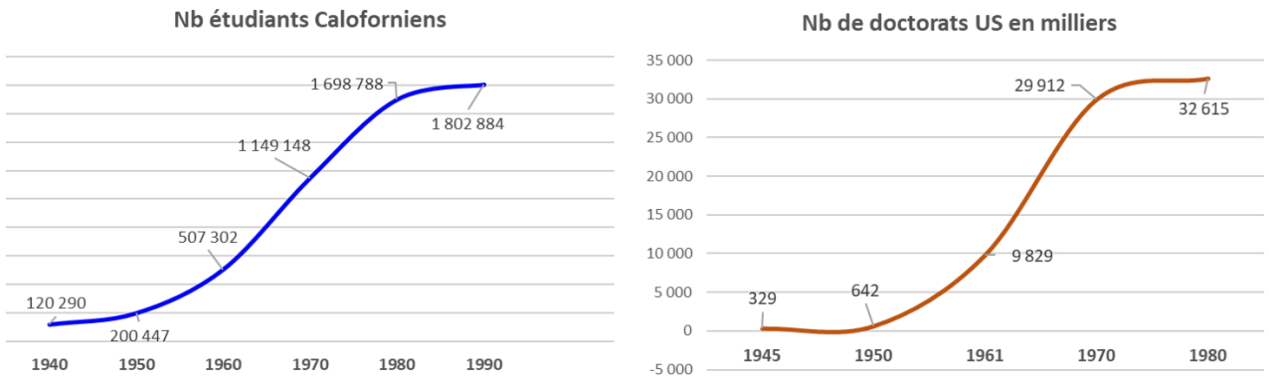
[290] COUVIDAT, Yann. Vingt ans de gestation, trente de maturité en Californie. La génèse de la Silicon Valley. In : *Les Annales de la Recherche Urbaine*. Persée-Portail des revues scientifiques en SHS, 1990. p. 31-38.

[291] TURNER, Fred, « Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture, Stewart Brand un homme d'influence » Trad. de l'anglais par Laurent Vannini, Caen, C&F Éd., 2012

pourtant le potentiel de l'informatisation du monde. C'est cette société de l'information qui émerge des travaux de Wiener[292]. Il interroge la nature de l'humain et celle d'une société idéalisée, avec comme corolaire un homme nouveau vivant dans une société de la connaissance, construite autour de la circulation de l'information[293]. Là où le monde politique est incapable d'organiser la gestion du monde pour satisfaire les besoins de chacun, l'informatique et son réseau d'informations connectées, pourrait profiter à tous de façon globale et décentralisée. Cette réflexion laisse entrevoir le développement futur d'Internet, et l'idéologique de la globalisation du monde. Ce concept de cybernétique laisse des traces indélébiles dans la recherche & développement jusqu'à aujourd'hui. Elles marquent plus que jamais notre façon de voir le monde, autant culturellement que dans ses applications concrètes et quotidiennes.

Dans les années 1970, l'État bureaucratique se focalise sur la guerre. Mais il ne fait pas l'unanimité auprès d'une jeunesse qui aspire à plus de liberté et refuse l'illusion militaire. Elle ne se retrouve pas dans l'*American Way of Life* pour lequel l'avenir est pré-écrit, avec son moule étriqué et contraint. De ces frustrations, des peurs apocalyptiques et les désastres engendrés par les guerres asiatiques, éclosent des manifestations d'ampleur dans les grandes villes. Le *Free Speech Movement* rejette les principes militaires comme horizon de vie et comme bâillonnement de toute contestation au sein des universités.
L'effervescence de ce mouvement vient en partie du fait que pour combler les besoins de personnels qualifiés dans la région, les universités ont ouvert leurs portes à des étudiants qui y avaient peu accès auparavant : les familles plus modestes et les Afro-Américains. Le nombre d'étudiants tripla en 20 ans avec un nombre d'étudiants modestes qui suit la tendance, passant de seulement 14 % à la fin de la seconde guerre mondiale, à 38 % en 1961 puis 50 % en 1970[294] (Fig.51). Une telle augmentation crée de fait une concentration de jeunes instruits sur les campus et alentour et favorise la critique sociale et les potentielles rébellions.

Figure 51 : Augmentation des étudiants californiens
et des doctorats obtenus aux USA par décennie



Sources US dept of education

[292] ROSENBLUETH, Arturo, WIENER, Norbert, et BIGELOW, Julian. Behavior, purpose and teleology. *Philosophy of science*, 1943, vol. 10, no 1, p. 18-24.

[293] BRETON Philippe. « La "société de la connaissance" : généalogie d'une double réduction », Éducation et sociétés, vol. no 15, no. 1, 2005, pp. 45-57.

[294] 120 years of American education : a statistical portrait. US dept of education

Mais deux branches bien distinctes de cette opposition de la jeunesse se développèrent, avec des bases philosophiques profondément opposées, et dont il est nécessaire de comprendre les dynamiques pour les mettre en perspective avec l'engagement des jeunes aujourd'hui :

- D'un côté, la nouvelle gauche (the New left) voit le jour à la fin des années 50, contre la guerre du Vietnam et pour les droits civiques, la démocratie et une réforme universitaire. Elle est portée entre autres par le *Free Speech Movement* et le *Students for a Democratic Society* (SDS). Leur organisation s'apparente à un mouvement politique classique, fait de leaders, de hiérarchies et d'une volonté d'accéder au pouvoir par l'élection. Contre l'aliénation du travail, l'anomie sociale et l'autoritarisme d'état, ses partisans rejettent également l'héritage marxiste et stalinien du parti communiste soviétique, impossible à soutenir après le Maccartisme et les atrocités du régime soviétique[295]. La nouvelle gauche s'engage sur le terrain par des luttes que l'on retrouve aujourd'hui encore avec Bernie Sanders. Pour parvenir à leurs fins, les militants rédigent des déclarations[296], forment des partis politiques en y plaçant leurs chefs, et organisent des manifestations. C'est par l'accession au pouvoir que le mouvement compte faire changer les choses, dans un rapport de force à créer entre eux et les idéologues conservateurs. C'est un mouvement qui prend la politique au sérieux comme moyen d'émancipation et de transformation sociale.
- De l'autre, les néo-communalistes, puisent leurs sources dans la *Beat generation*, le Bouddhisme Zen, l'Action painting et l'usage récurent de drogues psychédéliques et de musique rock. C'est un mouvement centré sur l'éveil des consciences, le développement personnel comme base incontournable d'une transformation sociétale et culturelle. Ces affiliés rejettent la société de consommation, militent pour la paix et refusent le principe de la guerre, dont celle du Vietnam et du Cambodge. Ils se rattachent aux valeurs fondamentales de la terre, de la vie simple et quittent leur vie d'avant pour s'établir dans des communautés de vie. C'est là qu'un foisonnement d'expériences et d'organisations horizontales est testé. C'est un mouvement massif, explique Fred Turner[297] qui comprend des milliers de lieux de vie communautaire avec près de 750.000 personnes réparties sur l'ouest du territoire[298]. Contrairement à la nouvelle gauche, ils rejetaient toute implication dans la sphère institutionnelle et politique, vue comme illusoire et inefficiente. Ils prônent une révolution intérieure, mise en réseau et non-violentes. Un mouvement apartisan qui refuse de s'impliquer dans les mouvements soutenus par la nouvelle gauche, mais qui va transformer les conditions culturelles d'acceptation du déploiement informatique des nouvelles technologies de l'information, permettant une génération plus tard, la création des futures plateformes telles que Google et plus tard YouTube.

Les jeunes de cette obédience sont diplômés et ont accompagné la société de l'information. Leur idéologie s'accorde parfaitement avec les technologies de l'information développée par Marshall Macluhan et les perspectives que l'informatique laisse entrevoir. « *Pour comprendre les médias* »[299], il faut s'intéresser non pas aux messages délivrés, mais au médium qui influence sa réception, directement ou indirectement,

---

[295] GRANJON, Marie-Christine. La nouvelle Gauche américaine. *Raison présente*, 1970, vol. 15, no 1, p. 11-36. Accessible en ligne

[296] MILLS Wright ; « letter to the New Left", *New Left Review*, No. 5, September-October 1960. Accessible en ligne

[297] TURNER, Fred, « Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture, Stewart Brand un homme d'influence » Trad. de l'anglais par Laurent Vannini, Caen, C&F Éd., 2012, p78

[298] MILLER Timothy, "The'60s Communes: Hippies and Beyond", Syracuse (N. Y.), Syracuse University Press, 1999, p143

[299] MACLUHAN Marshal, « Pour comprendre les médias » Seuil éditions, collection Points, 1968

explicitement ou implicitement, concrètement ou abstraitement… Partant de là, la notion de médias est large et s'étend à ce qui prolonge le corps pour transmettre l'information. Sa puissance dépend de son échelle pour modifier en profondeur notre rapport au monde, nos façons de penser et de vivre en société. Si l'imprimerie et la lecture prolongent la vision de l'œil, l'informatique est une sorte de continuité du système nerveux central, individuel et collectif lorsqu'il est mis en réseau ; les ordinateurs peuvent transformer collectivement le monde en "village global" reliant chaque entité connectée[300]. Ces théories laissent apparaitre une certaine mystique déjà portée par Teilhard de Chardin avec sa « noosphère »[301]. Elles vont influencer un homme visionnaire qui va marquer sa génération.

3.3 La contre-culture comme ferment idéologique de l'économie numérique néolibérale

Les communautés communalistes périclitèrent, confrontées à la réalité des conflits personnels entravant le développement d'une nouvelle façon de vivre, plus proche de la terre. L'idéologie de la cybernétique et de l'informatique prenait le pas sur celles des communautés de vie, trop difficile à faire perdurer dans la durée.

Un personnage représente le changement porté par les communalistes. Stewart Brand était un précurseur avec son « *Whole Earth Catalogue* » (Turner, 2012). Il préfigure le modèle de mise en partage d'informations underground, d'un réseau communautaire sensibilisé et d'une participation de chacun à l'élaboration du contenu diffusé. Était promu à l'intérieur du catalogue l'intérêt de l'informatique personnelle comme outil de transformation de la société. Tous les hackers s'y référaient et échangeaient leur savoir-faire.

Par son réseau et l'édition du catalogue, Stewart Brand a conscience que l'informatique est en train de transformer le monde. Toujours attentif aux travaux des chercheurs du MIT avec lesquels il entretient de très bons rapports, il organise en 1984 dans une ancienne base militaire la première *Hacker's Conference* qui réunit quelque 400 passionnés d'informatique. Trois jours pour faire se rencontrer et discuter des pratiques de hacking. Le but était de déterminer si les hackers seraient les avant-gardistes culturels qu'avaient été les néo-communalistes ? Pour ce faire, une réflexion sur leurs pratiques était nécessaire, tant d'un point de vue éthique que commerciales.
À cette occasion, des discussions sur l'accessibilité des codes sources divisent les participants. Certains défendent l'idée que ceux-ci doivent être librement modifiables pour permettre une constante amélioration, au service de tous (c'est la mouvance du « logiciel libre »)[302], tandis que d'autres défendent les entreprises qui les développent et qui investissent beaucoup de temps et d'argent (c'est la mouvance du « logiciel propriétaire »). Pour la majorité, l'idéal d'un accès libre était un objectif louable, mais difficile à atteindre. La vision des commons était toujours d'actualité, mais la bataille ne faisait que commencer…
Cette scission est fondamentale. Le réalisme économique d'une privatisation des codes prit l'ascendant. Il permit à toutes les sociétés privées telles que Google et YouTube, supportées par des informaticiens, de se

[300] BOURDIN Alain. « Avec ou sans McLuhan ». In: Communication et langages, n°7, 1970. pp. 67-76. doi : 10.3406/colan.1970.3824
[301] JOSSET Raphaël. « Inconscient collectif et noosphère. Du « monde imaginal » au « village global » », Sociétés, vol. 111, no. 1, 2011, pp. 35-48.
[302] BROCA, Sébastien. Du logiciel libre aux théories de l'intelligence collective. tic&société, 2008, vol. 2, no 2.

développer et de s'intégrer dans le système capitaliste en cours. Les plateformes ainsi créées ont été les porteuses du modèle néolibéral de par leur modèle hégémonique et la flexibilisation du travail qu'elles portaient en leur sein.
Mais la mouvance du « libre » ne fut pas pour autant détruite. Moins puissante, car beaucoup moins riche, elle se construisit doucement, mais réunit autour d'elle une communauté très engagée, toujours porteuse d'un projet émancipateur pour la société.
Pour reprendre en main le code source d'un système d'exploitation universel, Richard Salman crée la *Free Software Foundation* dont les principes fondateurs garantissent d'utiliser librement le logiciel, de pouvoir le copier, de le modifier et de le distribuer avec ces modifications. Sébastien Broca montre que cette liberté est source d'améliorations sensibles du fait même que les hackers sont des utilisateurs et qu'ils répondent ainsi à des besoins qu'ils mettent personnellement en œuvre.
Steven Levy écrira en 1985 « *Hackers: « Heroes of the Computer Revolution* » dans lequel il définit les six principes qui guident les Hackers dans leurs pratiques[303].

1. L'informatique améliore la vie,
2. Les ordinateurs doivent être accessibles à tous,
3. L'information doit être libre et indépendante,
4. Le pouvoir doit être décentralisé et son organisation, horizontale,
5. Les hackers sont jugés uniquement sur leurs actes,
6. L'informatique est au service de l'art.

Rien de formel n'était écrit sur le sujet, mais ceux qui se revendiquaient comme hacker se reconnaissaient dans ces principes et les approuvaient largement. Le but est de partager leurs connaissances pour mieux comprendre ensemble comment améliorer le monde, en produisant les codes les plus « beaux », à savoir, les plus efficaces et sobres en ressource possible.

Sans chercher la rentabilité et avec un objectif d'utilité commune, la créativité et l'implication des hackers leur permettent de développer un système d'exploitation très solide (Linux), un navigateur efficace (Firefox), des applications et des sites tels que Wikipédia qui deviendront des références. Beaucoup sont des militants même s'ils travaillent pour des sociétés privées. Font partie de cette communauté du « libre » autant de chercheurs du MIT que d'ingénieurs travaillant dans des entreprises privées, ou des jeunes passionnés qui animent les clubs informatiques comme le *Hombrew Comuper club*. Tous profitent du partage de l'information dans l'évolution de leurs travaux et de leurs recherches.

Même les droits sont remis en question par les plus déterminés. En 1990, John Barlow, entre autre parolier du groupe *Grateful Dead*, fonde avec d'autres hackers "*l'Electronique Frontier Foundation*", ONG internationale dont le but est de protéger les libertés sur le Net. Quelques années plus tard, s'adressant aux dirigeants du monde réunis à Davos, il déclare l'indépendance du cyberespace[304] et énonce 16 articles courts qui prônent le refus de l'appropriation d'Internet par une quelconque entité, publique ou privée. Pour lui, les

[303] LEVY Steven *L'Éthique des hackers* [« Hackers : Heroes of the Computer Revolution »], Paris, Globe, 7 mars 2013 (trad. de l'anglais par Gilles Tordjman, photogr. Computer History Museum),

[304] BARLOW John Perry. « Déclaration d'indépendance du cyberespace », Olivier Blondeau éd., Libres enfants du savoir numérique. Une anthologie du "Libre". Éditions de l'Éclat, 2000, pp. 47-54.

États-Unis n'ont pas reçu de mandat des peuples du monde pour imposer leurs règles et leurs lois. L'internet doit se régir lui-même avec ses propres codes et langages sociaux, basés sur l'éthique de réciprocité. Cette déclaration est inspirée de l'idéologie libertarienne, dont Barlow se revendique, et défend une technologie porteuse de la révolution dont il souhaite l'avènement.

En 1985, Stewart Brand s'inspire de son *Whole Earth catalogue* pour créer le *Whole Earth Lectronic Link*, le WELL, un réseau de discussion en ligne. Si l'internet n'existe pas encore, le WELL en préfigure les bases. Hébergé sur un seul serveur situé dans leur bureau de Sausalito, il permet à des abonnés de se connecter grâce à une connexion téléphonique commutée[305] et leur modem ; ils peuvent ensuite interagir par écrit avec une communauté en live ou en différé. C'est la première communauté virtuelle du cyberespace.
Dès le début, le WELL délègue à leurs seuls auteurs la responsabilité des propos tenus sur les forums. Ils sont responsables juridiquement, mais également propriétaire de ce qu'ils écrivent, façon de ne pas s'approprier les textes déposés, mais aussi de s'en protéger en cas de conflit. Là aussi, la gestion sémantique des discussions est collectivement individualisée : chacun peut masquer les propos qu'il ne souhaite pas voir sans les faire disparaitre pour les autres.
Le WELL réunit des groupes de communautés variées : celles des chercheurs, des hackers et autres passionnés d'informatique, des artistes de tous bords, et des anciens membres des communautés hippies. Se crée autour du WELL tout un réseau professionnel de personnes qui partagent les mêmes attentes, les mêmes visions techniques, les mêmes types de projets... Peu importe d'être un homme ou une femme, la virtualité des relations aplanit les différences et les sujets initiés par les femmes reçoivent un écho équivalent. 40% des membres de la communauté sont des utilisatrices. Les textes déposés agissent comme des projections collectivement partagées et permettent à chacun de se créer une réputation, et son propre réseau. Une sorte de réseau social avant l'heure. Car il existe un très fort *turn-over* dans les entreprises de la nouvelle économie numérique. Les développements se font par projet, renouvelant ainsi les employés tous les deux ou trois ans. Cette instabilité professionnelle oblige les agents à rester constamment attentifs aux opportunités. Le WELL est parfait pour cela, car il dénombre la presque totalité de la profession.

Alors que les communalistes suivaient le mantra psychédélique « *Allumez, interagissez et détachez-vous* »[306] les incitant à se déprendre de la marchandisation de la société, ceux-ci ont dans la foulée abandonné le mépris traditionnel du milieu universitaire pour les affaires. Le "Do it Yourself" s'est naturellement traduit par "Démarrez votre propre entreprise". Dénigrés par l'establishment social, les hippies ont pourtant facilement rejoint le monde des petites entreprises. Ils ont apporté avec eux une honnêteté et un dévouement très attrayants pour celles-ci, travaillant sans compter en imaginant travailler pour un projet collectif. Pour ceux qui connaissent le succès, cela les incite à adapter certaines valeurs de la contre-culture, au profit d'une accumulation individuelle de la richesse produite. Mais le pont est désormais jeté entre la contre-culture et son opérabilité dans le cyber monde.

L'idéologie portée par le catalogue et les autres réalisations de Brand vont de pair avec une horizontalisation de l'organisation de la société, et la diminution du rôle de l'état. Car cette révolution culturelle se fait en

---

[305] Le réseau téléphonique commuté (RTC), ou public switched telephone network ou PSTN en anglais est le réseau historique des téléphones fixes, dans lequel un poste d'abonné est relié à un commutateur téléphonique du réseau public par une paire de fils alimentée en batterie centrale intégrale et accessible grâce à un modem.

[306] LEARY Timothy, "Flashbacks: A Personal and Cultural History of an Era" G. P. Putnam's Sons Edition, 1983, p 253

parallèle d'une autre révolution, économique et politique : celle du néolibéralisme, plaçant la défense des droits individuels tels que la liberté (dont celle d'entreprendre), et la propriété, au-dessus de l'intérêt général. Si l'idéologie néolibérale a pu s'inscrire dans les racines de celle de la contre-culture néo-communalistes, c'est que celle-ci prônait les valeurs individualistes du développement personnel, de l'informatique et des réseaux. Si la surconsommation est remise en question, toute réussite financière est justifiée dans la mesure où elle transforme la société en une société de l'information, libérant les individus des freins étatiques de la période précédente.

En réponse au choc pétrolier de 1973 et à la crise économique qu'il provoqua, Margaret Thatcher devient Première ministre britannique en 1979, tandis que Ronald Reagan prend la présidence des États-Unis en 1981. Leurs politiques respectives, guidées par les travaux de Milton Fredman (1912-2006), vont transformer en profondeur le pouvoir keynésien en cours (soutien à l'économie par l'état), quitte à violenter la société civile, au profit d'un retrait maximal de l'État dans toutes politiques économiques. Le consensus de Washington (visant à stabiliser les économies des pays émergents en luttant contre les pays communistes ou affiliés) sort d'une réflexion au sein du FMI et de la Banque Mondiale et résume les principales mesures mises en place par ces gouvernements néolibéraux[307] :

1. Discipline budgétaire pour freiner le déficit budgétaire
2. Réduction des dépenses publiques, en particulier dans l'administration publique
3. Réforme fiscale (baisse des impôts des plus riches et des entreprises)
4. Libéralisation financière, avec des taux d'intérêt déterminés par le marché
5. Taux de change compétitifs, pour soutenir une croissance tirée par l'exportation
6. Libéralisation des échanges, associée à la suppression des licences d'importation et à une réduction des tarifs douaniers
7. Promotion des investissements directs étrangers
8. Privatisation des entreprises d'État
9. Déréglementation de l'économie et du marché du travail
10. Protection renforcée des droits de propriété

Ces politiques permettent de relancer l'économie en donnant l'occasion aux grosses entreprises de réduire leurs coûts et en facilitant les défiscalisations licites ou illicites dans les paradis fiscaux. C'est une période où les investisseurs ont des fortunes à investir et cherchent des rendements supérieurs à ceux de l'économie manufacturière. La déréglementation de l'épargne et des prêts bancaires leur offrent alors une manne à investir dans des secteurs nouveaux comme celui de la nouvelle économie. Le secteur des télécommunications est devenu le débouché favori du capital financier à la fin des années 1990. C'est un horizon de profits nouveaux avec des perspectives de rendements mirifiques.
Les résultats financiers et économiques semblent profiter de ces politiques néolibérales à tel point que même le dirigeant de l'Union soviétique, Mikhaïl Gorbatchev, s'en inspire pour ouvrir son pays à l'économie de marché (période de la perestroïka), lui qui s'asphyxiait peu à peu sous la rigueur de son dirigisme politique et économique. Les économies du monde s'interconnectent, les échanges augmentent et profitent à tous,

[307] MANFRED Steger, RAVI Roy "Neoliberalism. A very short introduction", Oxford University Press, 2010. P39

créant au passage quelques bulles financières majeures, soutenues par des politiques monétaires expansionnistes.
La bulle Internet des années 90 permet d'insuffler plus de 256 milliards de dollars dans plus de 50.000 nouvelles entreprises de la nouvelle économie. Les échanges boursiers dont la valeur du secteur des technologies bondit de 300% de 1997 à 2000 [308]. Cet argent frais permet des sauts technologiques importants et la mise en place d'une infrastructure en réseau, de fibres optiques souterraines et sous-marines, de serveurs et de logiciels, préparant ainsi la possibilité d'une croissance de l'Internet mondialement distribuée. Tandis que les investisseurs sont à l'affût des retombées potentielles de ce secteur, les entreprises adoptent un modèle de « la croissance avant les profits ». L'idée est qu'une croissance fulgurante leur permettrait de prendre des parts de marché grâce auxquelles elles domineront ce qui est considéré comme un nouveau secteur incontournable.
C'est ce qui arrive à Google, « jeune pousse » abritée par l'université de Stanford qui est le point d'intersection entre une révolution culturelle, idéologique, économique et politique. Ses dirigeants, sans être des militants politiques, sont le résultat de l'hybridation du *Whole Earth Catalog* et du néolibéralisme.

Cette séquence nous raconte que le capitalisme parvient à intégrer les oppositions de surface qui lui font front, à digérer les contestations et à réorienter les indignations. Par une profitabilité, le modèle de la société de l'information a forgé une légitimité en troquant un gain "d'autonomie" et une mythologie de la réussite contre la flexibilité du parcours de vie des individus et d'un effort d'adaptabilité permanente. Un monde d'apparence plus libre, mais dans lequel la surveillance est accrue[309]. « *La critique est toujours moins mobile que le capitalisme* » nous disent Chapello et Boltansky dans le « nouvel esprit du capitalisme » [310]. Le temps qu'elle fasse l'expérience du réel et qu'elle le théorise, elle court derrière les objets auxquels elle s'affronte et a du mal à en anticiper l'évolution. Le capitalisme lui, est d'une agilité déconcertante. Et ses soutiens ont le pouvoir de la propagande, ils utilisent la menace, la peur ou la force pour faire accepter à la majorité de la population des principes qui lui sont défavorables[311].

Quarante après le début de ces politiques, on mesure leur portée idéologique et les fondements bancals de leurs règles économiques : des déficits budgétaires croissants, des délocalisations massives, des revenus salariaux stagnants et des services publics périclitants. Mais nous y reviendrons plus bas.

---

[308] SRNICEK Nick, « Capitalisme de plateforme, l'hégémonie de l'économie numérique » Ed Lux, Futur Proche, 2017

[309] ZUBOFF, Shoshana et CHALIER, Jonathan. Le capitalisme de la surveillance: un nouveau clergé. Esprit, 2019, no 5, p. 63-77.

[310] CHIAPELLO, Eve, BOLTANSKI, Luc, et al. Le nouvel esprit du capitalisme. Gallimard 1999. P.611

[311] GANDICHAUD Franck « La voie chilienne au néolibéralisme. Regards croisés sur un pays laboratoire », Nuevo Mundo Mundos Nuevos [En ligne], Questions du temps présent. URL : http://journals.openedition.org/nuevomundo/67029 ; DOI : https://doi.org/10.4000/nuevomundo.67029

3.4 *De Burning man* à Google : le nouveau modèle du capitalisme de plateformes

Définir ce qu'est une « plateforme » est une nécessité pour préciser les contours de notre recherche. En effet, difficile de passer à côté de ce terme dans la mesure où il est utilisé par les acteurs que nous étudions pour se définir eux-mêmes.

Jacob Matthews fait remonter l'origine des premières « plateformes » (sans qu'elles en prennent la dénomination) avec la création des comités d'entreprises servant d'intermédiaire entre des besoins d'activités culturelles, et une offre pouvant les satisfaire ; une sorte de « point de rencontre » entre les salariés, l'entreprise, les organismes de billetterie, les acteurs des industries culturelles et les institutions publiques[312].

Ce modèle préfigure l'ossature d'une activité d'intermédiation centralisée autour d'une organisation permettant la création, la fluidification, le développement, et peut être aussi l'homogénéisation d'activités culturelles et de leur consommation. Les comités d'entreprises font partie d'un modèle politique, pensé par le Conseil National de la Résistance (CNR) pour développer une industrie culturelle française, ravagée après la guerre. Ce modèle intégrait le Centre national du cinéma (CNC), lui aussi intermédiaire entre les diffuseurs, les exploitants et les producteurs, pour leur apporter un soutien financier. Cette dimension est primordiale pour mesurer le glissement libéral de ce mouvement collaboratif en une hégémonie abandonnée au domaine privé.

Ce mot « plateforme » représente les éléments indispensables à la bonne compréhension des enjeux de ce type d'acteurs numériques. Comme le souligne Tarleton Gillespie, appeler son service en ligne une "plateforme" n'est pas un terme vide de sens. Son émergence en tant que terme descriptif pour les intermédiaires numériques dépend de quatre autres : informatique, architectural, figuratif et politique[313].

Ce terme fait référence aux infrastructures numériques dépendantes du développement du matériel informatique, des systèmes d'exploitation, des serveurs et autres algorithmes. Le terme "plateforme " infuse l'idée d'un lieu sur lequel s'appuyer et innover ; il suggère sa position surplombante, le maillage multidirectionnel des voies d'accès et de directions, facilitant une expression fluide et égalitaire ; il évoque le point de départ qui permet de s'élancer vers un « sommet » symbolique telle une plateforme métaphysique pour l'opportunité, l'action et la perspicacité, une promesse abstraite autant que pratique ; il laisse enfin croire à une sorte de neutralité vis-à-vis de l'utilisation, les plateformes étant généralement plates, sans relief et ouvertes à tous. En rassemblant ces significations, « plateforme » n'apparaît pas simplement comme indiquant une forme fonctionnelle : elle suggère un agencement progressif et égalitaire, élevant ceux qui se tiennent dessus, et offrant des opportunités de communiquer, d'interagir ou de commercer. Être une plateforme pour YouTube est un avantage communicationnel certain.

L'État français, au travers de son portail de la transformation numérique des entreprises,[314] distingue quatre types de plateformes :

- *« Les entreprises plateformes : elles sont très récentes. Exemple : Airbnb, Alibaba, Facebook, Netflix...*

---

[312] MATTHEWS Jacob T. « Passé, présent et potentiel des plateformes collaboratives Réflexions sur la production culturelle et les dispositifs d'intermédiation numérique », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 16/1, no. 1, 2015, pp. 57-71.

[313] GILLESPIE, Tarleton. The politics of 'platforms'. *New media & society*, 2010, vol. 12, no 3, p. 347-364.

[314] https://www.francenum.gouv.fr/guides-et-conseils/developpement-commercial/outils-de-developpement-des-ventes/quest-ce-quune

- *Les plateformes digitales : sites Internet ou de présentation des produits et solutions pour développer la vente et/ou la relation client ;*
- *Les plateformes IT : structures techniques. Elles permettent d'implémenter différentes technologies en fonction des besoins ;*
- *Les plateformes business : pour ouvrir une entreprise à un écosystème qui lui permet d'étendre ses affaires et/ou d'améliorer l'expérience utilisateur. »*

Ces typologies nous paraissent se confondre dans le cas de la nébuleuse Google.

- L'activité publique est essentiellement digitale (bien qu'elle investisse largement dans l'infrastructure physique des flux de données),
- Les structures techniques implémentent des technologies variées (Algorithmes, serveurs, logiciels, câblage…)
- La fonction business est celle qui prévaut à toutes ses activités.

Si Google ne se définit pas directement comme une plateforme en tant que telle, ses satellites Google play Store[315], Google Cloud[316], Google Ads[317], Google news[318], Google Book[319], YouTube[320]… sont définis comme telle dans leurs conditions d'utilisation. Google (à travers Alphabet) serait donc la mère de toutes ses plateformes, dont le terme s'est dissout dans celui de ses succursales.

Larry Harvey, un modèle de management libéral

Mais avant de parler de YouTube, il nous semble important de rappeler l'impact d'un autre personnage influent de l'environnement culturel et dont l'organisation de l'évènement annuel « Burning man » nous semble symptomatique d'un management des plateformes.

Larry Harvey était un utopiste pragmatique qui se méfiait de l'individualisme des humains. Il croyait en revanche que le combat pour la survie commune pouvait être le ferment d'un dépassement de soi, une énergie de création qui permettait de transcender les êtres pour leur faire accomplir des choses qu'ils n'auraient jamais réussies seuls[321]. Pour lui, les utopies fondées seulement sur des concepts sont vaines, aussi attrayantes soient-elles. Pour qu'elles fonctionnent, tous les participants doivent contribuer à son fonctionnement.

Commencé par l'incendie d'une effigie en bois sur une plage de San Francisco en 1986, l'évènement attire plus de 78.000 participants en 2019[322]. Au vu de son succès inattendu, l'évènement fut très vite déplacé vers l'intérieur des terres, dans le désert de Black Rock, un lieu aride qui concrétisait l'idée de Larry selon laquelle la survie impose une collaboration générale. Le désert fait table rase du passé, et oblige, à partir de rien, de construire de manière éphémère Black Rock City, tel que l'imagination peut la concevoir, et les bras la

[315] https://play.google.com/store/games?hl=fr&pli=1

[316] https://cloud.google.com/?hl=fr

[317] https://ads.google.com/intl/fr_fr/home/

[318] https://sites.google.com/new?hl=fr

[319] https://books.google.com/

[320] Conditions d'utilisation YouTube : en ligne https://www.YouTube.com/static?template=terms&gl=FR

[321] Les écrits de Larry Harvey sont peu nombreux et l'analyse ci-dessus a été effectuée grâce au notes et discours qu'il a produit et qui sont consignés sur le site de Burning Man

[322] Chiffre indiqué par les organisateurs : https://burningman.org/timeline/

fabriquer. Il impose aussi de nettoyer toutes traces humaines après l'évènement dans la mesure où aucun déchet ne peut être dissimulé. Le désert est plat, vide et se suffit à lui-même, il doit être respecté.

Ensemble, les "*burners*" organisent des conférences, des fêtes gigantesques, des défilés de voitures sculptures hautement technologiques, et terminent le rituel par deux combustions symboliques :

- L'incendie d'un homme de bois planté au centre du campement, symbole d'une transformation de l'homme ancien en « Homme nouveau »,
- L'incendie du temple dans lequel les participants écrivent sur des petits papiers leurs pensées intimes, leurs freins, leurs espoirs, leurs souvenirs de proches disparus… qui se consumeront ensuite comme un nouveau départ.

Burning Man fait la jonction entre la contre-culture portée par Stewart Brand, la technoculture du magazine Wired et la création des grandes plateformes numériques qui en émergèrent. Bien qu'Internet ait des caractéristiques opposées (de par son aspect désincarné et anonymat), Larry Harvey est conscient du potentiel universel, rassembleur et *Onlife* de l'évènement[323].

Dans un sens à la fois structurel et idéologique, cet évènement annuel fournit ce que Fred Turner appelle une « *infrastructure culturelle* » pour les formes émergentes de nouveaux produits ou de médias. Cette réunion devenue mythique a transformé les idéaux et les structures sociales d'un art de vivre bohèmes, en ressources sociales et matérielles qui collent aux valeurs néolibérales. À savoir, une manière de travailler ensemble sans lien de subordination visible, et où chacun est le propre acteur de sa vie et de ses créations. L'essor d'Internet et de la collaboration en ligne, ainsi que le développement de modes de travail en réseau au sein des entreprises, ont favorisé une socialisation spectaculaire du travail technique ; c'est même toute l'organisation managériale de Google (comme de nombreuses plateformes numériques) qui a été façonnée de la sorte. Ces nouvelles formes de collaboration rapprochent l'informatique et la fabrication de l'information, et se confondent de plus en plus avec la création de mondes sociaux à l'intérieur, à l'extérieur, et entre les frontières des entreprises. Celles-ci ne sont plus le périmètre protecteur et « limitant » des initiatives personnelles. Chacun doit y trouver son compte tout en vouant son temps aux objectifs de l'entreprise.

Larry Harvey a posé la vision, la mission et les valeurs de la communauté créative, grâce aux dix principes qui sous-tendent chaque participation : inclusion radicale, don, démarchandisation, autonomie radicale, expression de soi radicale, effort communautaire, responsabilité civique, ne laisser aucune trace, participation et immédiateté[324].

Ces principes forment la « philosophie » générale qui a influencé beaucoup d'entreprises de la Silicon Valley. Ce qui importe pour la réussite du projet (que ce soit celui de Burning Man, de Google ou de YouTube) c'est que chaque participant (ou employé) s'implique sans compter dans le projet dont il fait partie ; d'une part pour s'épanouir personnellement à travers le sens qu'il donnera à son activité, et d'autre part, pour contribuer individuellement au développement de l'entreprise, à travers l'énergie, la créativité et l'engagement dont il aura fait preuve. Le fait que la structure organisatrice n'affiche pas de but lucratif, aidé

---

[323] HARVEY Larry Burning Man and Cyberspace, 1997 sur le site de Burning man.
Version originale : "Both Burning Man and the Internet make it possible to regather the tribe of mankind, to talk to millions of dispersed individuals and the great diaspora of our mass society".

[324] En ligne sur le site organisateur de Burning Man : https://burningman.org/culture/philosophical-center/10-principles/

par ce storytelling, a ainsi participé à l'expression du désir des participants à se connecter au mouvement et à se faire reconnaitre comme un élément actif[325].

Les liens de Burning Man avec Google ont été particulièrement visibles en 1999. Les jeunes fondateurs Larry Page et Sergey Brin ont décoré la page d'accueil de Google d'un logo Burning Man pour annoncer aux utilisateurs qu'eux-mêmes et la plupart de leur personnel se rendraient au festival. Les deux y ont assisté régulièrement depuis lors[326]. La légende raconte que les fondateurs auraient même embauché leur nouveau PDG Éric Schmidt en 2001[327], en partie parce qu'il avait participé à Burning Man. En 2019, Google acquiert même 51,2% des parts de la société organisatrice, en annonçant vouloir protéger le festival de la venue d'un public trop luxueux qui dénaturait l'évènement par son gout du confort et du service[328].
À l'automne 2005, Douglas Merrill, alors directeur principal de l'informatique chez Google, explique à un public de responsables informatiques comment l'entreprise s'est développée si rapidement[329]. Il affirme que Google avait mis en place plusieurs types de communs accessibles à tous les employés, comprenant des répertoires d'idées auxquelles n'importe qui dans l'entreprise pouvait accéder, des listes de diffusion ouvertes à tous pour partager les projets individuels et divers espaces à l'intérieur du siège social de Mountain View, dans lesquels les équipes pouvaient se rencontrer et collaborer. Car la stratégie de la firme est celle de Burning man : puisque chacun a un potentiel de création, donner du temps au sein de l'entreprise pour le développer ne pourrait que lui être bénéfique. C'est pourquoi les employés pouvaient utiliser 20% de leur temps contractuel pour réfléchir et développer des projets personnels. Google aime à communiquer sur le fait que près de la moitié des projets lancés en 2005 avaient été développés grâce à cette allocation de temps disponible[330]. C'est donc une idée plutôt anticonformiste, qui valorise les loisirs sans les opposer au travail, comme un gage de motivation des salariés.
Mais plus encore que ce résultat, l'objectif de la mesure était d'enrôler émotionnellement les employés dans les valeurs de l'entreprise pour en stimuler la créativité et l'innovation. À la manière de Burning Man, il fallait masquer les liens de subordination que l'entreprise conservait avec ses employés. Comme le dit Antonio Casilli[331] dans la préface du livre Camille Alloing et Élise Pierre, *« L'affect devient ici le primum movens de la production de valeur au sein des modèles d'affaires des plateformes numériques »*. En enrôlant leurs salariés et tous leurs autres collaborateurs extérieurs (jusqu'aux utilisateurs même), Google stimule, puis s'approprie une participation volontaire, qu'elle soit créative, testeuse, propagatrice, communicatrice, porteuse de bonnes intentions ou non. Cette stratégie nouvelle permet d'intégrer tout l'écosystème potentiel gravitant

---

[325] CHEN KK. "Storytelling: An Informal Mechanism of Accountability for Voluntary Organizations". Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly3. 2013; 42(5):902-922. doi:10.1177/0899764012455699

[326] TURNER F. "Burning Man at Google: a cultural infrastructure for new media production". New Media & Society. 2009;11(1-2):73-94. doi:10.1177/1461444808099575

[327] DENTON Nick, Article paru le 14 mai 2007 sur gawker.com. En ligne :https://www.gawker.com/260194/eric-schmidt-at-burning-man

[328] GÜGEL Roman "Google has acquired the majority share of Burning Man" article édité sur mixmag.net, 2019. En ligne https://mixmag.net/read/google-burning-man-news

[329] FARBER Dan, "A view into Google's inner workings", ZDNet 2005, en ligne https://www.zdnet.com/article/a-view-into-googles-inner-workings/

[330] CHEN KK. "Storytelling: An Informal Mechanism of Accountability for Voluntary Organizations". Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly3. 2013; 42(5):902-922. doi:10.1177/0899764012455699

[331] CASILLI Antonio « Digital affective labor : les affects comme ressorts du capitalisme des plateformes », Préface à CAlloing & JPierre, Le web affectif. Une économie numérique des émotions, Editions de l'INA, p. 5-8. 2017

autour des activités de la plateforme, de la satisfaire par quelques propositions qui laissent apparaitre un horizon libérateur un peu diffus, et dont le rôle est de dissimuler les gigantesques profits réalisés grâce à eux. Ce *nouvel esprit du capitalisme* est fait pour générer du consentement, la mobilisation et l'adhésion du personnel de l'entreprise à ce nouveau capitalisme de plateforme. Il ne fonctionne plus sous la contrainte, comme il s'est manifesté au 19e et 20e siècle, mais grâce au "plaisir", au "bonheur" même, avec l'institution de « *Chief Happiness Officers* »[332], métier que le CIDJ décrit sur son site comme nécessitant une formation RH et au minimum 3 ans d'étude[333], et dont le rôle consiste à rendre "heureux" les employés afin qu'ils gagnent en productivité. C'est une organisation par groupes flexibles qui valorise les potentiels leaders pour satisfaire la concurrence interne et externe. Un management arrivant avec son nouveau lexique de mots tels qu'agilité, flexibilité, autocontrôle, pluridisciplinarité, individualisation des compétences, adaptabilité et employabilité, coach, entreprises en réseau, mais dans lequel l'autogestion, la coopération et le partage en sont exclus.

Dans ce monde du travail, le syndicalisme n'a pas sa place. Il n'arrivera dans l'entreprise qu'en 2021, 26 ans après le lancement de l'entreprise. Le concept de classes sociales n'a pas cours, au vu des avantages octroyés dans l'entreprise. La volonté sous-jacente est de marquer clairement sa rupture avec l'organisation professionnelle de l'époque industrielle, faite de hiérarchisations, de syndicalisme, de masses salariales, de planification et de carrières *ad vitam*. Dorénavant, les emplois sont mouvants, personnalisés et demandent des mises à jour constantes telles que les versions des logiciels. Et pour devenir "*chef de projets*" (et non plus cadres), les "*collaborateurs*" (et non plus salariés) sont tenus d'être doués d'intuition, de savoir prendre des risques, de développer leurs compétences relationnelles pour accroitre leur réseau perso professionnel.

L'implication volontaire comme principe

L'autre point à souligner est le rôle des tests et de l'extraction des données dans la politique de développement de Google. Comme cela se produit à Burning Man, chaque nouvelle création, expérimente une part de co-construction avec le public qui participe ainsi à leur réussite. Chez Google, les données orientent largement la prise de décision puisqu'elles sont rendues visibles à l'intérieur de l'entreprise. Ainsi, toutes les options d'innovation sont testées sur les utilisateurs avant leurs mises en place définitives, et ce sont les données qui décident. Dans le storytelling de la firme, les porteurs de bons projets peuvent augmenter leur notoriété sur la base d'idées présentées et testées par tous. Google a toujours testé toutes les modifications envisagées via le Web, en lançant des versions bêta et en analysant les réactions des utilisateurs. Celles qui fonctionnent le mieux sont alors adoptées, et les autres abandonnées. Ce ne sont plus les stratégies individuelles et politiques qui poussent les personnes à se rapprocher des instances de direction pour imposer leurs désidératas, ce sont les résultats des tests qui orientent les décisions, affirme Marisa Mayer[334], première femme ingénieure de la petite entreprise Google dès 1999, et qui en dirigea la stratégie. « *Les décisions sont prises d'après les données des résultats, ce qui nous libère de toutes hésitations* »[335]. Cela débloque les motivations, tout en freinant les convoitises. Ce sont les données, les résultats tangibles, qui

---

[332] BRUNEL Valérie, « Les managers de l'âme. Le développement personnel en entreprise, nouvelle pratique de pouvoir ? », Paris, La Découverte. 2008)

[333] Site du CIDJ au 15 oct 2021 https://www.cidj.com/metiers/chief-happiness-officer

[334] Conférence de Marisa Mayer à la Stanford University, « Data is apolitical » en ligne https://ecorner.stanford.edu/videos/data-is-apolitical/

[335] Version originale : "The decisions get made based on data, and that really frees people from a lot of those types of concerns."

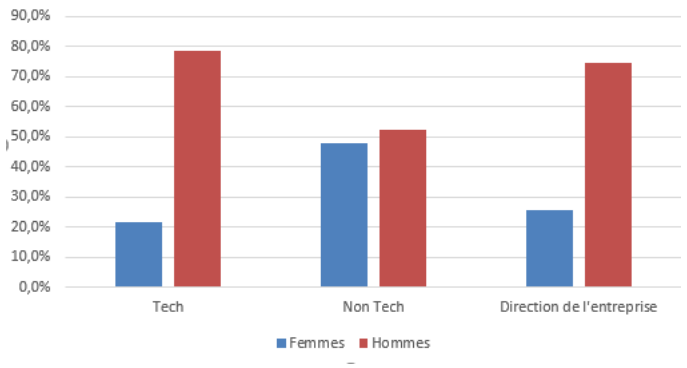
guident les décisions, et non plus les connivences, le copinage ou l'entrisme… De plus, les conditions d'embauche elles-mêmes ne se déroulent plus entre un DRH et une potentielle recrue, mais à travers un comité qui en assure la pertinence sur des critères objectifs. Eric Schmidt confirme que le recrutement ne se fait que par un comité d'embauches : « *Avec les comités d'embauche, peu importe qui vous êtes : si vous voulez embaucher quelqu'un, la décision doit être approuvée par un comité d'embauche, dont les décisions sont basées uniquement sur le pédigrée, et non sur des relations personnelles ou des affinités* »[336]. L'intention est louable.

Pour aller dans ce sens, Larry Page décrit dans un article publié en septembre 2004 dans Playboy, une organisation du travail en petites équipes dirigées chacune par un ingénieur, lui-même participant activement aux projets. C'est une organisation beaucoup plus horizontale qui est mise en place, dans laquelle les groupes ont une certaine autonomie, même s'ils sont quand même supervisés par une direction. Cette structure permet à la société de développer en parallèle des centaines de petits projets. Sur le modèle de Burning Man, chaque projet est réalisé par trois ou quatre personnes, grâce à des contrats plus courts. Ainsi, cette méthode de travail permet une grande modularité dans la gestion des projets et limite les risques.

Ce storytelling permet de mettre en avant une méritocratie plus forte que la gestion par cooptation. Éric Schmidt, avoue dans un autre article au Médium[337], que vendre du rêve (« Sell the dream ») permet de recruter les meilleurs employés. La construction d'un imaginaire collectif passe par la valorisation des possibilités de chacun, et de la possibilité pour eux de faire fortune, à l'image de leurs dirigeants. L'esprit Burning Man plane sur la gestion des « ressources » humaines.

Pourtant, en regardant les statistiques du genre des employés de Google (Fig.55), l'écrasante majorité d'emplois masculins au détriment de ceux des femmes, à la direction et aux services techniques, démonte ce principe d'égalité des chances et des talents. Entre la réalité des faits et les principes idéologiques, le delta peut parfois s'étirer très désavantageusement pour les femmes.

Figure 55 : Répartition des employés Google par genre et par département



Source : Google diversity annual report 2018 :

[336] SCHMIDT eric et ROSEMBERG Jonathan, "How Google Works" Grand central publishing, 2014, p81
Version originale : « With hiring committees, it doesn't matter who you are: If you want to hire someone, the decision needs approval from a hiring committee, whose decisions are based on data, not relationships or opinion».

[337] https://medium.com/cs183c-blitzscaling-class-collection/cs183c-session-8-eric-schmidt-56c29b247998

En publiant ses produits tôt et en les mettant à jour rapidement, l'entreprise implique ses clients dans son processus de développement de produits. Tout comme les hackers des « logiciels libres », ou les contributeurs à Wikipedia, les utilisateurs de Google sont une partie de ses développeurs non rémunérés ; il en va de même, bien entendu, de ceux qui créent les pages Web que le moteur de recherche PageRank explore et exploite ensuite. Sans leur contenu, les recherches du moteur seraient faibles et l'apport des pubs restreint. C'est donc une économie de plateforme qui a un besoin vital de l'engagement de ses usagers et de ses partenaires ; une économie qui ne fabrique plus (ou presque), mais qui externalise le travail à des prestataires extérieurs. Cette économie est dominée par des entreprises qui ne possèdent plus les moyens de production, mais détiennent plutôt la propriété de l'information et les moyens de communication. Le travail est mis en valeur comme une activité ludique, volontaire et valorisante. Une économie du don contre don. Don de son temps, contre donné en retour par le plaisir d'avoir contribué à une œuvre collective et visibilisée, ici Google ou YouTube.
En analysant les pratiques du don, de l'ouverture et de la « gratuité » de ses logiciels et services, Michaël Vicente propose même une interprétation « libertarienne de gauche » des soubassements idéologique de l'entreprise[338]. Il faut dire que Google se réclame soutenir l'open source[339], et met à disposition de nombreuses applications sous licences libres, comme son système Android. C'est dans cette optique qu'elle organise chaque année le fameux concours *Google Sumer of Code*[340], pour lequel plus d'un millier d'entreprises et d'universités du monde entier travaillent ensemble sur des centaines de projets. Aux participants ensuite, Google compris, d'utiliser en licence libre le résultat de ce travail. Un *libertarianisme de Gauche*, mettant la liberté au sommet de toutes les valeurs à défendre, sans atténuer les inégalités.

Pour les plateformes, l'implication des acteurs de son écosystème est fondamentale. Car si le partage fait partie de sa communication, Google sait aussi protéger et breveter ses outils principaux comme son algorithme PageRank et une multitude d'autres fonctions qui le constituent. Elle sait aussi faire main basse sur ses potentiels concurrents pour renforcer ses positions. Malgré ce que voudrait propager la légende de créativité interne et l'ouverture des licences, la croissance de la plateforme vient peu d'innovations internes comme le prône le management de Google, mais essentiellement grâce à des acquisitions spectaculaires qui lui ont permis d'étendre son territoire d'application et son hégémonie.

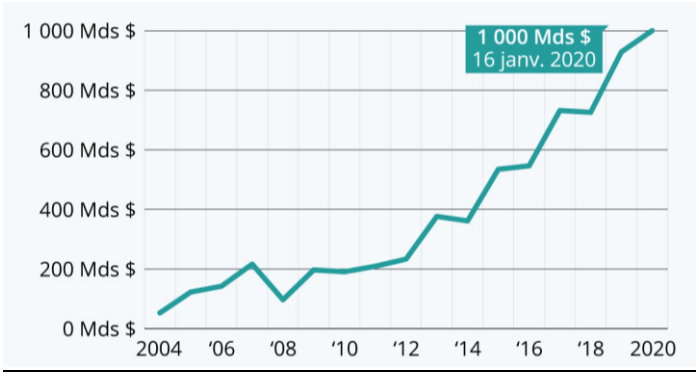
La puissance d'une capitalisation magistrale

Dès le 7 juin 1999, soit 9 mois après la création de Google, les fondateurs arrivent à convaincre les deux plus importantes sociétés de capital-risque, Séquoia Capital et Perkins Caufield & Byers, d'entrer ensemble dans le capital et d'y injecter 25 millions de dollars ($12,5 millions chacune). C'est cet investissement qui leur permit, dès le départ, d'appliquer leur politique d'acquisition et de recruter les meilleures spécialistes pour l'introduction en bourse. Dès lors, le 19 aout 2004, sa valorisation est de 23 Md$. Quatre mois plus tard, elle est de 52Md$, 200Md$ en 2007 et jusqu'à 1600Md$ aujourd'hui (Fig.56).
Sa puissance financière presque infinie lui fournit une capacité hégémonique qui lui permet d'organiser le marché à des fins anticoncurrentielles. Les concurrents ou les entreprises connexes sont rachetés pour former des conglomérats surpuissants. Cette prise de pouvoir en forme de réseaux, de services et

[338] VICENTE Michaël, « Google est-il libertarien de gauche ? » Multitudes, N° 36, pages 71à77 2009/1
[339] Google Open Source Live en ligne : https://opensource.google/events
[340] Google Sumer of code, en ligne : https://summerofcode.withgoogle.com/archive/

d'applications, concentre autour d'elle un écosystème qui envahit l'horizon et oblige tous les potentiels nouveaux entrants à s'accorder ou à se soumettre à ses organisations. Cette puissance est telle qu'elle menace les prérogatives même des États-nations, supposément censés représenter l'intérêt des citoyens, ou du moins l'intérêt de la société dans son ensemble.

Figure 56 ; Capitalisation boursière d'Alphabet (Google) depuis 2004



Sources Statista: wolfram alpha knowledgebase Morningstar

Depuis 2001, Google, à travers sa maison mère Alphabet, s'est offert près des 200 sociétés ou brevets[341]. YouTube a été acheté en janvier 2006 après seulement 19 mois d'existence, pour la modique somme de 1,65 Md$. DoubleClick, la régie publicitaire a été absorbée en 2007 pour 3,1 Md$, le programme Keyhole de cartographie, qui a donné lieu à Google Earth et Google Maps, aussi… Ce n'est donc pas l'innovation interne qui a permis à cette entreprise d'étendre son emprise sur le web et sur les revenus publicitaires, mais bien sa puissance financière démultipliée par un actionnariat avide de perspectives de dividendes.

Car regarder de plus près l'effet des plateformes, de Google, YouTube et les autres membres de la famille d'Alphabet, c'est mesurer les territoires occupés comme « *un espace structuré par les principes de contiguïté et de continuité* » [342], très topographiques, mais d'où la notion de frontière a presque disparu. Et comparer l'emprise des plateformes à celles des États-nations permet de visualiser l'asymétrie de leur puissance respective, au profit des GAFAM, qui sont arrivées à s'extraire des contraintes liées aux frontières: leur fiscalité profite des possibilités qu'offrent les concurrences que se livrent les états entre eux, leur souveraineté industrielle s'affranchit des limites que les états se voient imposés par les marchés, la régulation des réseaux ne les concerne pas ou très peu, elles dominent massivement le marché du stockage et du traitement des données, et elles vont même jusqu'à s'affranchir des droits d'auteur, se réclamant de n'être que des éditeurs des contenus, dans le but de s'affranchir des conséquences judiciaires des propos haineux, des fausses informations et de tous les contenus illicites.

[341] DUFFEZ Olivier, liste des rachats de Google la plus exhaustive du web, mise à jour le 01/11/2022, publiée initialement en 2005. en ligne : https://www.webrankinfo.com/dossiers/google/acquisitions

[342] BOULLIER Dominique, "Puissance des plateformes numériques, territoires et souverainetés" SciencesPo, Chaire digital, gouvernance et souveraineté, 2021.

3.5 YouTube, une plateforme modelée pour Google

Lorsque YouTube est absorbé par Google pour $1,65 milliard, ses jeunes créateurs ont suivi le même business model que leur acquéreur : YouTube avait été créé en février 2005 par Steve Chen, Chad Hurley et Jawed Karim, 3 anciens employés de PayPal. En tant qu'ingénieurs, Chen et Karim avaient contribué à faire passer PayPal d'à peine 100 000 utilisateurs à plus de 60 millions, préparant l'acquisition du site par eBay dans le cadre d'un accord évalué à 1,5 milliard de dollars dont ils avaient profité financièrement au moment de l'introduction en bourse et de son rachat par eBay en 2002, 77 % au-dessus du prix d'entrée en bourse. Ils connaissaient donc l'écosystème de la nouvelle économie, ses acteurs et ses potentiels de croissance financière. La chronologie de leur succès rapide peut s'expliquer pour plusieurs raisons :

Leur jeune société avait été initialement fondée sur un besoin de retrouver et partager des vidéos entre amis, chose qui était compliquée à cette période[343]. Si à l'origine, les créateurs réfléchissent à un site de rencontre basé sur les vidéos[344], l'idée a fait long feu et a vite été oubliée[345], au profit d'un site de mise en ligne de vidéos personnelles (à l'image du site Flickr pour les photos), en créant des communautés de webspectateurs dont les interactions pourraient être monétisées.

En février 2005, les trois amis décident de créer leur société, trouvent le nom (YouTube) et se répartissent les tâches selon leurs compétences : Hurley conçoit l'interface et le logo du site, tandis que Chen et Karim se partagent les tâches techniques pour faire fonctionner le site. Ils divisent ensuite les responsabilités de gestion, en fonction de leurs atouts et de leurs intérêts : Hurley devient PDG ; Chen, directeur de la technologie tandis que Karim reprend ses études d'informatique à Stanford, en restant conseiller spécial de la société[346].

Leur projet répond à un besoin de rencontre et de mise en connexion de personnes, il doit être simple d'utilisation pour que n'importe qui puisse y avoir accès et l'utiliser. Il s'appuie sur (1) des technologies secondaires comme le déploiement du réseau Internet et du haut débit dans les foyers, (2) une bande passante et un prix d'hébergement bon marché, (3) la généralisation de l'installation du logiciel *Macromédia Flash* sur les ordinateurs personnels ainsi que (4) la prolifération de caméras digitales et de téléphones portables capables de filmer des images pour les diffuser.

Le 23 avril 2005, la première vidéo du site est mise en ligne. C'est une vidéo amateur de Karim devant les éléphants du zoo de San Diego[347]. Cette vidéo tout à fait quelconque est la première pierre significative à l'édifice de ce que deviendra YouTube ; à savoir, un réceptacle de vidéos amateurs ouvert à tous, même si la professionnalisation des utilisateurs a suivi et accompagné le succès du site.

En mai, la version bêta du site est lancée. Le 11 juin 2005, Jawed intègre la fenêtre des suggestions pour encourager à regarder plus de vidéos. Il crée des fonctionnalités de participation pour stimuler l'interaction

---

[343] HOPKINS Jim *"Surprise! There's a third YouTube co-founder". USA Today. 11Octobre 2006.* Accessible en ligne : http://usatoday30.usatoday.com/tech/news/2006-10-11-YouTube-karim_x.htm

[344] Les échanges de mails entre les fondateurs révélés au moment du procès entre YouTube et Viacom en 2010 le dirent clairement. Accessible en ligne : https://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/fr//press/pdf/c_hurley_declaration.pdf

[345] DREDGE Stuart *"YouTube was meant to be a video-dating website". The Guardian (March 16, 2016). Accessible en ligne https://www.theguardian.com/technology/2016/mar/16/YouTube-past-video-dating-website*

[346] https://www.celebritynetworth.com/richest-businessmen/business-executives/jawed-karim-net-worth/

[347] Jawed, « me at the zoo", vidéo postée le 24 avril 2005, accessible en ligne : https://www.YouTube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw

des utilisateurs et code un lecteur vidéo externe qui permet d'intégrer des vidéos YouTube dans d'autres sites Web, comme celui de MySpace où la plateforme est rapidement devenue extrêmement populaire[348].
Ces changements structurels les plus importants se sont produits pendant les tests bêta ; les créateurs sont suivis et ont des discussions informelles avec leurs anciens collègues de PayPal. Ils cultivent aussi de bonnes relations avec des investisseurs en capital-risque tels que Merrill Lynch pour obtenir des commentaires et des opportunités d'investissement. Leurs options génératrices de revenus incluaient une approche *Google Adwords* pour YouTube, et l'affichage d'annonces interactives avec le lecteur vidéo Flash, ainsi que des modèles de facturation des téléspectateurs pour le contenu premium.
L'expérience PayPal pour les créateurs les aide à rencontrer les bons investisseurs au bon moment. Ceux-ci les aideront à lancer YouTube : à l'été 2005, ils montrent la version bêta du site à Roelof Botha[349], l'ancien directeur financier de PayPal, associé chez Sequoia Capital[350], et Mike Moritz siégeant au conseil d'administration de Google. En novembre 2005, Roelof Botha accepte d'investir 3,5 millions de dollars dans YouTube à titre personnel, avant de soumettre le projet 5 mois plus tard à Séquoia Capital, ainsi qu'à Artis Capital, qui investissent chacun 11,5 et 8 millions de dollars supplémentaires, pour aider à déployer le site le plus largement possible.
Ici, les investisseurs sont les maitres du jeu. Roelof Botha investit à titre personnel dans la "jeune pousse", puis fait investir le fonds d'investissement chez qui il travaille, au travers de Mike Moritz, qui avait déjà investi dans Google en 1999. Et quelques mois plus tard, le 9 octobre 2006, Google rachète YouTube pour la somme extravagante de 1,65 milliard de dollars, faisant récolter au passage d'énormes bénéfices à tous les actionnaires d'origine. La plus-value pour Séquoia est supérieure à 500 millions de dollars, soit 57 fois son investissement total.
L'itinéraire est parfait et l'objectif Google est atteint.

Fondé en 1972, ce fonds a soutenu une liste impressionnante de superstars de la technologie, notamment Apple, Cisco, Oracle, Yahoo, Google, AirBnB et ici YouTube. C'est ce qu'on appelle le sens des affaires, ou plutôt, un réseau d'entreprises ayant des relations très imbriquées !
L'optique des fondateurs suit la logique qui prévaut à cette période de création de startups tous azimuts : Monter leur structure sur un produit innovant aux potentiels de croissance importants, en tentant de se faire financer le développement par un fonds d'investissement qui lui donne une ampleur internationale, puis se faire racheter par une autre société en générant une grosse plu value, comme l'indique la déclaration de Chad Hurley lors de son introduction durant le procès contre Viacom en 2010[351].

---

[348] VONDERAU, Patrick. The video bubble: Multichannel networks and the transformation of YouTube. Convergence, 2016, vol. 22, no 4, p. 361-375.

[349] JARVIS Alexander "The confidential YouTube Investment Memo by Sequoia you were never meant to see"
En ligne : https://www.alexanderjarvis.com/the-confidential-YouTube-investment-memo-by-sequoia-you-were-never-meant-to-see/

[350] https://www.sequoiacap.com/companies/YouTube/

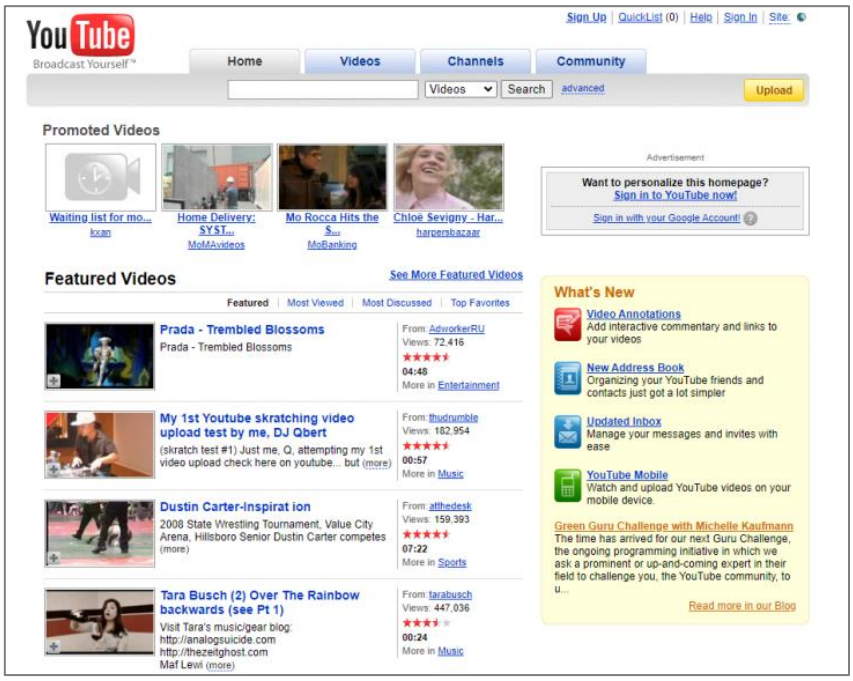
[351] Traduction de la version en ligne : En tant que fondateur détenant une participation importante dans l'entreprise, la dernière chose que je souhaitais était qu'elle soit considérée comme un refuge pour les contenus contrefaits ou illégaux. L'option que nous avons envisagée pour YouTube était la voie d'évolution standard pour une startup : une introduction en bourse ou une acquisition par une autre entreprise. Nous pensions tous que ces options ne s'offriraient pas à nous si notre entreprise était basée ou dépendait d'activités illégitimes. Accessible en ligne :
https://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/fr//press/pdf/c_hurley_declaration.pdf

La vidéo est pensée par les créateurs de YouTube comme un paradigme qui transformera l'audiovisuel traditionnel des télévisions linéaires. L'acquisition de YouTube a été une des premières de cette ampleur dans ce secteur. Plusieurs sites se lancent en effet sur ce même créneau pendant cette période[352] :

- MySpace propose d'intégrer des vidéos à ces pages perso. Sony Pictures Entertainment y investit 65 millions de dollars ;
- vMix propose de télécharger des vidéos pour les regarder ensuite, Enterprise Partners Venture Capital y investi une somme non divulguée ;
- Veoh Networks permet aussi de partager et de visionner des vidéos, Spark Capital, Time Warner y participe à hauteur de $12,5 millions ;
- le site de partage de vidéos Revver reçoit 8,7 millions de dollars des sociétés de capital-risque Draper Fisher Jurvetson et Bessemer Venture Partners.
- En France, Dailymotion est créé à la même époque que YouTube en mars 2005, mais n'est pas soutenu comme son concurrent américain. Les fonds d'investissement, Atlas Venture et Partech International, investissent 7 millions d'euros, l'investissement de Google se compte en milliard.

YouTube remporte la mise. À partir du 15 décembre 2005 site est officiellement lancé avec un design qui préfigure celui d'aujourd'hui (Fig.59). Son succès est presque immédiat, comptabilisant plus de 8 millions de vues quotidiennement. La simplicité de l'utilisation pensée comme telle et la pertinence du nom YouTube font que la plateforme est immédiatement plébiscitée par le public, dans un cercle vertueux, pour lequel, plus il y a de vidéos en ligne, et plus les visiteurs peuvent y trouver leur compte.
Comme Google, YouTube écrase ses concurrents.

Figure 59 : Premier design de la page YouTube intégré à la conférence de Karim Jawed 2006 à l'Université de l'Illinois[353]



Capture d'image de la conférence de Karim Jawed 2006 à l'Université d'Illinois

[352] HELFT, Miguel; Richtel, Matt). "Venture Firm Shares a YouTube Jackpot". The New York Times. 10 Octobre 2006. Accessible en ligne https://www.nytimes.com/2006/10/10/technology/10payday.html

[353] Premier design de la page YouTube intégré à la conférence de Karim Jawed 2006 à l'Université d'Illinois: YouTube: From Concept to Hypergrowth - Jawed Karim en ligne https://www.YouTube.com/watch?v=XAJEXUNmP5M

Pensés à la manière de Google, sa gratuité, son apport algorithmique et ses moyens financiers l'imposent dans le monde des traductions multiples et l'implantation de serveurs sur tous les continents le rendent aujourd'hui accessible dans plus de 100 pays, dans 80 langues, soit 95 % des internautes de la planète, imposant ainsi son hégémonie sur tous ses concurrents : les autres lecteurs ne peuvent pas lutter et sont obligés de modifier leurs activités pour se concentrer sur le service d'aide aux créateurs et d'intégration vidéo en ligne pour les professionnels. Le modèle YouTube est adossé à celui de YouTube.

Les jeunes qui utilisent la plateforme s'opposent à la mercantilisation des vidéos déjà diffusées sur les antennes télé, et s'amusent à télécharger celles qui leur plaisent pour en faire profiter gratuitement leurs copains. C'est ce qui est arrivé avec une séquence de l'émission « Saturday Night Live » diffusée en décembre 2005 sur NBC. "Lazy Sunday"[354] était une séquence loufoque de rap qui se moquait du film « Les Chroniques de Narnia »[355]. Elle fut téléchargée des centaines de milliers de fois sur YouTube, obligeant la plateforme à la supprimer pour répondre aux injonctions d'NBC sur les droits d'auteurs ; mais cela provoqua nonobstant des millions de vues en réaction, obligeant NBC à rendre la vidéo disponible en téléchargement gratuit sur l'iTunes Music Store d'Apple[356].
Comme Google avait passé des accords avec les grandes bibliothèques américaines et les éditeurs, pour numériser leur contenu[357], YouTube étend sa visibilité en s'assurant de la visibilité de contenus populaires.
Ses dirigeants passent des accords avec quelques émissions télé grand public et des maisons de disques pour la diffusion de clips. Ces évènements contribuent à populariser YouTube auprès des jeunes qui l'utilisent de plus en plus, à la manière de télévision de rattrapage, pour voir ou revoir les séquences les plus populaires.

La place des amateurs professionnels

Le succès se confirme, accumulant les contenus qui attirent les webspectateurs. Une partie se professionnalise et devient amateur professionnel, aidé par la plateforme qui valorise leurs vidéos les plus populaires[358]. La politique de rémunération des contenus favorise leur implication et la multiplication des vidéos. Le « broadcast yourself » de YouTube incite chaque utilisateur à devenir un média à part entière, à l'image de la vidéo de Karim Jawed « Moi au zoo » (« Me at the zoo »). Une vidéo amateur, sans qualité particulière, mais qui sous-tend le principe même de la plateforme : Que tout le monde puisse poster ses vidéos pour qu'elles soient accessibles à tous. Le « You » de YouTube en est le signal le plus évident. Il a lui-même trouvé un sens culturel plus large, "YouTube vous propose d'être le propre diffuseur de vous-même". Le « je suis mon moi » rendu par le slogan "me, myself and I" s'impose surtout s'il est possible de se masquer d'un avatar pour gagner en liberté[359]. Ainsi "libéré d'un corps et d'un nom trop reconnaissables, le moi profond semble pouvoir se défaire des contraintes sociales que les proches font parfois peser. Il est alors plus

---

[354] Dernière mise en ligne le 17 aout 2013, visionnable sur https://www.YouTube.com/watch?v=sRhTeaa_B98

[355] NOVAK Matt*, gizmodo.com "Here's What People Thought of YouTube When It First Launched in the Mid-2000s"(14 Fevrier 2020).*

[356] BIGGS John, "A Video Clip Goes Viral, and a TV Network Wants to Control It", The New York Times, 20 février 2006, en ligne https://www.nytimes.com/2006/02/20/business/media/a-video-clip-goes-viral-and-a-tv-network-wants-to-control-it.html

[357] RACINE, Bruno. Google et le nouveau monde. Tempus Perrin, 2021.

[358] 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, 2015, vol. 16, no 3, p. 27-42.

[359] VASALOU Asimina et Adam N. JOINSON (2009), « Me, myself and I: The role of interactional context on self-presentation through avatars », Computers in Human Behavior, 25(2), p.510-520

facile de tester certaines facettes de soi-même potentiellement en germe, en se mettant en scène, se produisant et de se diffusant ("braodcast yourself") dans un mouvement de subjectivation tâtonnant. Mais dans le même temps, la demande de reconnaissance sociale croît. Cette dialectique entre le moi et le groupe trouve sur YouTube une expression symptomatique : si les individus peuvent tester en permanence des aspects de leur personnalité, ils sont aussi dépendants des réactions des autres. La démarche de s'exposer aux autres est ambivalente. Entre fierté d'avoir de nombreux visiteurs et risques de retours incontrôlés, il est parfois risqué d'explorer des voies non sécurisées de sa personnalité[360] .

Toutefois, l'activité d'intermédiaire culturel de YouTube est bien plus complexe. Elle s'adresse au moins à trois groupes presque antagonistes :

- Les utilisateurs finaux,
- Les annonceurs
- Les producteurs de contenus.

C'est là que le travail discursif accompli est le plus vital. YouTube doit se présenter stratégiquement à chacun de ces publics, se tailler un rôle et un ensemble d'attentes acceptables par chacun, tout en servant aussi ses propres intérêts financiers. Pour ce faire il faut résoudre, ou du moins, éliminer les contradictions entre eux :

1. Offrir aux webspectateurs les vidéos sur lesquelles leur attention se focalise spontanément.
2. Reverser des revenus attractifs pour les producteurs professionnalisés pour qu'ils mettent en ligne des contenus à haute valeur éditoriale,
3. Donner un ciblage stratégique aux annonceurs qui optimisent leurs campagnes publicitaires.

L'hébergement de contenu généré par les utilisateurs et « l'autonomisation » des webspectateurs dépendent d'un modèle commercial basé sur la publicité, dans lequel les données des utilisateurs sont vendues aux annonceurs. Comme nous l'avons vu dans le chapitre 1, l'individuation des rapports sociaux et des usages favorise l'importance commerciale de chaque internaute. Si la stratégie fonctionne aujourd'hui et permet de générer 8,6 milliards de dollars au 4e trimestre 2021[361], elle permettait en 2008 de générer seulement 200 millions de dollars, bien en deçà des attentes de la maison mère Google[362]. Le difficile équilibre entre les 3 groupes utilisateurs se fit donc progressivement.

Un lobbying massif

Les paradigmes idéologiques n'émergent pas tout seuls et ne se diffusent pas non plus automatiquement. Il faut les y aider[363]. C'est pourquoi Google a rapidement activé une politique de lobbying agressif en confiant les rênes du lobbying à plusieurs sociétés américaines spécialisées, autant républicaines que démocrates, pour faire valoir des principes protégeant ses intérêts[364.] La "machine Google" est un atout pour YouTube qui profite des messages politiques poussés par ses lobbyistes, telle que la neutralité du Net, appelant à ce

---

[360] VIALLON, Philippe, GARDÈRE, Elizabeth, et DOLBEAU-BANDIN, Cécile. YouTube, fenêtre et miroir du monde. *Communication. Information médias théories pratiques*, 2021, vol. 38, no 2.

[361] SPANGLER Todd, "YouTube Ad Sales Hit $8.6 Billion in Q4, up 25% and Topping Netflix Revenue for Quarter", Variety Juillet 2022. En ligne : https://variety.com/2022/digital/news/YouTube-q4-2021-advertising-netflix-revenue-1235168995/#!

[362] O'CARROLL Tristan, "Google acts to boost disappointing YouTube revenue", Campaign, 9 juillet 2008. En ligne : https://www.campaignlive.co.uk/article/google-acts-boost-disappointing-YouTube-revenue/830413?src_site=brandrepublic

[363] GALPERIN, Hernan. Beyond interests, ideas, and technology: An institutional approach to communication and information policy. The Information Society, 2004, vol. 20, no 3, p. 159-168.

[364] PHILLIPS Kate The New York Times, "Google joins the lobbying herd" 28 mars 2006. En ligne https://www.nytimes.com/2006/03/28/politics/google-joins-the-lobbying-herd.html

que la législation du Congrès interdise la différenciation des prix par les fournisseurs de haut débit alors que la vidéo utilise une grande quantité de bande passante. Le but étant de faire entendre aux utilisateurs que Google et YouTube restent des plateformes ouvertes à l'innovation et à la concurrence. Le discours social de Google se positionne à l'opposé des pratiques déraisonnables des opérateurs de réseau[365]. La société renforce sa présence institutionnelle pour protéger ses intérêts économiques, notamment contre les opérateurs télécoms qui gèrent l'accès Internet et pour qui ces plateformes leur prennent des parts de marché[366].

La liberté d'expression est également une arme idéologique brandie par YouTube pour étendre sa notoriété. Sous couvert de diversité de points de vue, ses dirigeants proclament que la puissance du débat renforce son rôle de stimulateur démocratique, alors que cet argument sert surtout à élargir son public coûte que coûte, au risque d'une prolifération de propos haineux.

> *Nous pensons que YouTube est une plate-forme plus riche et plus pertinente pour les utilisateurs, précisément parce qu'elle héberge un large éventail de points de vue ; et plutôt que d'étouffer le débat, nous leur permettons de voir tout le contenu possible et de se faire leur propre opinion. Bien sûr, les utilisateurs sont toujours libres d'exprimer leur désaccord avec une vidéo particulière sur le site, en laissant des commentaires ou leur propre vidéo de réponse. Ce débat est sain.*
>
> Extrait du blog des politiques public de Google[367]

Comme pour sa grande sœur Google, YouTube se positionne comme la championne de la liberté d'expression, liant habilement la technique, le figuratif et le politique. Justine Ryst, sa directrice générale, s'est même fait remettre le « Free Expression Award »[368], un prix sponsorisé par YouTube ! Quoi de mieux de s'auto proclamer protecteur de la liberté d'expression, même si cette expression peut parfois véhiculer des informations fausses et manipulatrices. L'argument dominant étant que la plateforme héberge un panel très étendu de points de vue et permet au public de se faire ainsi sa propre opinion, tout en essayant de supprimer les vidéos les plus illicites. Ceci est même parfois ressenti par certains comme une censure inévitable.

C'est sans doute cette notion de liberté d'expression qui permet de diffuser des contenus pouvant contrecarrer les discours officiels des États, des firmes capitalistes ou des médias mainstream. Mais c'est aussi elle qui donne la parole à des idées racistes, sexistes, climatosceptiques ou xénophobes. Celles-ci trouvent alors un espace pour se propager. La liberté est un risque. Mais ce risque est un atout pour

---

[365] Texte original : "The Internet should remain an open platform for innovation, competition, and social discourse, free from unreasonable discriminatory practices by network operators". En ligne sur le blog des politiques public de Google https://publicpolicy.googleblog.com/2008/02/rep-markeys-net-neutrality-legislation.html

[366] BOULLIER Dominique, Puissance des plateforme numérique, territoire et souveraineté. Sciences Po, Chaire digital, gouvernance et souveraineté, Mai, 2021

[367] Version originale : " We believe that YouTube is a richer and more relevant platform for users precisely because it hosts a diverse range of views, and rather than stifle debate we allow our users to view all acceptable content and make up their own minds. Of course, users are always free to express their disagreement with a particular video on the site, by leaving comments or their own response video. That debate is healthy".

En ligne sur le blog des politiques public de Google : https://publicpolicy.googleblog.com/2008/02/rep-markeys-net-neutrality-legislation.html

[368] Newswars, RT 19 avril 2021. https://www.newswars.com/YouTube-ceo-wins-free-expression-award-sponsored-by-YouTube-then-boasts-how-platform-censors-users/

provoquer des controverses et faire parler d'elles. Les polémiques suscitant du trafic, elles augmentent les profits de la plateforme.

Une ouverture technique maximale

Comme chez la maison mère Google, l'usager est au centre de l'activité de YouTube. C'est la première étape d'une appropriation du dispositif par tous, pouvant faire converger des millions de visiteurs vers des points focaux" émergeant d'une multitude de centres d'intérêt. Que cela serve à montrer comment danser[369], à commémorer la mémoire de défunts[370], à témoigner et informer[371], à partager ses points de vue, ses connaissances, son expérience, à aider les autres, à détourner, pasticher et rire d'une infinité de situations, la vidéo est le médium où l'écriture textuelle n'est plus primordiale. YouTube profite d'une alphabétisation vidéographique autodidacte de la population, dont l'usage des outils vidéo a été pensé pour être simple et intuitif[372]. Des compétences acquises "sur le tas", par imitation et tâtonnements et une pratique régulière, voire frénétique. Faire des vidéos et les téléverser sur YouTube est accessible à ceux qui en ont envie, sans qu'il soit nécessaire d'acquérir de compétences purement techniques. Presque tous les formats vidéo sont acceptés pour les téléversements. YouTube fournit des paramètres d'encodage qui deviennent universels : du Mpeg4, FLV, AVI, WEBM, 3GP, MPEG-PS ou QuickTime, tous sont compatibles avec la plateforme et sont transcodés automatiquement pour être visionnés en ligne par l'ensemble des webspectateurs du monde entier. Le seul impératif étant d'avoir un terminal connecté.

La résolution HD est intégrée en 2008. Dorénavant, on peut visionner un film, une émission originale ou n'importe quel contenu informatif ou éducatif, sans constater de différence de qualité. En 2010 les vidéos en 4K sont acceptées, offrant une résolution de 3840 × 2160 pixels[373]. En 2015, la résolution augmente à 8K[374]. Enfin, les vidéos HDR (High Dynamic Range) sont possibles depuis 2016[375].

Les améliorations qualitatives des vidéos téléchargées et visionnables contribuent à l'expansion de leur nombre et de la quantité de webspectateurs. La qualité de l'image et du son permet de rapprocher l'usage de la plateforme à celle de la télévision, mais avec des avantages considérables sur les chaines broadcast nationales, comme sa portabilité et l'accès individualisé du contenu. Accompagnant le modèle d'individuation des loisirs décrit dans notre premier chapitre, YouTube séduit un public qui ne trouve plus beaucoup d'intérêt dans les propositions des chaines de télévision historiques. Il y a en France plus de 450 chaines YouTube comptant plus d'un million d'abonnés et 4500 de plus de 100 milles[376], chiffre qui a doublé

---

[369] PETERS, Kathrin et SEIER, Andrea. « Home dance: Mediacy and aesthetics of the self on YouTube". The YouTube reader, Stokholm, Nationa Library of Suede, 2009 p. 187-203.

[370] WAHILBERG Malin, « YouTube Commemoration: Private Grief and Communal Consolation" The YouTube reader, Stokholm, National Library of Suede, 2009 p. 218-236.

[371] CHRISTENSEN Christian, "Hey Man, Nice Shot": Setting the Iraq War to Music on YouTube", The YouTube reader, Stokholm, National Library of Suede, 2009 p. 204-218

[372] DAUPHIN Florian, « Culture et pratiques numériques juvéniles : Quels usages pour quelles compétences ? », Questions Vives, Vol.7 n°17 | -1, 37-52.

[373] LOWENSOHN, Josh. CNet, CBS Interactive, *"YouTube videos go HD with a simple hack".. (20 novembre, 2008).*

[374] *ROBERTSON Steven; Verma, Sanjeev Blog officiel de YouTube "True colors: adding support for HDR videos on YouTube".. 7 Novembre 2016.*

[375] JONNIAUX Amandine, Journal du Geek : https://www.journaldugeek.com/2020/12/09/YouTube-hdr-live-streams/ 9 décembre 2020

[376] Chiffres clefs de YouTube en 2023 : https://blog.hubspot.fr/marketing/chiffres-youtube

en 2 ans[377]. « *Désormais, ce sont les utilisateurs, et non les chaînes, qui font la popularité ou l'impopularité d'un contenu. Ils en deviennent les gardiens du temple de la programmation ; de leur programmation* » affirme la directrice générale, en mettant de côté le rôle de l'algorithme[378].

YouTube une télévision interactive et extensive

Si elle ne bénéficie pas de la force historique de la télévision, avec son écran installé dans presque tous les salons de France, la plateforme grignote ses parts de marché et capte une grande partie de ses revenus publicitaires. Alors que sa stratégie initiale était de se positionner en complément des chaines mainstreams, par la diffusion d'extraits d'émissions, sa capacité d'exposition lui offre désormais la possibilité de rebattre les cartes et de proposer la diffusion de retransmissions sportives en direct. Amorcée en 2018, elle diffuse aujourd'hui gratuitement et en exclusivité la majorité des matchs de baseball en direct de la Major League Baseball nord-américaine[379]. Les revenus publicitaires augmentent fortement (+25% au premier trimestre 2021[380]).

Pour ce faire, YouTube a développé un menu de formats publicitaires, offrant aux annonceurs de multiples possibilités d'annonces suivant leurs capacités financières et leur cible : Vidéo Instream insérée dans un contenu vidéo, format InSearch basé sur les mots-clés et expressions des utilisateurs, format InDisplay redirigeant vers une autre vidéo, format InSlate diffusé uniquement sur les vidéos de plus de 10 minutes, et le format InVidéo, qui insère du texte à l'intérieur des vidéos ; tous payable au clic. Ainsi, même de petits annonceurs peuvent aujourd'hui investir dans des publicités ciblées et accroitre leur visibilité. L'assiette des annonceurs s'est considérablement élargie et accroit d'autant les revenus de la plateforme.

Pour concurrencer les brèves vidéos TikTok, YouTube intègre aujourd'hui un espace « shorts » dédié aux programmes courts[381] qui semblent plaire aux jeunes pour son format portrait. Car depuis ses débuts, la plateforme cherche à occuper tous les terrains où la vidéo est pertinente en créant des applications spécifiques :

- « YouTube Music » pour voir des clips, mais surtout pour concurrencer les plateformes musicales comme Soptify ou Apple Music,
- « YouTube kids » pour rassurer les parents sur les contenus spécifiques et sans risque pour les enfants,
- « YouTube family » pour permettre aux parents de contrôler l'utilisation numérique de leurs enfants,
- « YouTube premium » pour les phobiques publicitaires prêts à payer un abonnement,
- « YouTube Go » pour télécharger (downloader) les vidéos en amont et mieux contrôler sa bande passante,
- « YouTube Originals » diffusant des séries, films et événements originaux créés par YouTube,
- « YouTube TV » pour visionner en streaming une quarantaine de chaines de télévision grâce à un abonnement, et enfin

---

377 RYST Justine, YouTube Director, France, 2020, en ligne https://www.thinkwithgoogle.com/intl/fr-fr/insights/tendances-consommateurs/YouTube-infiniment-personnel/

378 RYST Justine, « YouTube, infiniment personnel », 2019 en ligne https://www.thinkwithgoogle.com/intl/fr-fr/insights/tendances-consommateurs/YouTube-infiniment-personnel/

379 COMK : https://comarketing-news.fr/lavenir-de-la-tv-passera-t-il-par-le-web/

380 SPANGLER, Todd, Variety, 1 Février 2012. En ligne https://variety.com/2022/digital/news/YouTube-q4-2021-advertising-netflix-revenue-1235168995/

381 Sur le blog de YouTube , « découvrez… YouTube, en plus court », en ligne https://www.YouTube.com/intl/fr_ALL/creators/shorts/

- « YouTube Studio » pour les créateurs qui souhaitent mettre en ligne leurs vidéos et accéder à toutes les données générées par les webspectateurs.

Ainsi, par sa créativité commerciale, ses capacités technologiques et son maillage territorial de serveurs, la plateforme s'assure une maîtrise de ses utilisateurs autant que de ses annonceurs. Elle assoit une hégémonie de la diffusion vidéo d'autant plus forte que celle-ci est associée à celle de Google, qui elle, s'étend bien au-delà de son moteur de recherche. Cette circulation astreint les entreprises à dépendre d'elle pour l'accès au marché publicitaire, tout en agrandissant considérablement l'assiette des échanges. Aujourd'hui, 62% des entreprises utilisent une chaine YouTube pour publier des vidéos, 87% des professionnels du marketing se servent de la vidéo comme outil de communication et d'influence[382]. Ils espèrent ainsi toucher une sélection spécifique des 46 millions de visiteurs uniques français qui viennent chaque mois, dont 91% des 18/34 ans regardent au moins une fois par mois une vidéo disponible sur YouTube. Les Conditions générales d'utilisation (CGU) les lient[383]. Il faut les accepter lors de son inscription sur la plateforme. Sans cette étape de validation, les utilisateurs n'auront pas accès aux outils d'interaction, n'auront pas de fil de suggestion basé sur leurs visionnages passés, ne pourront pas se concocter leur vidéothèque et surtout, ne pourront pas mettre en ligne leurs vidéos. Mais en contrepartie, ils cèderont à la plateforme l'utilisation de leurs données personnelles, leurs droits d'exploitation et devront accepter les conditions de leur potentielle rémunération. On peut parler d'une emprise utilitariste, dans laquelle tous les utilisateurs croient y trouver leur compte : les webspectateurs peuvent visionner les vidéos qu'ils souhaitent, quand ils le souhaitent, où ils le souhaitent et sur n'importe quel écran ; les annonceurs peuvent les suivre à la trace, déterminer précisément leur cible et s'immiscer entre eux et leurs contenus, pour un effet plus efficace ; les créateurs perçoivent de l'argent en fonction de leur audience. La plateforme prenant sa commission au passage en conservant 45 % des revenus publicitaires générés, ce qui représente le triple d'un agent d'acteur. Ainsi, les créateurs reçoivent 55 % de chaque dollar/euro payé par les annonceurs[384], c'est ce qu'on appelle le RPM, le revenu pour 1000 vues, et cela permet aux plus actifs et aux plus imaginatifs de se professionnaliser.

La plateforme sert d'intermédiaire informatisé à des marchés multi-versants (Fig.60). Elle est en périphérie d'un dispositif plus large dans lequel les règles sont fixées pour servir la rentabilité maximale de l'ensemble. Vincent Bullich insiste sur la notion d'opérabilité qui nait de la concordance des « *stratégies industrielles, des discours qui accompagnent les mises en œuvre, des dispositifs qui les matérialisent, et des normes qui encadrent les pratiques qui leur sont liées* » (Ibid. p.60). Cette synchronisation agit sur tous les acteurs, qu'ils soient webspectateurs, fournisseurs de contenus ou annonceurs. Chacun étant encastré dans le dispositif créé par la plateforme, dans un rapport d'opacification de leurs relations asymétriques, à l'intérieur desquelles une série d'injonctions leur sont délivrées pour "profiter pleinement" de leur position. Parce que tous les protagonistes sont primordiaux au bon fonctionnement du processus, les conseils et les outils d'analyse que la plateforme met à leur disposition ont pour but d'optimiser le dispositif plus qu'à les aider à y trouver leur compte, même si un certain nombre y parvient. Les data-brokers achètent et vendent les données auprès de YouTube pour les exploiter auprès de leurs clients. La matière première étant les utilisateurs de la plateforme. En échange de la gratuité du service, toutes leurs données sont collectées. Le

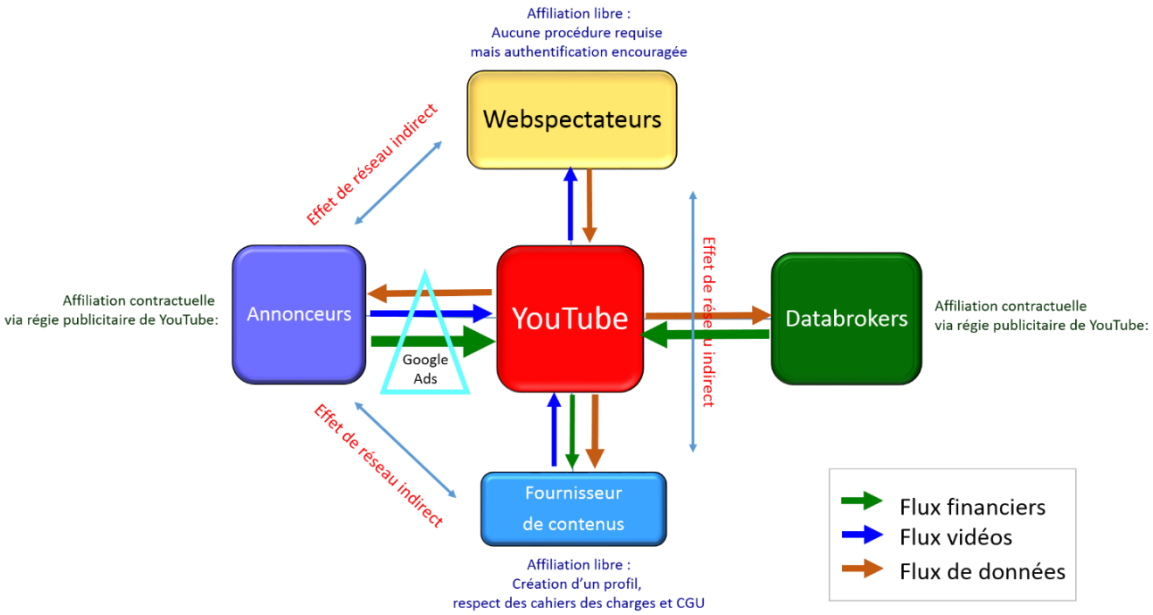
[382] MOHSIN maram, Oberlo 2021, YouTube statistiques. En ligne : https://www.oberlo.fr/blog/YouTube-statistiques

[383] CGU YouTube : En ligne : https://www.YouTube.com/static?template=terms&hl=fr&gl=FR

[384] ELANGO Dinesh, Social Media Video Creators Monetization and Business on YouTube (January 24, 2019). Accessible en ligne : https://ssrn.com/abstract=3320253 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3320253

marché semble ainsi s'ouvrir à des acteurs qui en étaient exclus jusqu'à présent : petits annonceurs, producteurs amateurs, sujets invisibilisé jusqu'alors… Il modifie en profondeur l'importance de l'individu en tant qu'entité essentielle de la communauté, en les reliant les uns les autres par l'intermédiaire de l'écran.

Figure 60 : Schéma des liens multi-versants organisés par YouTube



D'après les sources de Vincent Bullich[385]

YouTube propose des lots de 1000 vues aux publicitaires et ceux-ci choisissent en fonction de leur cible les vidéos sur lesquelles ils souhaitent se positionner. Ils font ainsi monter ou descendre les enchères, faisant varier les RPM de 0.5€ à plus de 10€. Certaines vidéos rapportent peu. Celles qui s'inscrivent dans un environnement « *bankable* » peuvent être rentables, comme celles traitant de la finance, du marketing digital, des cryptomonnaies. Le sujet de la politique n'est pas celui qui rapporte le plus, car il permet de potentiellement développer l'esprit critique des webspectateurs qui auront tendance être moins perméables aux messages publicitaires[386]. Il augmentera aussi la conscientisation des internautes sur les effets perturbateurs de la publicité, ce qui les incitera à installer des bloqueurs de publicités comme AdBlock ou Ublock pour les supprimer de leur navigation ; 44% en sont équipés en 2020[387].

Google Ads est l'outil principal qui permet de générer le plus de bénéfices. C'est une plateforme dans la plateforme. Grâce à des mots clefs et un ciblage très précis des utilisateurs, tous les annonceurs, du plus petit au plus gros, ont la possibilité d'atteindre leurs prospects. Puisqu'ils payeront aux clics et qu'ils peuvent définir leur budget, l'accès est ouvert à presque tout le monde. Conséquence, les acteurs traditionnels voient leurs revenus s'effondrer, tels que la presse qui a perdu 71% de ses recettes en vingt ans[388] tandis que celui de YouTube explose (Fig.61).

---

[385] BULLICH Vincent ? « Plateforme, plateformiser, plateformisation : le péril des mots qui occultent ce qu'ils nomment », Questions de communication, 40 | 2021, mis en ligne le 01 juin 2022, consulté le 19 juillet 2022. URL : http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/27413

[386] FERRY Victor "Combien m'a rapporté la campagne présidentielle ?" à 15'10" 24/04/22, en ligne : https://www.YouTube.com/watch?v=l6pI3t1GM9U&t=1s

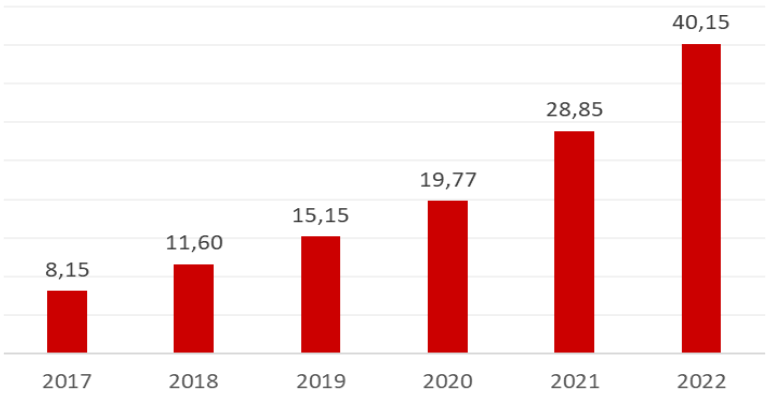
[387] Étude Digital Rapport : En ligne : https://www.cbnews.fr/etudes/image-44-francais-utilisent-bloqueurs-publicite-49496

[388] ALCARAZ Marina, Les Echos : « En vingt ans, les Gafa ont laminé les médias historiques » 25/07/2018

Pour monétiser les vidéos d'une chaine, le créateur doit répondre à cinq conditions indispensables[389] :

- Avoir un compte AdSense et renseigner ses informations fiscales
- Avoir au minimum 1000 abonnés
- Cumuler 4000 heures de visionnage sur les 12 derniers mois
- Avoir la double identification activée grâce à un code reçu sur son portable
- Choisir que ses vidéos soient publiques

Figure 61 : Chiffre d'affaires publicitaire annuel de YouTube 2017/2021



Source Statista (en milliards de dollars)

Les revenus dépendent donc d'une mise en ligne fréquente et régulière de contenus structurés et s'adressant à un public conséquent. Pour y parvenir, il faut fournir un travail intense sans compter ses heures en évitant le burn-out[390]. Travaillant souvent seul ou en petite équipe, les créateurs sont multitâches et doivent s'occuper de tout, de l'idée de la vidéo, son écriture, le tournage, la postproduction et le suivi.

Le calcul des rémunérations est opaque, mais prend en compte le nombre d'abonnés, de total de vues et la durée de visionnage de chaque vidéo, ce qui permet à quelques grosses chaines de générer de bons pactoles tandis que la très grande majorité n'obtiendra aucune rémunération. Mais celle-ci n'est pas l'unique moteur des créateurs amateurs. Le plaisir de partager, de communiquer, d'apprendre, sont aussi des motivations intrinsèques[391]. C'est pourquoi autant de personnes mettent en ligne leurs vidéos sans attendre une quelconque rémunération.

Et ceux qui cherchent à se professionnaliser ne sont pas suffisamment rémunérés par la plateforme, quand bien même leur chaine rencontrerait une bonne audience. C'est pourquoi, beaucoup se tournent vers des soutiens collaboratifs via des plateformes de crowdfunding telles que Ulule[392], Kisskissbankbank[393],

---

389 Vidéo "Monetisation YouTube, les nouvelles règles 2022 : posté le 25 mars 2022 https://www.YouTube.com/watch?v=bFmZMIQyLQU

390 - VALLÉE Pauline: « Dépression, burn-out, surmenage… Les Youtubeurs ont-ils le blues ? » Télérama sept 2019 https://www.telerama.fr/medias/depression,-burn-out,-surmenage...-les-YouTubeurs-ont-ils-le-blues,n6117925.php
- MAILLÉ Pablo: Quatre YouTubeurs témoignent : "Je passais mes soirées à travailler jusqu'à 3 ou 4 heures du matin" https://www.telerama.fr/medias/quatre-YouTubeurs-temoignent-je-passais-mes-soirees-a-travailler-jusqua-3-ou-4-heures-du-matin,n6134758.php

391 TÖRHÖNEN, Maria, SJÖBLOM, Max, HASSAN, Lobna, *et al.* "Fame and fortune, or just fun? A study on why people create content on video platforms". *Internet Research*, 2020, vol. 30, no 1, p. 165-190.

392 https://fr.ulule.com/

393 https://www.kisskissbankbank.com/

Patreon[394], Utipe[395] ou Tepee[396]. Celles-ci proposent de faire le lien entre les créateurs et leur public pour soutenir leur travail grâce à une rémunération ponctuelle ou régulière. C'est une sorte d'abonnement engagé qui aide à faire de YouTube un média proposant des contenus de qualité qu'on ne trouve pas chez les diffuseurs historiques. Ces rémunérations donnent une grande liberté au créateur. Rodolph Meyer[397], le créateur de la chaine "le reveilleur"[398], dont les vidéos expliquent les questions énergétiques liées au changement climatique, déclare percevoir environ 4000€ chaque mois de ses souscripteurs, ce qui lui permet de se verser un salaire d'environ 2300€ net mensuel. Cela lui permet de se consacrer entièrement au contenu, et de pouvoir y passer du temps. Chaque vidéo lui prend largement deux semaines pour rassembler les informations, écrire l'épisode, le tourner et le mettre en ligne sur son site et sa chaine YouTube, en indiquant toutes les sources nécessaires. *« Ça arrive sur la chaîne de ne pas avoir de vidéo pendant deux ou trois mois et je continue d'être payé à la fin du mois ».* Ce petit cercle de financeurs constitue de fait une communauté sur laquelle il peut éventuellement compter. *« Je sais que si demain, je fais un gros projet, ou si demain, je suis dans la merde, je pourrais dire : écoutez là, j'ai besoin d'un coup de pouce supplémentaire »,* il pourra s'appuyer sur elle. Ce financement lui apporte une liberté enviable : *« Je suis le journaliste scientifique le plus libre de France, quelque part. Je n'ai pas de ligne édito, on ne m'impose pas de sujet, je n'ai pas de deadline… ».* Les revenus de la plateforme ne représentent qu'un dixième de ses revenus totaux (environ 400€). C'est pourquoi il ne se sent pas dépendant d'elle.
Pour se diversifier et accroitre leur visibilité, les créateurs de contenu font des partenariats avec d'autres médias ou institutions. Rodolphe Meyer s'est associé au journal *Le Monde* pour coproduire 3 vidéos sur sa thématique[399]. *Le Monde* a financé les animations tandis que lui apportait le contenu et la réalisation. Une opération qui permet de booster le nombre de vue et de recruter de nouveaux abonnés. *« Je pense que sur "ma carrière", ou ma trajectoire, ça aura une influence, cette opportunité* » reconnait-il.

Ce qui motive ses "*backers*" (anglicisme qualifiant les donateurs), ne sont pas les potentielles contreparties (qu'il ne propose d'ailleurs pas), mais bien de soutenir son travail jugé essentiel pour comprendre les enjeux à venir sur les questions climatiques. Car tout son contenu est visible par tous, sans contrepartie. C'est ce modèle économique qu'ont choisi aussi les journalistes du Média[400] ou de Blast[401], qui revendiquent un contenu gratuit pour tous, *indépendant des puissances industrielles et financières*, soutenu par une communauté d'abonnés "militants" qui souhaitent que les informations générées pas ces sites puissent servir de contre-pouvoir. "*Engagé en faveur des causes sociales et écologiques, féministes et antiracistes, ouvertement progressiste et humaniste, le Média propose un regard différent par rapport à celui véhiculé par les médias dominants*" revendique le Média[402]. Sur YouTube, la plateforme n'est qu'une source de

394 https://www.patreon.com/fr-FR
395 https://www.utip.io/
396 https://fr.tipeee.com/
397 Entretien effectué le 12 aout 2022
398 @LeReveilleur · 202 k abonnés · 99 vidéos https://www.youtube.com/@LeReveilleur
399 *Le Monde* : Comment le réchauffement climatique va bouleverser l'humanité (ft. Le Réveilleur) '1,2 millions de vue mise en ligne le 11 juil 1921
400 Chaine le média : https://www.lemediatv.fr/
401 Blast info : https://www.blast-info.fr/
402 @LeMediaOfficiel · 1 M d'abonnés · 3,3 k vidéos. À propos : https://www.YouTube.com/c/LeM%C3%A9diaOfficiel/about

financement parmi d'autres. Chacun mettant en place avec son public des dispositifs qui viennent combler un système jugé défaillant d'aide à la presse par l'état[403].

YouTube se nourrit de la profusion. Jamais trop de contenus, les créateurs de contenu alimentent l'appétit des webspectateurs avides de programmes frais, ou qui cherchent à satisfaire leur curiosité ou leur intérêt pour un sujet spécifique ; ils multiplient les occasions de contacts pour les annonceurs et ils renforcent l'hégémonie de la plateforme. Avec aujourd'hui près de 30 000 heures de vidéos téléchargées chaque heure dans le monde sur les serveurs de YouTube[404], l'image d'une vidéothèque universelle, disponible à tout moment, peut s'imposer. D'autant que tous types de vidéos sont déposés sur les serveurs : des archives anciennes ou contemporaines, des créations, des musiques, des cours en ligne, des tutoriels… dans toutes les langues. C'est la base de données vidéo la plus importante du monde, dont YouTube a prévu la possibilité de contenir environ 73 millions de milliards d'adresses possibles[405] de vidéos. De quoi anticiper l'afflux massif de téléchargement. Restera à régler la problématique du stockage (disques durs) et de consommation électrique pour faire fonctionner tous les serveurs, ce qui est un vrai problème. Les historiens du futur mesureront combien ce débordement communicationnel a contribué au dérèglement climatique, en espérant que tout ce contenu numérisé ne disparaisse pas dans une virtualité indéchiffrable.

Toutefois, pour que tout ce contenu soit facilement accessible, leur seule présence ne suffit pas. Tout ce matériel, ce contenu, doit être décrit, indexé et catégorisé de diverses manières pour d'être stockable, identifiable, récupérable et donc visualisable. Après quoi, grâce aux algorithmes, les vidéos sont liées à d'autres, classées en fonction de leur popularité relative (nombre de vues, de like, de commentaires, de partages, temps de visionnage). Dès sa première visualisation, une vidéo peut déclencher des approbations, des désapprobations ou des débats, voire même être signalée, et par conséquent supprimée, pour avoir été jugée inappropriée. Alors que la description, l'indexation et la catégorisation sont des procédures d'exploitation standard pour les archives traditionnelles telles l'INA, (l'Institut national de l'Audiovisuel), quoique d'une manière différente et plus systématique et normative, les différents actes de participation, et la génération de métadonnées qui en découle, constitue un média d'un nouveau type. Ce patrimoine a le rôle essentiel de témoin sociologique et culturel du 21e siècle. Pourtant, l'enjeu de la plateforme n'est pas institutionnel. Le remplacement de structures publiques au service du bien commun par des compagnies privées pose question. Est-ce au secteur privé d'accumuler des archives dont l'usage sera en grande partie public ?

Si l'algorithme de YouTube a été soupçonné de favoriser la radicalisation[406], il a été blanchi en montrant qu'il luttait plutôt contre, et orientait en priorité les usagers vers les chaines les plus populaires en rapport aux chaînes YouTube indépendantes, et non pas celles qui propagent quantité de fake news[407]. Pour autant, la configuration américaine diffère largement de celle de l'Europe. Les USA accentuent les clivages jusqu'aux

---

[403] LE FLOCH Patrick. « La régulation de la presse entre les corporations et l'État », *Le Temps des médias*, vol. 6, no. 1, 2006, pp.

[404] PIGNOL Juliette, « Chiffres YouTube 2021 » BDM, en ligne https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-YouTube/

[405] Voir la vidéo de la chaine « Techniquement ce qu'il faut savoir » en ligne https://www.YouTube.com/watch?v=gU1yEXCFbqk

[406] HORTA RIBEIRO Manoel, OTTONI Raphael, WEST Robert, ALMEIDA Virgílio A. F, and MEIRA Wagner. 2020. Auditing radicalization pathways on YouTube. In Proceedings of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FAT* '20). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 131–141. https://doi.org/10.1145/3351095.3372879

[407] LEDWICH Marc, ZAITSEV Anna. "Algorithmic extremism: Examining YouTube's rabbit hole of radicalization"- arXiv preprint arXiv:1912.11211, 2019 - Cornell university 2019. en ligne arxiv.org https://arxiv.org/abs/1912.11211v1

médias mainstreams tels que Fox News, qui se revendique presque comme un média de soutien au parti républicain et à son « extrémisation ».

Pour comprendre les croisements de données et leur importance dans les résultats des recommandations, trois ingénieurs de Google (Paul Covington, Jay Adams et Emre Sargin) ont publié en 2016, les 7 facteurs qui déterminent le calcul de la recommandation et de la mise en avant de vidéos[408] :

- La durée de visionnage : le temps total cumulé que les utilisateurs passent à regarder une vidéo.
- Le nombre de vidéos provenant d'une chaîne YouTube qu'un utilisateur a précédemment regardées.
- La fréquence à laquelle l'utilisateur a regardé une vidéo sur un sujet spécifique.
- Son historique de recherche
- Ses visionnages antérieurs
- Les informations géographiques et démographiques de l'utilisateur (territoire, langue)
- Le taux de clic général des vidéos à la suite de la présentation de sa vignette.

Ces facteurs peuvent en effet jouer un rôle, mais les recherches de Bernhard Rieder et de son équipe apportent des précisions qui ne corroborent pas tout à fait les annonces des ingénieurs Google[409]. Il leur est apparu que l'algorithme de recommandation prenait fortement en compte les abonnements des utilisateurs ainsi que l'âge des vidéos, en positionnant favorablement les nouvelles au détriment des plus anciennes. En revanche, le nombre de vues, de likes ou de commentaires ne semble pas vraiment important.
Par contre, ce qui s'y dit a plus d'importance. Ce qui ressort de leur étude est la similitude d'approche entre l'algorithme PageRank de Google et le mécanisme de recherche de YouTube, conçu pour capter ce qu'ils appellent les "moments d'actualité". En effet, le volume de recherche et le volume de publication sur un sujet particulier semblent être cruciaux dans la variation des classements. Car, ce qui se passe dans la société, dans l'actualité, fait l'objet de recherches et de commentaires spécifiques de la part des webspectateurs, tandis que les créateurs s'en saisissent pour produire des vidéos sur ce thème, qui sont alors poussées par la plateforme.
Une des tendances de YouTube serait donc de résonner « à l'unisson » de la société dans laquelle elle est implantée, en faisant remonter les vidéos polémiques (même si leur nombre de vues est limité) dans le but de susciter des réactions et du trafic. Il est donc nécessaire d'intégrer la plateforme dans un écosystème plus large, sur lequel elle s'appuie. Toutes les données fournies par les utilisateurs aux algorithmes de YouTube orienteront le type de contenu qu'ils pourront visionner. « *Nous ne regardons plus le cinéma ou la télévision ; nous surveillons les bases de données* » affirme même Geert Lovink pour aborder le changement de paradigme que YouTube impose à travers son organisation algorithmique[410]. Ce tournant anthropologique lui semble un changement fondamental dans la façon dont les images sont reçues aujourd'hui. Parler de YouTube en termes de base de données est sans aucun doute une description adéquate du back-office permettant aux utilisateurs de téléverser, rechercher, trouver et récupérer des fichiers d'images animées sur

---

[408] COVINGTON Paul, ADAMS Jay, and SARGIN Emre. 2016. Deep Neural Networks for YouTube Recommendations. In Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems (RecSys '16). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 191–198. DOI:https://doi.org/10.1145/2959100.2959190

[409] RIEDER, Bernhard, MATAMOROS-FERNÁNDEZ, Ariadna, et COROMINA, Òscar. From ranking algorithms to 'ranking cultures' Investigating the modulation of visibility in YouTube search results. Convergence, 2018, vol. 24, no 1, p. 50-68.

[410] LOVINK Geert et NIEDERER Sabine, "Video Vortex Reader: Responses to YouTube", Institute of Network Cultures, Amsterdam 2008, introduction page 9

le site. Ce n'est cependant pas la conception que les utilisateurs ont de YouTube, et probablement pas celle qui leur vient intuitivement à l'esprit, car les objets numériques traités sont en fait perçus non pas comme des ensembles de données, mais comme des films, des clips, des émissions de télévision, etc… en d'autres termes, des vidéos. YouTube est à l'image de Google : un moteur de recherche de vidéos. Et son algorithme est une adaptation de celui de son grand frère PageRank, qui prend en plus en compte l'historique de visionnage, considéré comme l'expression des goûts de l'utilisateur.

Pour analyser YouTube, il est essentiel de prendre en compte son caractère hybride et hétérogène, ainsi que son infrastructure technologique et son interface utilisateur. YouTube, en tant qu'infrastructure multifonctionnelle, offre de nombreuses possibilités d'utilisation et de réutilisation. Elle gère un flux constant de données qui transcende sa propre plateforme et se retrouve sur de nombreux autres réseaux sociaux. L'utilisation de YouTube consiste à naviguer dans sa base de données de contenus, que ce soit en effectuant des recherches directement sur le site ou en cliquant sur des listes de vidéos disponibles ou tout autre site web diffusant des vidéos à partir de sa base de données. La gestion hybride de l'information joue un rôle crucial dans la récupération et la présentation des vidéos.

3.6 Du contenu foisonnant qui sert la connaissance et le débat public

Avant de se pencher sur une chaine en particulier, voyons d'abord quelles sont les typologies de programmes téléversés et visionnés sur YouTube, et comment la plateforme les indexe et les structure. Au départ, YouTube utilisait quatre catégories de popularité pour classer le contenu, sans aucun recours à la personnalisation ou à la localisation. Ces listes classées ont progressivement disparu avec l'introduction de systèmes de recommandation personnalisés et localisés. Néanmoins, ces quatre catégories de popularité offrent un aperçu de la façon dont les mesures des médias sociaux renforcent non seulement l'importance de la popularité, mais aussi la notion de popularité elle-même. Les métriques sur les plateformes de réseaux sociaux ne sont pas seulement descriptives ou représentatives, elles sont également performatives[411]. Chaque définition de la popularité génère une emphase différente qui à son tour façonne le caractère du contenu téléversé. Les utilisateurs, souhaitant attirer l'attention à grande échelle sur YouTube, reproduisent le format et le style d'un contenu hautement classé, essayant de « jouer » avec les paramètres délimités par les métriques de popularité. Cela signifie qu'un style uniforme peut se répandre, qu'un formatage du contenu se propage au détriment de la diversité formelle[411] et que les contenus non conformes au paradigme de la popularité attirent beaucoup moins d'attention sur la plateforme ; mais aussi, que des contenus plus spécifiques ont aussi leur place, notamment pour faire connaitre des points de vue plus confidentiels, atteignant, grâce à la plateforme, un public de niche qui s'y reconnaitra. S'il est excessif de dire que YouTube est un site citoyen, on peut quand même émettre l'hypothèse que la plateforme permet aux groupes minoritaires, voire marginalisés, de s'exprimer dans le domaine de la culture populaire. Cela signifie aussi que YouTube, tout en étant un catalyseur potentiel et un amplificateur de diversité, n'offre pas la garantie d'un public engagé et empathique, mais qu'elle ne l'empêche pas non plus, comme nous le verrons lors de notre analyse des commentaires d'une vidéo de #DataGueule.

[411] ALEXANDRE Olivier. « YouTube ou l'imaginaire sous contrôle. Voyage dans les images formatées et monétisées des Youtubeurs », Revue du Crieur, vol. 1, no. 1, 2015, pp. 122-127.

Alors que certaines vidéos deviennent des succès presque instantanés, d'autres connaissent une augmentation croissante de l'attention. Mais la grande majorité parvient à susciter un intérêt limité, voire inexistant. Face à une distribution de popularité aussi inégale et à des modèles d'évolution de popularité hétérogènes, il n'est pas évident de comprendre les « recettes » du succès de certaines vidéos. L'analyse des phénomènes de popularité des vidéos effectuée par Meeyoung Cha et son équipe est très instructive pour comprendre les dynamiques de succès des vidéos sur la plateforme[412]. Tout d'abord, elle compare le type de production des catégories « divertissement » et « science & techno » de YouTube à celle des films cinématographiques composant le catalogue de plus de 60.000 titres de Lovefilm et Netflix.. Le but est de comparer une production « amateur » type YouTube, à celle professionnelle des films de fictions ou documentaires de Lovefilm[413]. L'analyse fait ressortir plusieurs constatations :

- Si 90% des réalisateurs professionnels publient moins de 10 films durant leur vie, 90 % des « amateurs » mettent en ligne moins de 30 vidéos sur YouTube. Or, 99% des vidéos sur YouTube durent moins de 10 minutes tandis que la durée médiane des films dans Lovefilm est de 94 minutes. Sans compter le poids de l'organisation technique et économique, on peut donc considérer que les réalisateurs de films produisent trois fois plus d'images que les créateurs de contenu de YouTube, ce qui pouvait paraitre contre-intuitif. De plus, la technicité des vidéos produites pour YouTube est beaucoup plus simple et intègre une économie de moyen et de budget comparée à celle des films de Lovefilm.
- 10 % des vidéos les plus populaires représentent près de 80 % des vues, tandis que les 90 % de vidéos restantes représentent un total de 20 % des requêtes. Le visionnage quotidien se concentre sur un petit nombre de vidéos, l'argent profitant principalement à ceux qui détiennent déjà une bonne notoriété. Les vidéos les plus populaires connaissent leur pic d'attention au cours des premiers jours suivant leur sortie.
- Les utilisateurs ne sont pas plus enclins à noter les vidéos populaires que les vidéos impopulaires. Alors que 54 % de toutes les vidéos sont notées, seul 0,22 % du nombre total de webspectateurs les notent. Il n'y a donc pas d'effet d'entrainement des likes quand une vidéo rencontre du succès.
- Si les webspectateurs semblent légèrement plus intéressés par les nouvelles vidéos, 80% des vidéos demandées un jour donné datent de plus d'un mois, et ce trafic représente 72% du total des requêtes. La popularité des vidéos YouTube peut être éphémère et ne semble pas influer sur l'accroissement de leur succès.
- Il n'y a pas de corrélation entre la popularité d'une vidéo et la période d'activité de la vidéo. Des vidéos à forte audience peuvent ne plus être actives après quelques mois, tandis que d'autres, moins populaires, au départ, accumulent une forte audience au fil des mois et certaines anciennes vidéos apparaissent même dans la liste des plus populaires. Les vidéos récentes peuvent changer très rapidement de positions de classement, tandis que les anciennes vidéos ont une évolution beaucoup plus faible, ce qui indique une classification plus stable pour les anciennes vidéos. Il faut noter que la probabilité qu'une vidéo donnée soit demandée diminue fortement avec le temps, car elle est moins remontée dans l'algorithme de suggestion.

---

[412] CHA M., KWAK H., RODRIGUEZ P, Y. -AHN Y. and MOON S, "Analyzing the Video Popularity Characteristics of Large-Scale User Generated Content Systems," in *IEEE/ACM Transactions on Networking*, vol. 17, no. 5, pp. 1357-1370, Oct. 2009, doi: 10.1109/TNET.2008.2011358.

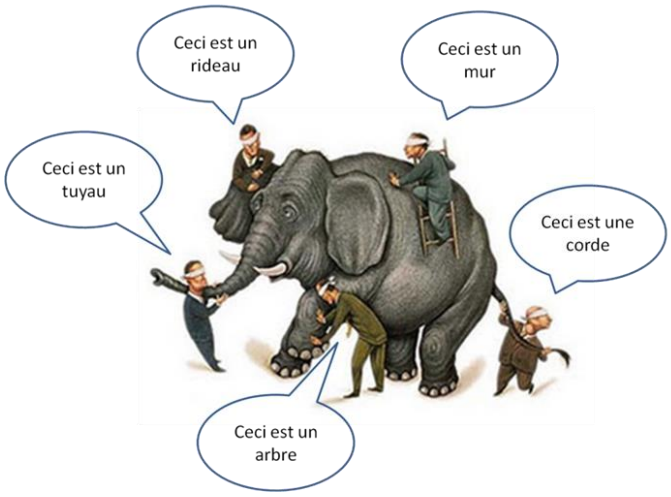
[413] Voir historique de Lovefilm sur Wikipedia en ligne : https://fr.wikipedia.org/wiki/Lovefilm

- Enfin, pour qu'une vidéo puisse cumuler un grand nombre de vues, les résultats de la première journée de diffusion sont importants. Si une vidéo n'a pas été cliquée au cours de sa première journée, il est peu probable qu'elle reçoive de nombreuses demandes à l'avenir.

La structure de l'audience YouTube est donc aussi (voir plus) complexe à appréhender que celle des chaines de télévision historiques qui diffusent leurs programmes dans des durées beaucoup plus étroites et vers un public beaucoup plus restreint dont on ne sait jamais s'il regarde l'écran. Le dispositif de mesure Audimat négocié entre les diffuseurs français étant un repère plutôt qu'une mesure effective.

Face à l'immensité du nombre de vidéos enregistrées sur les serveurs de YouTube, comment avoir une image de leur répartition sur la plateforme ? En 2015, les estimations vont de 80 millions à plus de 3 milliards de vidéos[414], c'est dire la difficulté à comptabiliser la masse des vidéos disponibles. Pourtant, connaitre le nombre de chaines YouTube, de vidéos stockées dans les serveurs, le nombre de vues cumulées et le nombre et le type d'utilisateurs apporterait un éclairage sur l'impact de la firme sur le monde. Il semble actuellement impossible de récupérer et d'analyser les données de toutes les vidéos hébergées sur YouTube tellement le temps réel les rend instables. L'éparpillement des serveurs et la quantité de données qu'ils contiennent surpassent les capacités techniques de les traiter[415]. À l'image de la parabole indienne des aveugles et de l'éléphant, si nous ne pouvons pas distinguer l'image globale de notre sujet d'étude, il est probable que nous soyons trompés par les données observées.

Figure 62 :
Illustration de la parabole des aveugles et de l'éléphant



Ce qui semble plus abordable est la compilation d'échantillons représentatifs de données de l'ensemble de YouTube. Plusieurs chercheurs s'y sont attelés et leurs résultats compilés nous permettront d'obtenir une image s'approchant de la réalité.

En 2018, Mathias Bärtl explore les champs des contenus de la plateforme sur la base d'un échantillon aléatoire de données (chaînes et vidéos) récolté grâce à un scripte permettant de remonter aux 10 dernières années, afin de mesurer l'évolution de l'offre et de la consommation des vidéos[416]. Son travail met en avant le contraste entre les genres vidéo, en termes de chaînes, de mise en ligne de vidéos et de vues.

L'analyse de Bärtl est basée sur les données de 19.025 chaînes, couvrant 5.591.400 vidéos téléchargées entre 2006 et 2016, obtenues via l'interface de programmation d'application (API) de YouTube, et en appliquant des techniques d'échantillonnage statistique qui, selon l'auteur, peuvent être considérés comme représentatifs pour l'ensemble de YouTube. Pour ces 19 025 chaînes incluses dans sa recherche, il affirme que la marge d'erreur maximale est de moins de 1% sur 99% des données récoltées (ibid. p.22). Malgré tout,

[414] VONDERAU, Patrick. The video bubble: Multichannel networks and the transformation of YouTube. Convergence, 2016, vol. 22, no 4, p. 365.

[415] WU, Xindong, ZHU, Xingquan, WU, Gong-Qing, et al. Data mining with big data. IEEE transactions on knowledge and data engineering, 2013, vol. 26, no 1, p. 97-107.

[416] BARTL Mathias. "YouTube Channels, Uploads and Views: A Statistical Analysis of the Past 10 Years." *Convergence* 24, no. 1 (February 2018): 16–32. https://doi.org/10.1177/1354856517736979

il faut prendre ses résultats comme une photographie approchante de la réalité ; d'autres chercheurs comme Bernhard Rieder ont exploré d'autres voies avec des résultats qui viennent compléter ce tableau[417].

Actuellement, 16 catégories différentes servent à étiqueter les différentes chaines et vidéos sur la plateforme :

- Autos & Véhicules	- Style & Tuto	- Divertissement	-News & Politique
- Comédie	- Musique	- Film & Animation	-Association & Activisme
- Education,	- Sports	- Gaming	-People & Blogs
- Shows	- Animaux	- Voyages et événements	-Science et technologie

En théorie, les chaînes et les vidéos peuvent être étiquetées indépendamment les unes des autres (par exemple, une chaîne de divertissement peut mettre en ligne une vidéo étiquetée comme comédie). Cependant, selon l'auteur, 75 % de toutes les chaînes attribuent la même catégorie à au moins 80 % de leurs vidéos, ce qui permet de prendre la catégorie de la chaine comme référence.

Dans le cadre de notre recherche, nous cherchons à révéler le pouvoir d'encapacitation politique et subpolitique de certaines vidéos auprès des jeunes adultes. Comme nous l'avons vu, le nombre de vidéos est tellement important qu'il nous faut préciser celles qui nous semblent entrer dans cette rapide description et qui apportent un apprentissage informel[418].

Nous nous servirons donc des catégories proposées par YouTube, en cherchant au sein de chacune d'elles, si les vidéos qui la constituent ont cette capacité. Pour appuyer notre démonstration et augmenter la lisibilité des données en notre possession, nous regrouperons dans une catégorie générique que nous appellerons "Connaissance" (au singulier et avec une majuscule), les catégories de chaines qui transmettent de la connaissance et des informations utiles à la compréhension de notre monde. Ce sont celles qui décryptent et livrent des analyses sur une multitude de sujets, touchant à l'histoire, la technique, la santé, la politique, les sciences et la découverte du monde, celles qui permettent de découvrir les cultures d'autres pays, et enfin celles qui montrent comment faire une multitude de tâches grâce à des tutoriels. Comme le dit Philippe Breton ; « *il y a différents savoirs, qui relèvent chacun d'une heuristique particulière et qui découpent ainsi le réel en zones épistémologiques distinctes* »[419]. La rhétorique étant le moyen de faire le lien entre elles, tout en assurant une précision et une honnêteté du discours. Ceux-ci font émerger une opinion qui, « *dans une société démocratique, ouvre un large espace pour le politique, c'est-à-dire pour les trois genres que recouvrent l'opinion, la gestion des affaires publiques, le judiciaire, le débat de société* » (ibid. p.54) :

- La catégorie "Education" s'impose d'emblée dans son rôle de transmettrice de connaissance par le biais de cours, d'explication de notions scolaires et universitaires, et d'échange de valeurs éducatives. Plusieurs recherches montrent que l'apprentissage par les vidéos est aussi efficient que celui fait en présentiel[420]. De grandes universités mettent à disposition des cours prestigieux sur les chaines

[417] RIEDER B., COROMINA Òscar, & MATAMOROS-FERNANDEZ Adriana. "Mapping YouTube : A quantitative exploration of a platformed media system". First Monday, 25(8). (2020)

[418] LANGE Patricia G. "Informal learning on YouTube". The international encyclopédia of media literacy, 2019, p.1.11

[419] BRETON Philippe. « La "société de la connaissance" : généalogie d'une double réduction », Éducation et sociétés, vol. no 15, no. 1, 2005, pp. 45-57.

[420] SANDOSS Ben Abid-Zarrouk et AUDRAN Jacques, « L'enseignement en ligne est-il efficace ? Le cas Pegasus », *Revue française de pédagogie*, 164 | 2008, 99-110.

spécialement créées sur YouTube, telle que les grandes universités d'Harvard[421], de Cambridge[422] ou EPICUR Inter-University Campus[423], un regroupement d'universités européennes.

- La catégorie "Association & activisme" permet aux organisations non gouvernementales de faire connaitre leurs missions, leurs programmes et leurs activités[424]. Par leur historique de création, les associations portent en elles les germes d'un esprit critique, surtout lorsqu'elles prônent un activisme militant et qu'elles produisent des vidéos bien construites[425].
- La catégorie "News & Politique" est celle des médias d'information, historiques ou seulement accessibles en ligne, qu'ils soient engagés ou non, de droite ou de gauche. Mais c'est celle aussi des partis politiques qui peuvent communiquer hors des médias Mainstreams en se dégageant de leurs agendas médiatiques[426].
- La catégorie "Science & technologie" est celle de la vulgarisation scientifique, dans laquelle certaines notions parfois complexes sont explicitées pour mieux s'en emparer, et qui permet aux webspectateurs d'appréhender leur vie dans notre monde parfois embrouillé[427]. C'est elle qui aborde les questions de santé, de sociologie, d'histoire, d'environnement, et augmente la culture scientifique nécessaire à détecter les messages scientifiquement aberrants.
- Enfin, les tutoriels sont des ressources d'apprentissage qui permettent à ceux qui les suivent de se former à une quantité de savoir-faire, qui vont de la maitrise d'outils, d'instruments ou de méthodes, de suivre pas à pas les étapes nécessaires à une réparation, une recette, un codage… Certaines bibliothèques commencent à répertorier les tutoriels pour les proposer à leur public, tellement ils commencent à remplacer les modes d'emploi lorsqu'il s'agit d'outil numérique[428]. Se servant de leur écran (screencast) ou de leurs gestes, les auteurs guident ceux qui les suivent, pas à pas, afin de reproduire leur résultat. Ils autonomisent les participants en leur prodiguant une connaissance à mettre en œuvre immédiatement. Selon le Pew Research Center, la moitié des utilisateurs américains affirme que ces vidéos sont très importantes pour les aider à faire des choses qu'ils n'ont jamais faites[429].

---

[421] En Ligne sur YouTube : https://www.YouTube.com/c/harvard

[422] En Ligne sur YouTube : https://www.YouTube.com/c/cambridgeuniversity

[423] Cofinancées par la Commission européenne en novembre 2019, le programme EPICUR rassemble 8 établissements d'enseignement supérieur de 6 pays européens différents. En ligne : https://learn.epicur.education/ilias.php?baseClass=ilrepositorygui&reloadpublic=1&cmd=frameset&ref_id=1

[424] WATERS Richard D. & JONES Paul M. Using Video to Build an Organization's Identity and Brand: A Content Analysis of Nonprofit Organizations' YouTube Videos, Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing, 2011, 23:3, 248-268, DOI: 10.1080/10495142.2011.594779

[425] VRAGA, Emily K., BODE, Leticia, WELLS, Chris, et al. The rules of engagement: Comparing two social protest movements on YouTube. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 2014, vol. 17, no 3, p. 133-140.

[426] BRISTELLE Antoine. « YouTube comme média politique : les différences de contenu entre interviews politiques classiques et émissions en ligne de trois représentants de La France insoumise », Mots. Les langages du politique, vol. 123, no. 2, 2020, pp. 103-121.

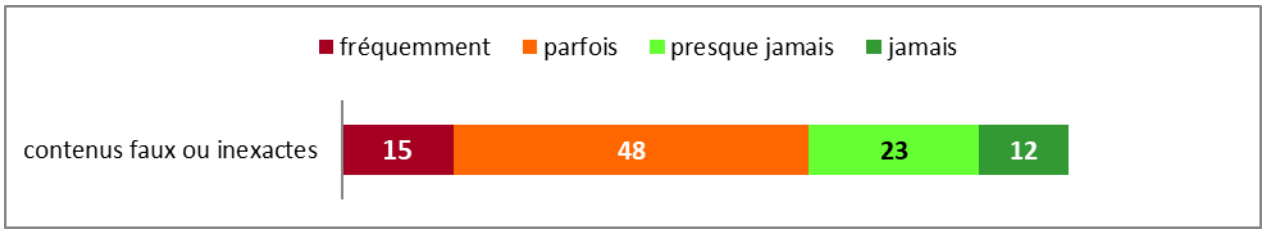
[427] CHEVRY PEBAYLE Emmanuelle, « Pratiques informationnelles des Youtubeurs scientifiques au service de la médiation du savoir », *Communication*, Vol. 38/2 | 2021

[428] BRUNO Patricia. "Tutoriels vidéo en ligne à la BCU de Fribourg : réflexion sur la mise en application de screencasts. 2011. Doctorat. Université de Fribourg.

[429] SMITH Aaron, TOOR Skye and VAN KESSEL Patrick, Pew Research Center, November, 2018, “Many Turn to YouTube for Children’s Content, News, How-To Lessons”. En ligne : https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2018/11/PI_2018.11.07_YouTube_FINAL.pdf

Il est évident que cette large catégorie n'est pas homogène. La qualité des vidéos est très variable en fonction des producteurs, de leur savoir-faire et de leur matériel. Mais surtout, les contenus sont hétéroclites. La question des fausses informations et des théories du complot est inévitable. Mais peut-elle biaiser ce regroupement et le rendre caduc, alors qu'il se veut assembler en son sein la Connaissance, à savoir des informations, vraies, justes et honnêtes ?
Selon le Pew Research Center, 63% des utilisateurs adultes affirment rencontrer fréquemment ou parfois ce type de désinformation, ce qui signifie qu'ils savent faire la différence entre les bons et les mauvais contenus. Les utilisateurs sont donc à même de faire la différence et de se préserver. Seulement 12% affirment ne jamais être confronté à ce type de contenu, cela signifie qu'ils ne seraient pas capables de les détecter. Ce faible taux est plutôt un signe positif dans la mesure où une grosse majorité des utilisateurs semble capable de différencier les contenus.

Figure N° 63 :
% d'utilisateurs adultes américains de YouTube qui rencontrent
des vidéos aux contenus faux ou inexacts



Sources Pew Research Center, 2018

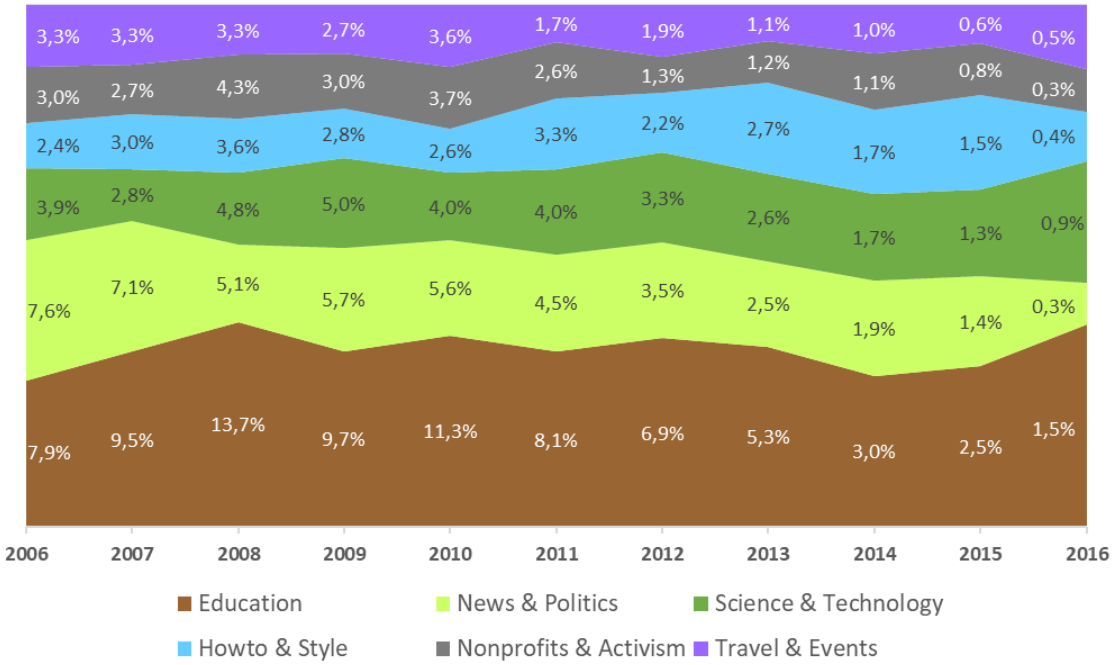
D'autre part, notre assemblage sert de délimitation "à grands traits" des contenus encapacitants. Confrontés à l'impossibilité de les identifier tous précisément, nous faisons l'hypothèse que les vidéos ne remplissant pas cette tâche (alors qu'elles sont incorporées à notre catégorie générique), sont compensées par d'autres, s'intégrant dans les catégories "personnes & blogs", "divertissement", "gaming", "comédie" ou "musique", qui peuvent aussi éveiller les consciences et provoquer des réactions politiques d'encapacitation. De ce fait, les données analysées nous paraissent cohérentes et peuvent servir notre démonstration.

Ce bloc connaissance étant défini, nous avons laissé telles quelles les catégories les plus importantes comme celles du "Divertissement", de la "Musique", du "Gaming", du "Sport" et des "People & Blogs". Elles représentent des usages plus ludiques, festifs, divertissants ou d'expression individuelle, qu'il nous faut distinguer de la Connaissance. Les 4 catégories restantes ("Auto & véhicules", "Comédie", "Films & animations", "shows" et "Pet & Animals") ont été regroupées dans une catégorie générique intitulée "Autre", car elle représente une proportion plus petite de chaines se concentrant sur la détente et les loisirs, souvent moins impliquant du point de vue de l'engagement citoyen.

D'un point de vue méthodologique, Mathias Bärtl ayant mis à disposition ses données brutes sur Internet[430], nous avons pu les retravailler afin de faire les regroupements nécessaires. Notre but étant de faire ressortir la catégorie générique "Connaissance" » de l'ensemble des autres chaines et voir quel poids elle a en comparaison des autres. Ce que montrent les analyses de Bärtl est l'évolution des catégories des chaines durant les 10 années de 2006 à 2016.

[430] https://elearning.hs-offenburg.de/moodle/course/view.php?id=3776

Figure 64: Répartition des créations de chaines formant le bloc « Connaissance » en pourcentage de l'ensemble des chaines créées



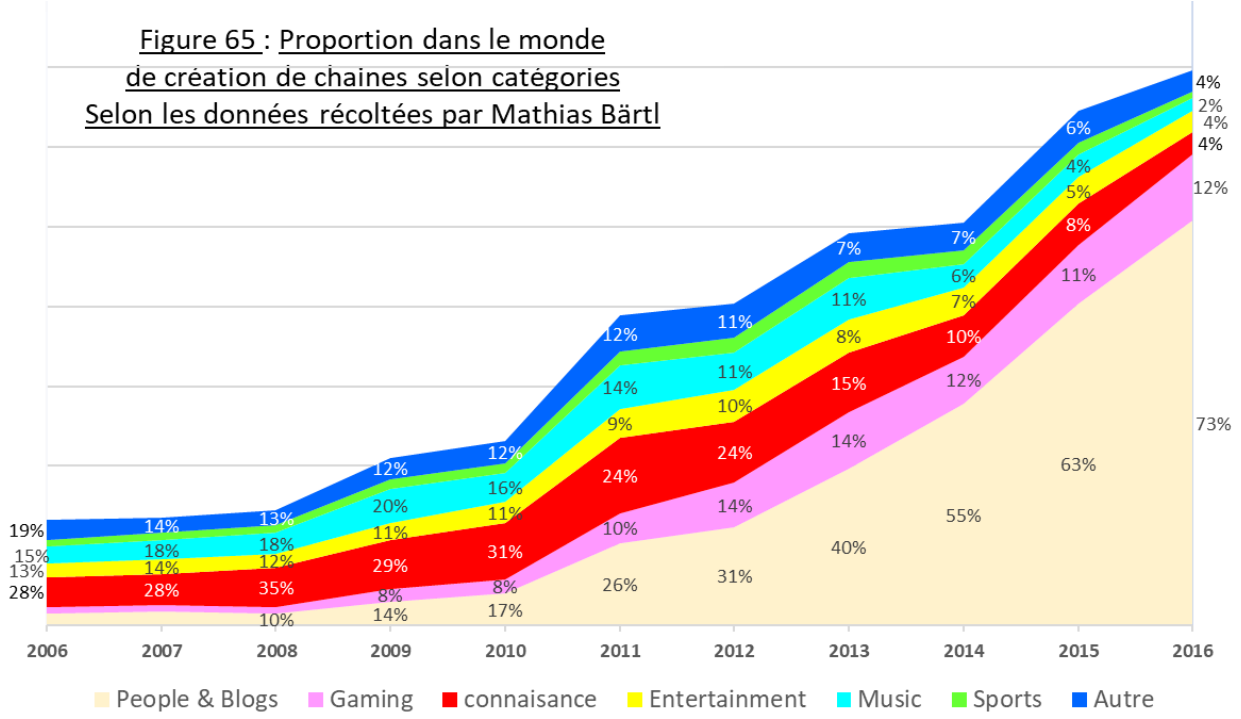
Sources : Bärtl, Mathias

La répartition des créations de chaines Connaissance sont assez stables si on les analyse par catégories (Fig.64). Même si leur pourcentage diminue à partir de 2013, ce sont elles qui ont stimulé la création de nouvelles chaines les 6 premières années. La plus importante est celle des vidéos éducatives, mises en ligne par les universités, les écoles et autres organismes de formation. Mais beaucoup sont aussi produites par de simples professeurs qui veulent aider les élèves ou les étudiants en partageant leurs connaissances. Les chaines News & Politics, des tutoriels ainsi que celles des sciences et technologies viennent en seconde position. Les chaines d'association Non profits ou de collectifs militants ainsi que celles concernant la découverte du monde restent minoritaires.

Mais regarder l'ensemble des créations de chaines donne une perspective différente (Fig.65). La première année est dominée par la création des chaines de Connaissance (28%) dont les chaines éducatives représentent près de 8% ainsi que celles de News & Politics. Suivent les chaines musicales (15%), de divertissement (13%) et de people & Blogs (12%), suivie par la Comédie (7%).

La catégorie "personnages et blogs", (dont le terme vidéo blog ou Vlog a été créé spécialement), prend un ascendant très important sur la création de nouvelles chaines à partir de 2010. Alors que cette catégorie atteint 73% des créations en 2016, les chaines de la connaissance ne sont plus qu'à 4%. Les chaines de Gaiming représentent 12%, la musique à 2%, le divertissement à 4% et les autres catégories ne rassemblent ensemble plus que 4%. C'est dire si l'égo-entrepreneuriat[431] a motivé une importante armée de jeunes talents à s'exprimer sur tous les sujets possibles.

[431] ALLARD, Laurence. YouTubeuse, YouTubeur, travailler à être soi-même à l'âge du talent numérique ? Études digitales, 2020, vol. 2019, no 7, p. 63-83.



Sources : Bärtl, Mathias.

Tous les thèmes initialement abordés sur les autres chaines sont pourtant aussi traités dans cette catégorie, mais ils le sont de manière incarnée et subjective, par l'intermédiaire de Vlogs dans lesquels le producteur est le transmetteur, au centre du dispositif narratif, avec sa vie en toile de fond, mise en scène sur la place publique.

Il devient donc plus difficile de distinguer le type de sujets traités, car cette catégorie générique inclut des contenus très hétérogènes, souvent réduits à une description autocentrée de l'existence ; celle d'amateurs, témoins, ou cherchant à l'être, tentant d'influencer ou d'interpréter les évènements qui les interpellent. Mais ce pourcentage majoritaire exprime de fait la capacité des individus à produire par eux même des contenus vidéo ; c'est-à-dire qu'ils ont appris les techniques de tournage, de postproduction et de mise en ligne indispensables à la création et à la diffusion de leurs contenus. Sans le savoir, elles ont participé à une sorte d'éducation populaire qui leur a donné un pouvoir d'agir très concret, pour communiquer aux autres leurs connaissances, leurs expériences ou leurs sentiments.

Cette multiplication des Vlogs n'assure donc pas leur succès d'audience ni une source de revenus systématique. Alors qu'une majorité de créateurs n'est pas très active et ne produit que peu de vidéos, les plus populaires se professionnalisent et récoltent des revenus importants. Il est à noter que ceux qu'on appelle les stars Youtubeurs, (tels que Norman, Cyprien Squeezie ou Remi Gaillard…) ne se positionnent pas dans cette catégorie, mais utilisent celle de la comédie, du divertissement ou du Gaming selon leur positionnement. Mais la catégorie n'étant pas affichée et facile d'accès, elle peut être biaisée et faire croire qu'elle fait partie des Vlog. S'ils sont une minorité, le phénomène stimule la volonté des autres pour trouver un modèle économique qui les fasse vivre de leur travail. Chacun est un potentiel producteur d'images et peut tenter de les faire voir d'un simple clic. YouTube devient même un verbe ou un adjectif nous dit Michael Strangelove, qui raconte qu'une de ses amies lui aurait suggérer de "Youtuber" une scène ("YouTube it") ou lorsque qu'un journaliste du Wall Street Journal titre un article "élection YouTube" à propos de l'élection de

la chambre de représentant de 2006[432]. Nous-mêmes utilisons aujourd'hui le terme de YouTubisation de la connaissance, pour définir le dispositif que nous étudions.
On voit que cette progression des vlogs de 600% en dix ans (de 13% à 73%) est le phénomène sous-jacent du succès de la plateforme en 5 ans d'existence. Cette catégorie révèle une prise en main des amateurs dans la proposition de contenus, même si progressivement, nous verrons que la professionnalisation de la production rebat les cartes et permet la concentration des audiences. Des amateurs, au sens de ceux qui aiment, cherchent, explorent et veulent contribuer à l'expressivité du monde dans lequel ils se trouvent. Nous retrouvons là le phénomène d'individualisation des rapports sociaux, exploré dans le chapitre 1.

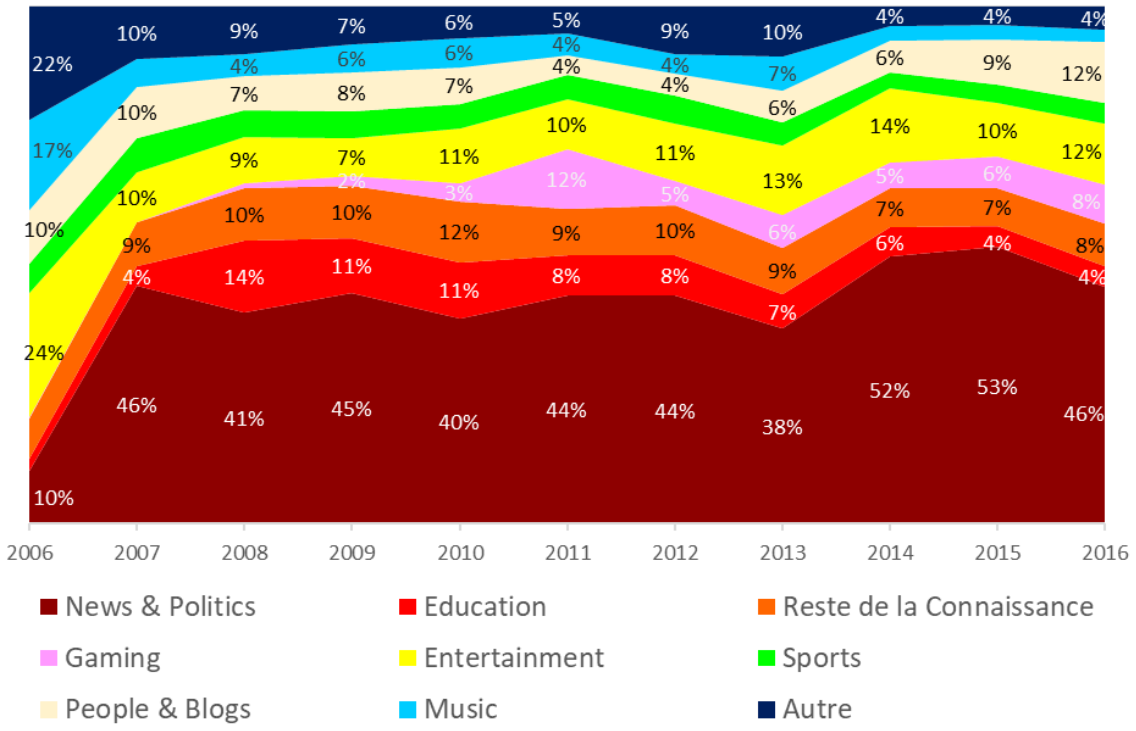
Chacun est désormais responsable de son destin individuel. Il doit être proactif pour réussir à se frayer un chemin. S'exprimer grâce à la vidéo est une voie possible qui permet de se faire voir, mais surtout de se regarder au second degré pour mieux découvrir, à travers son image, les points à développer, ceux à minimiser pour s'améliorer. Si, dans la construction de la personnalité, la comparaison avec ses pairs a toujours été une forme de calibrage social, cette mise en comparaison à grande échelle comporte certains risques. En effet, les modèles servant de miroir ne sont que virtuels et ont travaillé leur image comme celle d'une marque. La notoriété servant trop souvent de référence, elle peut se révéler oppressive à ceux qui cherchent à se comparer. Ces essais malheureux peuvent alors stopper la créativité de nombreux Youtubeurs ou Youtubeuses novices, qui après avoir créé leur propre chaine et mis en ligne quelques vidéos, abandonneront l'expérience, dont la simplicité initiale s'avère beaucoup plus compliquée à réaliser sur le long terme.

C'est pourquoi, lorsque Mathias Bärtl se penche sur le nombre de vidéos mises en ligne par les catégories, une tout autre image de la vidéothèque YouTube se révèle. Ces Vlogers et vlogeuses ne semblent pas aussi actifs que le nombre de créations de chaines pourrait le laisser penser (Fig.66).
En 2016, la catégorie des "People et Blogs" ne représente que 10% des vidéos mises en ligne, pour une moyenne de 8% sur l'ensemble de la décennie, très loin du pourcentage du nombre de chaines de cette catégorie. Rapportées à leur nombre de chaines, les mises en ligne de nouvelles vidéos sont très faibles et représentent, en moyenne, que 2 vidéos par ans. Beaucoup d'entre elles restent inactives ou publient très rarement. L'image d'un internet saturé de Vlog n'est donc pas valide. Si un grand nombre de personnes a testé l'expérience et s'est peut-être vu en « star d'un jour » jouissant de son quart d'heure de célébrité, la grande majorité ne l'avait pas dès le départ ou a abandonné ce projet. On peut dire que la pratique vidéo amateur trouve un espace à qui veut s'essayer, et permet ainsi à un grand nombre de personnes de s'auto-former à la fabrication d'images animées. Mais réussir à intéresser les autres est une autre affaire, autrement plus laborieuse.
À l'inverse, comme nous le montre la figure 66, la catégorie "Actualité & Politique" enregistre **46%** des téléversements en 2016 alors qu'elle crée ne représente que 4,5% des chaines YouTube. Rapporté au nombre de chaines, c'est une moyenne de 3 vidéos quotidiennement mise en ligne. L'ensemble de ces vidéos représentent 48% du contenu de YouTube, ce qui est très significatif.
Cette catégorie est composée d'une grande partie des médias traditionnels qui ont développé une offre en ligne, à l'image de celle du *Monde* ou de *#DataGueule* dont nous allons étudier quelques vidéos dans le

[432] STRANGELOVE, Michael. Watching YouTube: Extraordinary videos by ordinary people. University of Toronto Press, 2010.

prochain chapitre. Bénéficiant de moyens financiers supérieurs à ceux des Youtubeurs, et suivant l'actualité au quotidien, ces chaines produisent un grand nombre de vidéos et les diffusent sur leur site et sur la plateforme YouTube afin de créer et fidéliser une audience potentielle sur leur média.

Figure 66 : Proportion de vidéos mises en ligne dans le monde suivant leur catégorie.



Sources : Mathias Bärtl.

L'autre catégorie active est celle de "l'éducation" dont les chaines ont mis en moyenne une vidéo par mois sur la période 2006/2016. Cette catégorie ne s'est pas distinguée les 2 premières années, mais les professeurs et autres enseignants autant que les amateurs éclairés ont vite compris l'intérêt de ce type de ressources pour leurs utilisateurs et l'ont investi à partir de 2008. En effet, les élèves et étudiants enrichissent souvent un cours par des explications filmées et diffusées sur YouTube. Cela permet d'avoir des reformulations d'explications, souvent agrémentées de graphiques ou d'images qui permettent à ceux qui ont plus de mal à lire de réviser leur leçon.

Le point important de ces données est que la catégorie Connaissance représente plus de **58% des contenus mis en ligne en 2006** pour un **corpus cumulé depuis 10 ans de 61% des vidéos**. En effet, en additionnant les catégories News & politics, éducation et les autres catégories intégrant la connaissance, les vidéos apportant de la connaissance sont largement majoritaires sur la plateforme.

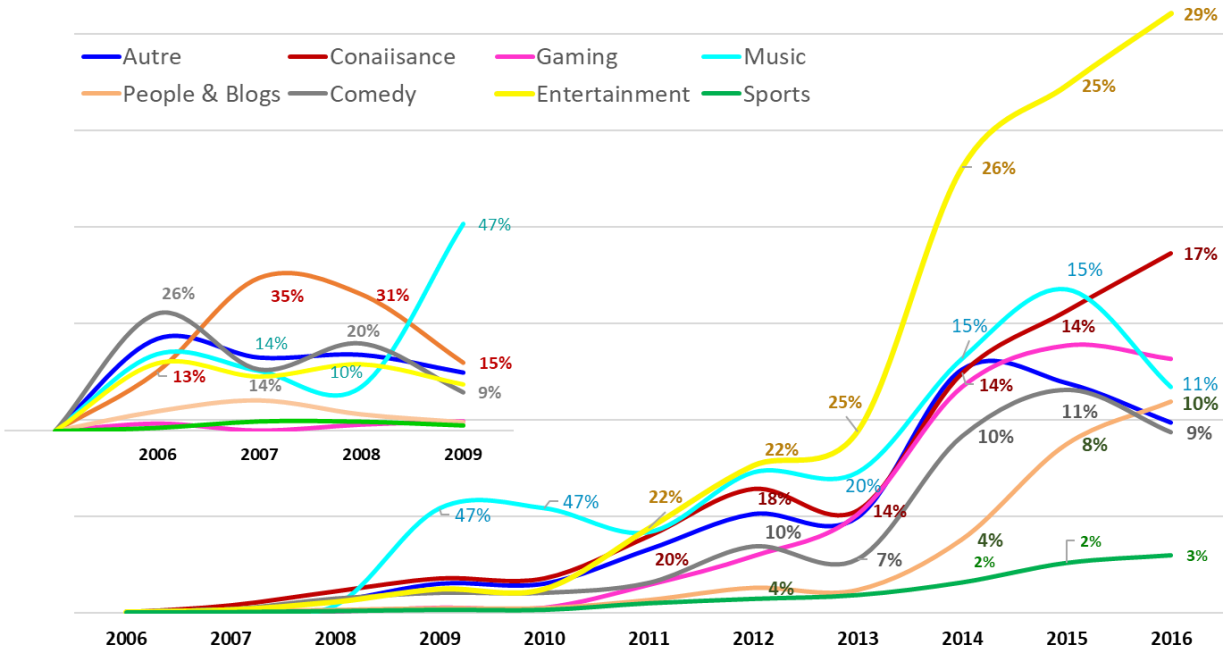
Il y a une propension très importante des producteurs YouTube de diffuser des contenus "utiles" aux utilisateurs, en voulant partager des informations, des conseils ou des explications sur un très grand nombre de sujets, et ce, depuis la seconde année de la plateforme.

Avec 720.000 heures de vidéo téléversées chaque jour dans le monde[433], la masse des contenus de ce type est gigantesque et les webspectateurs peuvent y trouver de quoi approfondir n'importe quel sujet : réviser le bac, réparer une voiture, découvrir un philosophe, suivre une recette de cuisine, suivre un cours magistral donné par une sommité…

Concernant la consommation des vidéos, il est très difficile d'en faire une estimation en termes de nombre avec les données fournies par Mathias Bärlt. Nous nous focaliserons donc sur les pourcentages de vues pour chaque catégorie (Fig.67).

Le « divertissement » est l'une des plus actives et mobilise près de 30% du nombre de vues. C'est souvent cette catégorie que choisissent les Youtubeurs professionnels rencontrant du succès. Même si elle ne représente que 12% de tous les téléversements en 2016, le petit nombre de chaines augmente naturellement cette statistique. Paolillo l'avait notifié, le divertissement est un moteur de YouTube. Si on additionne le visionnage de la comédie à celui du divertissement, cela représente 36% du temps passé sur YouTube pour se détendre.

Figure 67: Estimation des vues mondiales en pourcentage par catégories selon les données brutes récoltées par Bärtl,



Sources : Bärtl, Mathias. "YouTube Channels, Uploads and Views: A Statistical Analysis of the Past 10 Years." Convergence 24, no. 1 (February 2018). Données brutes téléchargeables en ligne : https://elearning.hs-offenburg.de/moodle/course/view.php?id=3776

En France, 92% des 18/34 ans, soit 11,3 millions de personnes, se connectent au moins une fois par mois, et visionnent en moyenne de 50 minutes de vidéo par jour[434]. Si on fait un ratio en se rapportant à nos résultats de visionnage, les jeunes adultes visionnent 15 minutes de divertissement quotidiennement, et près de 9

[433] Statistiques YouTube

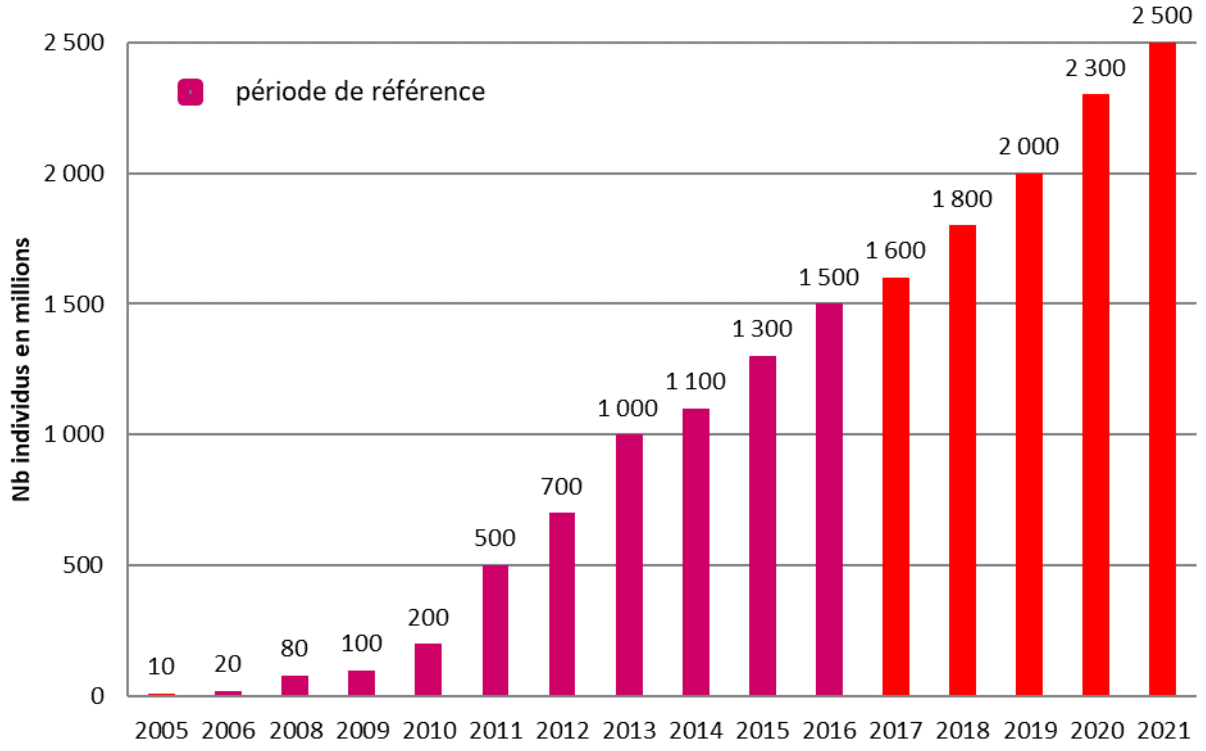
[434] YouTube France : chiffres en 2023 En ligne : https://www.alioze.com/chiffres-youtube

minutes de vidéo leur apportant de la connaissance. Le restant du temps se décompose en tranche de 5 minutes de musique, de jeu et de vlog.

Les catégories Connaissance se sont imposées dès les premières années de la création de YouTube (voir encadré du graphique). Cela montre l'intérêt immédiatement détecté par ceux qui souhaitaient partager leur connaissance avec un large public. Les utilisateurs ont une consommation variée selon le moment de la journée, de la semaine ou de certaines périodes de leur vie. Ils peuvent s'intéresser ponctuellement à une question et chercher la vidéo qui saura y répondre, tout en continuant majoritairement à se détendre grâce à des vidéos plus légères.

À partir de 2014, la catégorie musique accuse une forte baisse, concurrencée par les plateformes de streaming musical telles que Spotify, qui en échange d'un abonnement modique, donne accès à un catalogue immense, sans publicité.

Figure 69 : Nombre d'utilisateurs YouTube dans le monde



Source: Company data, Social App Report

En parallèle de la création de ces nouvelles chaines, le nombre des utilisateurs explose sur toute la période. De 80 millions de 2008, ils sont 1 milliard d'utilisateurs qui se rendent régulièrement sur YouTube en 2013 et 1,5 milliards en 2016 (période de référence), et 2.5 milliards d'utilisateurs dans le monde en 2021 (Fig.69); une fréquentation multipliée par 125 en 15 ans[435].

La participation massive de la production vidéo amateur (celle des vlog par exemple) suggère qu'il y a quelque chose de nouveau dans la culture médiatique. Jamais auparavant autant de personnes à travers le monde n'avaient passé autant de temps à regarder autant de vidéos réalisées par des non professionnels, ne vivant pas de leur activité de créateur de contenu. C'est même une des motivations du public, dont la tendance

[435] Social App Report En ligne https://www.businessofapps.com/data/social-app-report/?utm_source=social&utm_medium=click&utm_campaign=Hyperlink+report

actuelle est de douter des professionnels de l'information au profit d'individus passionnés qui semblerait révéler des informations plus fiables, même si elles sont subjectivées. Cette crise de confiance profite largement à YouTube. La conséquence est que les théories du complot circulent librement à travers de nombreuses vidéos et génèrent une grande attention, potentiellement auprès des jeunes adultes[436].
C'est également l'augmentation des visionnages de vidéos en dehors des chaines de télévision historiques qui accrédite le concept de YouTubisation de la connaissance, explicité lors de la partie précédente.
Lorsque 35% de la population mondiale visionne régulièrement des vidéos sur YouTube (en 2021), la propension à s'intéresser à celles qui apportent de la connaissance est élevée, même si les contenus de cette catégorie ne représentent que 17% des contenus visionnés.

Pour compléter cette exploration, les travaux de Bernhard Rieder sont très importants. En effet, comme Mathias Bärth, il a récolté les données relatives aux chaines et aux vidéos mises en ligne, mais sur un nombre beaucoup plus important, en se focalisant sur les chaines monétisables, à savoir les chaines cumulant un minimum de 1000 abonnés[437]. Ce choix est motivé par le modèle économique de YouTube qui vend aux annonceurs des espaces publicitaires avant et durant certaines vidéos. Le nombre d'abonnés est un déterminant très important dans ce modèle, les producteurs en ont pleinement conscience. C'est ce paramètre qui leur donnera ou non la possibilité de se professionnaliser. Passé les 1000 abonnés, donne accès à la monétisation par le biais de la publicité si toutes les conditions sont réunies, ce qui est loin d'être toujours le cas ; le passage des 10 000 abonnés ouvre l'entrée des « YouTube Space », espaces de formation et de production implantés dans certaines villes pour aider les Youtubeurs à produire, comme celui ouvert à Paris en 2015 dans le 9e arrondissement[438], fermé depuis la pandémie Covid. Après 100 000 abonnés YouTube offre la possibilité aux chaines qui ont beaucoup de vues d'avoir leur propre gestionnaire de partenaires. Plus le nombre d'abonnés est important et plus il est possible de le faire croitre. Ici, les « riches » s'enrichissent, quand les « pauvres » doivent se distinguer de la multitude pour exister.

Grâce à l'API et à un programme spécialement conçu pour identifier toutes les écritures, même non latines, Rieder et son équipe ont pu identifier plus de 36 millions de chaines dont seulement 4,4 millions ont plus de 1000 abonnés pour un total de plus de 1,62 milliard de vidéos. Les répartissant en quatre groupes (100k+ ; 10k-100k ; 1k-10k et <1k), leur analyse montre qu'il existe près de 88% de petites chaines avec moins de 1000 abonnés contre seulement 0.42% disposant de plus de 100.000 abonnés et seulement 0.04% plus d'un million. L'ensemble des chaines monétisables ne représente que 12% (Fig.70).
Ce phénomène reproduit le modèle économique des industries culturelles pour lesquelles de grandes disparités existent entre une petite minorité d'œuvres rencontrant du succès et la plupart des ressources financières, quand une large majorité peine à trouver son public[439]. Sans une régulation de l'État par des

[436] ROUILLER Sybille. Éclectisme et polysémie des « théories du complot » sur le Web et dans l'industrie du divertissement. Enquête ethnographique sur leur réception par des élèves (15–18 ans) suisses et français. *Studies in Religion/Sciences Religieuses*. 2019;48(4):593-611.
[437] Rieder, B., Coromina, Òscar, & Matamoros-Fernández, Adriana. "Mapping YouTube : A quantitative exploration of a platformed media system". First Monday, 25(8). (2020).
[438] Article les Echos du 1er octobre 2015 : Ouverture du premier "Youtubeur Space" à Paris. En ligne https://www.lesechos.fr/2015/10/ouverture-du-premier-YouTube-space-a-paris-276257
[439] HENRY Philippe. « La structure inégalitaire de l'économie culturelle », *Un nouveau référentiel pour la culture ? Pour une économie coopérative de la diversité culturelle*, sous la direction de Henry Philippe. Éditions de l'Attribut, 2014, pp. 101-127.

dispositifs de compensation et d'aide, les industries culturelles seraient fortement affectées. Pour l'instant, il n'existe pas de dispositif identique concernant les contenus disponibles sur YouTube, mais cela pourrait peut-être exister un jour.

Mais au-delà de ces écarts, ces 88% de chaines non monétisées sont le signe d'une appropriation de l'outil vidéo par la population mondiale. Par la création de ces chaines et des vidéos qui y sont abritées, leurs créateurs se sont confrontés à la fabrication de contenus. Ils ont appris la prise de vue, le montage et d'éventuels effets de postproduction. Ils ont réfléchi à l'efficacité de leurs images, du sens qu'elles prenaient, ou devaient prendre. Ils ont écrit parfois des textes pour les poser en voix off. Ils se sont formés, souvent seuls, grâce aux tutoriels trouvés sur la plateforme elle-même, mue par le plaisir de partager leurs expériences, de se relier aux autres, d'exprimer leur point de vue. Une autodidaxie proche de l'éducation populaire.

Figure 70 : Comparaison des chaines selon leur Nb d'abonnés en 2019

	Chaines monétisables						
	100k+	dont 1Million+	10k-100k	1k-10k	**Ensemble monétisable**	Moins 1k	**total**
Chaines	153 770	15 496	769 471	3 491 939	4 415 180	31 921 681	36 336 861
% chaines	0,42%	0,04%	2,12%	9,61%	12,15%	**87,85%**	100%
Nb Abonnés	8,12E+10	4,34E+10	2,19E+10	1,04E+10	1,14E+11	3,86E+09	1,17E+11
% Abonnés	**69,16%**	**37%**	18,70%	8,86%	96,71%	3,29%	100,00%
Nb Vidéos	1,45E+08	3,73E+07	2,26E+08	4,19E+08	7,90E+08	8,30E+08	1,62E+09
% Vidéos	8,93%	2,3%	13,97%	25,85%	48,74%	51,26%	100,00%
Nb Vues	**2E+13**	1,20E+13	5,63E+12	3,66E+12	2,93E+13	2,74E+12	3,20E+13
% vues	**62,41%**	**37,4%**	17,58%	11,44%	**91,43%**	8,57%	100,00%

Sources : Bernhard Rieder

On peut décrypter ce phénomène comme un besoin narcissique de se distinguer et de s'individualiser du reste de la population, mais on peut aussi y voir l'appropriation d'outils numérique et l'apprentissage d'une expression mieux maitrisée. On peut également y voir l'utilisation courante pour toutes les activités professionnelles d'être présentes sur la plateforme pour montrer sa spécificité, son savoir-faire, mais surtout, et tout simplement, *en faire partie*.

Peu importe à ce stade le résultat de ces contenus. L'important est l'activation d'un moyen d'expression jusqu'à là, réservé à une élite, médiatique, politique ou d'experts. Se joue ici l'horizontalisation de la connaissance et de son expression par une activité concrète et partagée, dont l'éducation populaire cherche

à multiplier les expériences. Bien sûr, ces chaines d'amateurs ne suscitent pas l'intérêt de larges publics. Elles s'adressent à des cercles très réduits de proches, concernés par ces contenus. Elles représentent la très grande majorité 74% des chaines « personnes & blog » que nous avons vus plus haut.
Les utilisateurs en sont un maillon essentiel ; sans eux, pas d'annonceurs et pas de rémunération. Les créateurs de vidéos sont ceux qui les font venir par leurs contenus divers et variés. Comme les utilisateurs lambda, ils utilisent aussi la plateforme pour chercher des informations, des idées ou des thèmes à utiliser. On le voit dans le succès de chaines comme « NoCopyrightSounds », dont les 33,5 millions d'abonnés[440] viennent copier de la musique libre de droit pour agrémenter leurs bandes sonores, ou la chaine « Assistance YouTube » (9.23 M) aide les Youtubeurs à résoudre des problèmes de Youtubeurs, ou encore celle des « YouTube Creators » (4,82M) qui distille conseils et apprentissages pour tous les producteurs potentiels de vidéos[441].
Rieder montre comment la professionnalisation des créateurs leur permet de produire des vidéos plus longues, ce que YouTube ne met pas nécessairement en valeur.
Ce qui compte, c'est que la durée soit adaptée au contenu. Mais une bonne vidéo plus longue permettra quand même de placer plus de publicité et donc de rapporter plus. Les créateurs, en se professionnalisant, arrivent à résoudre cette équation. C'est pourquoi l'auteur fait ressortir qu'entre 2009 et 2019, la durée moyenne est passée de 5 minutes à 13 minutes. Pour autant nous dit-il, la corrélation entre la durée et le nombre de spectateurs est négligeable. Ce qui compte est l'intérêt du contenu. Qu'il soit drôle, intéressant, impliquant, riche, inattendu, touchant, enrichissant, utiles… seront les points d'attraction des webspectateurs. Si quelques-uns tentent de compenser le faible attrait de leur vidéo par un titre aguicheur et gonfler artificiellement leurs statistiques (ce qu'on appelle ''faire du "putaclic"), la déception desservira la vidéo dans le temps et nuira à son authenticité[442].

Les d'abonnés sont concentrés sur les chaines monétisables qui agrègent près de 97% d'entre eux. Mais dans ce groupe les inégalités sont frappantes. Les chaines qui dépassent les 100.000 abonnés (100k+) en détiennent plus de 69% tandis que les celles qui se situent entre 1.000 et 10.000 (1k-10k), en rassemblent seulement 9%. Idem pour le nombre de vues. Si le groupe de monétisables en récolte plus de 91%, les plus de 100k+ en captent plus de 62,4%, ne laissant que 11,4% aux 1k-10k, celles qui ont moins de 1000 abonnés se répartissant les 8,5% restant.
On le voit, le système YouTube reproduit ce qui existe dans le monde du show-business ou du cinéma, là où les stars captent une très grande partie de la richesse au détriment des petits qui peinent à exister et à se faire connaitre. Si la plateforme est ouverte à tout le monde pour mettre en ligne des vidéos, ce n'est qu'une petite partie qui la fait fonctionner et profite de la rentabilité de la plateforme. Mais elle ne peut le faire seulement parce qu'elle exploite la masse de données de tous les webspectateurs. 333M

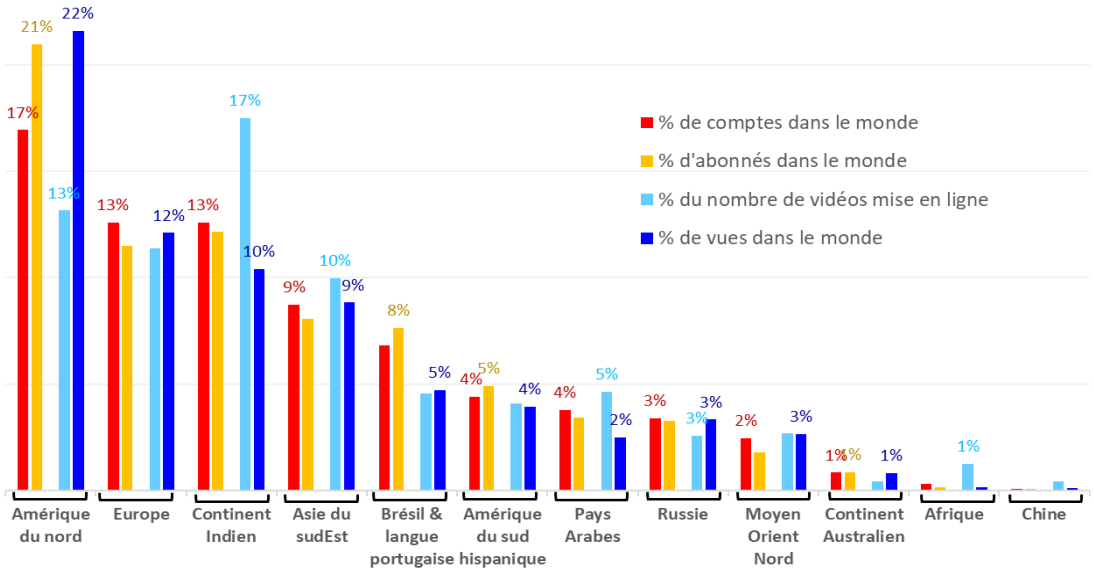
Un autre intérêt du travail de Rieder est son analyse des liens internationaux que tissent les chaines entre les différents pays. Si l'origine linguistique est prépondérante et cloisonne les univers des contenus YouTube, certaines régions du monde (ou pays) ont une influence particulière sur le contenu international. La figure

[440] Chaine de musiques libre de droit No copyright Sounds https://www.YouTube.com/@NoCopyrightSounds
[441] YouTube Créators : en ligne : https://www.YouTube.com/@YouTubecreators
[442] COAVOUX Samuel, et ROQUES Noémie, « Une profession de l'authenticité. Le régime de proximité des intermédiaires du jeu vidéo sur Twitch et YouTube », Réseaux, vol. 224, no. 6, 2020, pp. 169-196.

72 montre la prédominance de l'Amérique du Nord, avec son pôle étatsunien. Le pourcentage d'abonnés bien supérieur à celui des chaines existantes est le signe qu'un grand nombre de webspectateurs non américain s'abonne à des chaines américaines. De même, le pourcentage de vues comparé à celui des vidéos mises en ligne énonce le même phénomène. L'Amérique est le pôle dominant de YouTube dont la culture infuse le monde. Elle reste un "guide" indéniable auprès des utilisateurs d'Internet. Les États-Unis détiennent près de 17% des chaines mondiales ayant plus de 100k d'abonnés alors que la population américaine représente 4,2% de la population mondiale.

C'est le phénomène inverse qui se produit sur le continent indien où l'activité de création dépasse celle de visionnage. Ce cas de figure nous rappelle que pour utiliser la plateforme, les utilisateurs doivent détenir au minimum un smartphone, ce qui n'est pas donné à toute la population de ce continent très pauvre. Ce que montre Rieder est la dynamique de la mondialisation qui se déroule sur YouTube. Les Régions à forte population, comme le continent indien, le Brésil ou l'Asie du Sud-est, ont aussi une forte présence sur la plateforme, même s'ils ont du mal à attirer un public mondial du fait de leur relative minorité linguistique et culturelle. Les États-Unis et, dans une moindre mesure, les autres chaînes de langue anglaise dominent à la fois en termes de nombre et de connexions.

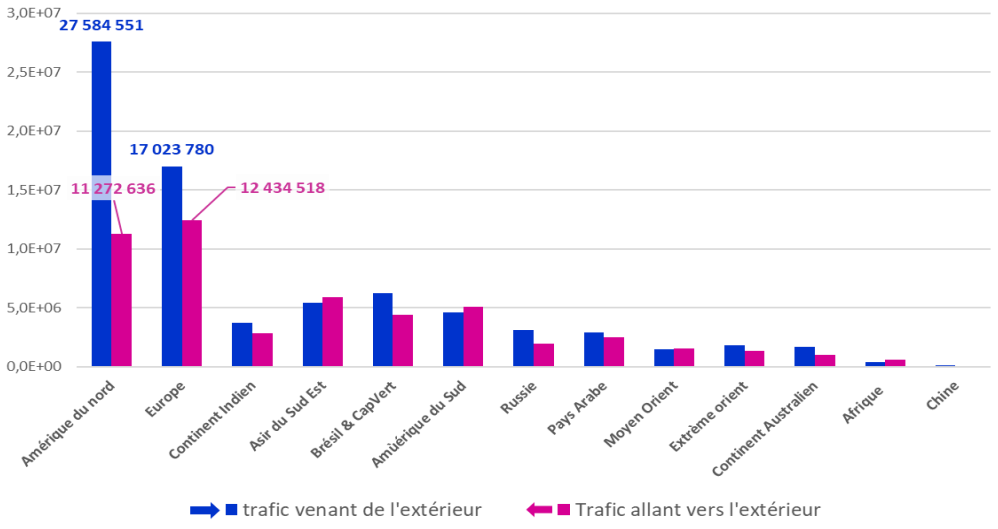
Figure 72 : Activité YouTube en pourcentage des 100k+ dans les régions du Monde



Sources : Bernhard Rieder

Lorsqu'on analyse les flux entrants et sortants des vidéos YouTube, la domination américaine est évidente et attire vers elle la plus grande part des flux vidéo. La domination culturelle est une puissance attractive. Le même phénomène joue en faveur de l'Europe dans une moindre mesure. Ces continents semblent être des modèles à suivre et influent sur les contenus visionnés. Ils peuvent, grâce à la connaissance partagée sur les chaines qui nous intéressent, donner envie de trouver certains leviers d'émancipation. C'est une des raisons qui poussent la Chine à s'en protéger. Elle apparait dès lors comme inexistante, ce qu'elle est, du point de vue de Google et YouTube.

Figure 73 : Flux YouTube entrant et sortant selon région du monde en MO



Sources : Bernhard Rieder

Dans ce schéma, l'Afrique, et pour une autre raison, la Chine, sont les grandes oubliées en termes d'activités sur la plateforme et donc d'influence auprès de la population mondiale. L'Afrique pour des raisons économiques, la Chine pour des raisons politiques que nous ne développerons pas ici. Alors que la première est techniquement sous-équipée,[443] la Chine développe ses propres outils pour ne pas dépendre des technologies occidentales et s'en sert pour accroitre la surveillance de sa population. Elle a ainsi développé ses propres réseaux et sites, tel que Baidu[444], le Google chinois, créé en 2000 et Youku[445], l'équivalent de YouTube en chine.

Les plateformes cherchent à imprégner l'ensemble de la planète. Pour arriver à ce résultat, elles ont profité du maillage territorial de tous les pays qui ont financé l'accès à internet. Le passage par l'administration Clinton en 1996 d'une gestion publique d'internet aux opérateurs privés a contribué au développement de modèles d'affaires rentables. Plus question d'un internet de service public, démocratique et égalitaire, les investisseurs veulent voir rentrer les dividendes à moyen ou long terme.

Pour maitriser leurs flux de données et optimiser leurs services, les plateformes numériques investissent dans le réseau physique et transnational. Elles implantent des serveurs et des centres d'hébergement de données au plus près de leurs utilisateurs. Google se focalise sur ses marchés principaux : Les États-Unis et l'Europe du Nord. Elle y concentre ses serveurs. « *La capacité à collecter, stocker, croiser et exploiter les données est désormais au cœur de l'innovation, moteur de la croissance économique, du pouvoir, mais aussi de multiples enjeux éthiques, démocratiques, de gouvernance et de légitimité* » analyse Frédérick Douzet. L'auteure élabore le concept de datasphère, associé au cyberespace, dont la législation US établit que si les données sont localisées sur le territoire américain, elles dépendent du droit américain[446].

[443] ATCHOUA, Julien, BOGUI, Jean-Jacques, et DIALLO, Saikou. Technologies numériques et sociétés africaines: enjeux de développement. ISTE Group, 2020.

[444] Baidu, 1er moteur de recherche chinois, En ligne : http://www.baidu.com/

[445] Youku, l'équivalent de YouTube en chine. En ligne : https://www.youku.com/channel/webhome

[446] DOUZET Frédérick. « Éditorial. Du cyberespace à la datasphère. Enjeux stratégiques de la révolution numérique », Hérodote, vol. 177-178, no. 2-3, 2020, pp. 3-15. En ligne : https://www.cairn.info/revue-herodote-2020-2-page-3.htm?ora.z_ref=li-66556458-pub

Les financements des recherches cyber par l'armée américaine dans années 50/60 montrent aujourd'hui l'intérêt du pays de dominer ces nouveaux territoires numériques. Toutes les données récoltées forment ensemble une image synchronisée des activités humaines et de la connaissance qui peut y être associée. Elles peuvent servir le marché, mais aussi le renseignement militaire comme l'a révélé Edward Snowden en 2013. Les observer et les analyser en temps réel permet d'en tirer des analyses prédictives sur leurs besoins et leurs comportements à des fins boursiers, commerciaux ou stratégiques... Leur maitrise est donc une priorité pour l'État américain, qui défend ainsi sa souveraineté à travers l'expansion de son hégémonie.
La notion de territoire est donc fondamentale. Celle d'un territoire à protéger des menaces de plus en plus nombreuses que se font courir les états entre eux. Un territoire aujourd'hui égal à ceux de la terre, la mer, l'air et l'espace et qui intègre la puissance militaire comme atout stratégique en cas de conflit ouvert[449].

Dominique Boullier analyse l'importante asymétrie entre les états nations et les plateformes. Ayant des chiffres d'affaires souvent supérieurs au PIB de certains états (en 2021 Google encaisse 257,6 milliards de dollars, tandis que le PIB du Portugal est de 249,9) et n'ayant pas de contrainte territoriale, elles tentent d'imposer des conditions favorables à leur activité[447]. Les plateformes ont su utiliser les distorsions fiscales que se livrent les pays pour payer le minimum d'impôts, même à l'intérieur de l'Europe, où les politiques mises en place sont basées sur un socle idéologique de libre circulation du capital et des marchandises. Les espérances de croissance, d'innovation et de création d'emplois servent alors de paravent à un laisser-faire politique qui ampute les finances publiques de nombreux pays. Cela permet à ces firmes de brouiller les cartes dans des montages complexes d'optimisation fiscale en toute égalité, les soustrayant à l'impôt réglementaire pour n'en payer qu'une très légère fraction. Ces économies substantielles leur donnent alors les moyens d'acheter d'autres entreprises aux activités complémentaires et de consolider leur avance technologique. Et cela leur permet ainsi de détendre leur hégémonie à la totalité du globe.

Il y a un engrenage en faveur des plateformes américaines dont le système politique mondial dominant favorise leur hégémonie. Sans le néolibéralisme amorcé dans les années 1970, la croissance et l'expansion de ces firmes n'auraient pas pu prendre cette ampleur. Le déploiement de YouTube et de sa maison mère Google a été rendu possible par le laisser-faire du monde politique. Fascinés par la nouvelle économie numérique, les gouvernements se sont laissé séduire par le bouleversement culturel qu'elles représentaient. Les plateformes s'imbriquaient parfaitement dans l'idéologie néolibérale montante. Le personnel politique et les gouvernements dont ils faisaient partie aidèrent et accompagnèrent leur avènement. C'est ce que nous allons voir maintenant.

[447] BOULLIER, Dominique. Puissance des plateformes numériques, territoires et souverainetés. Science Po, Centre d'Études Européennes et de Politique comparée, 2021, En ligne https://www.sciencespo.fr/public/chaire-numerique/wp-content/uploads/2022/07/puissance-des-plates-formes-numeriques-dominique-boullier-juin-2022.pdf

3.7 Quand le néolibéralisme décrédibilise le monde politique au profit des plateformes

Reprenant l'expression de Marcel Mauss, Pierre Dardot et Christian Laval interprètent le néolibéralisme comme un « fait social total » parce qu'il engage toutes les dimensions, tant politiques, économiques, culturelles, symboliques, sociales que technologiques de la société, et qu'il façonne ainsi la vie quotidienne des individus[448]. Et les programmes politiques mis en œuvre par les gouvernements occidentaux ont laissé pour compte tout un pan de la population dont les conditions de travail, d'emploi et de salaire ont été largement dégradées. Car loin de lutter contre l'état, le néolibéralisme veut s'attacher ses services pour mettre en œuvre ses préceptes. L'État est celui par qui « *une armature juridique est soigneusement conçue* » pour favoriser la concurrence mondiale en allégeant la fiscalité et en abaissant les protections des travailleurs[449], et pour rendre les entreprises plus compétitives dans un écosystème qui ne prend pas en compte la nature ni la finitude des ressources. Comme l'énonce Romaric Godin, « le néolibéralisme ne demande pas moins d'États, mais *« un État au service des marchés et du capital* ». Le rôle de l'État est ainsi de supprimer, via des "réformes structurelles", les entraves à la circulation des capitaux, c'est-à-dire les mécanismes de redistribution ou les lois protégeant les droits des salariés, perçus comme des « rigidités »[450]. Les gouvernements et le personnel politique qui les entourent sont les responsables directs de ces transformations concrètes. Ils sont donc désignés ainsi par les citoyens qui subissent leurs politiques.

On peut dater la naissance du néolibéralisme en 1947 avec la naissance de la « *Société du Mont-Pèlerin* » à la suite d'une conférence organisée dans ce petit village Suisse. Là, un groupe de réflexion économique s'est composé autour des grands noms de l'époque que sont Friedrich Hayek (1899-1992), Karl Popper (1902-1994), Milton Friedman (1912-2006) ou Ludwig Von Mises (1881-1974) et une trentaine d'autres. Pour contrer le modèle fordiste et le Keynésianisme de redistribution bureaucratique, ils souhaitent promouvoir une économie de marché mondialisée dans laquelle les états seraient cantonnés à gérer quelques fonctions régaliennes en délaissant la partie économique, autorégulée par les marchés : une sorte de quintessence du capitalisme. Mais Hayek pense que la révolution dont ils rêvent tous ne pourra voir le jour sans une véritable "révolution de la pensée". « *Il faut gagner la bataille culturelle avant de gagner la bataille politique* » aurait-il affirmé en reprenant la formule d'Antonio Gramsci, son total opposé. Pour qu'elle soit acceptée et mise en place à une telle échelle, il est nécessaire de diffuser et de faire accepter les idées néolibérales le plus largement possible. Les membres du Mont Pellerin vont s'y atteler, dans les milieux intellectuels, universitaires, politiques et médiatiques, et la rencontre avec Antony Fisher (1915-1988) va y contribuer largement. Cet ancien aviateur de la Royal Air Force a lu la version condensée de « La route de la servitude » de Hayek (1944) et veut se lancer en politique pour en défendre les valeurs. Hayek lui propose plutôt d'organiser des clubs de réflexion (think-Tank) qui auront pour but de mettre en forme et de diffuser les idées capables de transformer l'économie du monde. Fisher avait une expérience dans le domaine, car, après avoir fait fortune dans l'élevage de volailles en batterie, il avait monté en 1955 à Londres « l'Institue of economic

[448] DARDOT Pierre, et LAVAL Christian « La nouvelle raison du monde. Essai sur la société néolibérale, La Découverte, 2009.

[449] HAYEK Friedrich, « La route de la servitude » (1944) Presse Universitaire de France, Collection Quadrige, 2013, P.33

[450] GODIN Romaric, La guerre sociale en France. Aux sources économiques de la démocratie autoritaire, La Découverte, 2019, 250 p

affairs » (IEA), un club de réflexions sous couvert de charité, en partie financé par l'industrie du tabac, qui fait la promotion de la réduction du rôle de l'État dans les affaires économiques[451].

L'IEA se démultiplie outre Atlantique au Canada et aux États-Unis, et Fisher devient un entrepreneur "apôtre" des idées développées par le Mont Pèlerin. Fort de ce succès et d'un soutien de Thatcher, Hayek et Friedman, il monte Atlas Network en 1981, connu sous le nom d'Atlas Economic Research Foundation. C'est une organisation à but non lucratif, qui, au contraire de la société du Mont-Pèlerin, est une organisation ouverte. Son but est de créer une communauté néolibérale mondiale en l'aidant à se déployer dans les secteurs clefs de chaque pays, et à s'institutionnaliser.

Par le biais des universités européennes réputées "à gauche", Antony Fisher soutient les travaux d'économistes favorables tout en les encourageant à créer des groupes de réflexions. Il finance des cours pour inoculer la "bonne parole". Atlas organise des rencontres et des ateliers à partir des années 1980 pour stimuler le partage de ressources et stimuler les collaborations. Le but est de découvrir les individus motivés, capables de propager les idées, de discuter de questions politiques et opérationnelles auprès des dirigeants d'entreprises et des syndicats patronaux, de fournir les éléments de langage et les arguments nécessaires pour convaincre à plus large échelle.

Progressivement, le terreau idéologique essaime un peu partout dans le monde. Les programmes politiques s'inspirent des préconisations néolibérales. Ils les mettent en pratique selon la maturité de l'environnement culturel dans lequel ils évoluaient. Eux-mêmes sont encouragés à s'intéresser aux idées nouvelles et à leurs potentiels. Ces programmes sont promus par les médias, cibles prioritaires de la communication.

En 1968, une contre révolution économico-culturelle vient réorienter le développement d'internet à travers l'attaque que fait Garett Hardin sur les Communs[452]. Ces « commons » qu'il interprète comme des espaces de partage dans lesquels tout le monde pourrait venir se servir gratuitement, aurait d'après lui le potentiel de détruire la planète. Mieux valait privatiser chaque parcelle de ce qui était auparavant commun pour que le propriétaire entretienne et valorise son bien, en lieu et place d'une foule avide qui s'autodétruirait. Cette mauvaise interprétation des Communs ne correspondait en rien avec celles des enclosures, dont le partage des ressources communes était fait pour durer. Mais les bases idéologiques de privatisation de la toile peuvent alors se développer.

S'appuyant les uns les autres, les gouvernements des pays profitent des modifications mises en place chez les uns pour l'appliquer à leur tour chez eux. Trente années d'une communication volontariste en réseau permettent finalement à Margaret Tchatcher de prendre le pouvoir en 1979 en Angleterre et à Ronald Reagan en 1980. La France, à contretemps, élit son premier président socialiste un an après, mais celui-ci sera poussé à infléchir sa politique à partir de 1983 en faisant de grosses concessions à ses voisins libéraux. Barack Obama libérera en 2010 le financement des campagnes présidentielles grâce au SuperPAC (Super Political Action Commitees), permettant de récolter des dons illimités pour la communication des candidats, assujettissant l'exécution des programmes politiques aux desiderata des donneurs. Les grandes plateformes telles que Google y contribuèrent largement et Obama trancha en faveur de la Silicon Valley concernant le différend qui l'opposait à Hollywood sur les droits d'auteurs[453].

---

[451] DJELIC Marie-Laure et MOUSSAVI Reza. In « How the neoliberal think tank went global: the Atlas network, 1981 to the present ». in "*Nine lives of neoliberalism*", Econstor, 2020, p. 257-282.

[452] HARDIN Garett, « la tragédie des communs » 1968, édition PUF, col Classique de l'écologie, 2018.

[453] MANSANTI Céline. "Mr Obama goes to Hollywood… and comes back : Washington et Tinseltown, interdependences en prises de distance. ". Cercles : Revue Pluridisciplinaire du Monde Anglophone, 2012.

Pour parvenir à imposer ce système politique et économique, les puissances publiques transforment progressivement les états et le recrutement de leurs dirigeants afin d'étendre dans toutes les sphères de la société la logique de marché. En phase avec les nouvelles théories managériales, c'est tout le jargon des "bonnes pratiques" qui infuse la société par l'intermédiaire des médias, des institutions et les entreprises[454].
« *La nouveauté du néolibéralisme tient précisément au travail d'homogénéisation qu'il opère au-delà de la partition entre marché et non-marché, en imposant une norme de rapport social à tous les niveaux de l'existence, collective et individuelle. De la relation entre les économies au rapport à soi, du plus global au plus intime, une même forme relationnelle tend désormais à prévaloir* » nous disent les auteurs. Toutes les activités humaines sont désormais soumises à concurrence, et l'apprentissage commence dès l'école primaire[455 & 456]. Ce ne sont pas telles ou telles activités concrètes qui se réalisent dans des conditions de concurrence données, ce sont toutes les activités humaines, jusqu'aux plus éloignées du marché mondial, qui sont requises pour fonctionner de façon homogène selon la logique de la concurrence. Dans et en dehors de l'entreprise, dans la vie professionnelle, mais aussi privée, la vie "*Onlife*", les perceptions des individus doivent répondre à cette tension concurrentielle. Elles doivent être intériorisées. Et pour ce faire, l'évaluation permanente est de mise pour donner de la valeur à ce qui doit être comparé. En effet, le marché a besoin de quantifier, d'évaluer et comparer le prix de toutes choses. L'usage de la connaissance, prôné par Hayek tient justement de la récolte d'un maximum d'informations, nécessaires au processus de bonnes prises de décisions. Plus on dispose d'indices, de statistiques, de chiffres permettant de quantifier toutes actions, meilleurs seront les résultats obtenus et la valeur créée[457]. L'algorithmisation est l'aboutissement logique de ce mouvement de cette évaluation permanente. Elle n'en sera que l'application technologique et son déploiement à grande échelle.
Pour mettre en place ces indices statistiques, le management déploie quantité de méthodes standardisées. En codifiant les taches, les actes, les rendements, les ventes, les appels… en fixant des scores, des objectifs quantitatifs, des missions… en les comparants, les analysant, les évaluant… Elle sanctionne matériellement et symboliquement les tâches des travailleurs. S'ils correspondent aux attentes, ils sont encouragés par des avantages pécuniaires (prime) ou symboliques (affichage du meilleur vendeur de la semaine). Mais s'ils échouent, une pression supplémentaire les poussera à remplir les objectifs qui leur ont été fixés. Cette société de contrôle que le modèle foucaldien a révélé, ne s'apparente pas nécessairement à une répression directe. Elle est aussi intériorisée[458]. Les sujets sont poussés à s'autocontrôler et à satisfaire l'attente de "dépassement" que les responsables RH cherchent à obtenir par le consentement. Les salariés savent qu'ils sont en concurrence avec leurs collègues, et cherchent l'approbation de leur hiérarchie, entrainant parfois des rivalités entre les membres du même groupe.
En Europe, et en France particulièrement, le principe de la concurrence est appliqué, non pas au tissu industriel et à sa stimulation, mais au commerce et à la politique de l'offre. La fabrication est délocalisée dans

---

[454] DARDOT Pierre, et LAVAL Christian. « Néolibéralisme et subjectivation capitaliste », Cités, vol. 41, no. 1, 2010, pp. 35-50

[455] COMBAZ Gilles. « Concurrence entre établissements et choix de l'école : les personnels de direction mis à l'épreuve ? », Éducation et sociétés, vol. 31, no. 1, 2013, pp. 157-170.

[456] LAVAL Christian, VERGNE Francis, CLEMENT Pierre, et al. La nouvelle école capitaliste. La Découverte, 2012. Chap 4 « Concurrence scolaire et reproduction sociale » p.14 en ligne : http://38.pcf.fr/sites/default/files/la_nouvelle_ecole_capitaliste_.pdf

[457] VON HAYEK Friedrich A. "Economics and knowledge". Economica, 1937, vol. 4, no 13, p. 33-54. En ligne : https://www.jstor.org/stable/2548786

[458] LIANOS Michalis. « Le contrôle social après Foucault ». Surveillance & Society, 2003, vol. 1, no 3, p. 431-448.

les pays à moindre coût, laissant orpheline de leurs entreprises les régions ouvrières, avec leur lot de chômeurs dévalorisés dans leurs compétences manufacturières. Dardot et Laval précisent qu'il « *y a même des phases dans la vie économique des peuples modernes où tout le monde est saisi d'une espèce de vertige pour faire du profit sans produire* » (ibid. P38). On ne produit plus sur place, on se contente de vendre ce qui est fabriqué ailleurs, au risque de perdre ses savoir-faire et de subir des pénuries en cas de blocage de l'économie mondiale.
Les grandes entreprises qui dominaient la capitalisation boursière étasunienne des années 80/90 (telles que AT&T, General Electric et IBM), sont désormais remplacées par de nouvelles, issues d'internet tels que Google et YouTube (Alphabet), Amazon ou Facebook (Méta), dont la valorisation se compte en centaines de milliards. La mondialisation opérée depuis des décennies leur a été profitable, la défiscalisation aussi.

Les plateformes servent de modèle aux schémas néolibéraux. Transnationales par essence, elles portent les valeurs d'un marché sans frontière. Si le commerce a toujours poussé les états à créer des liens, la mise en place de l'Organisation mondiale du Commerce (OMC) en 1995 accentue le phénomène. Sa mission est de favoriser la liberté des échanges commerciaux entre les nations, d'abaisser les protections douanières et de sécuriser les multinationales dans leurs activités. Des traités de libre-échange se signent entre pays, entre continents. Les droits de douane diminuent et les grandes entreprises peuvent s'étendre sans entrave, au détriment des entreprises locales qui peinent à lutter contre cette concurrence déloyale. Les plateformes s'encastrent parfaitement dans ces modalités, d'autant plus que leurs productions numériques semblent immatérielles et qu'elles n'ont pas besoin de délocaliser, bien au contraire.
Quand les industries lourdes délocalisent pour réduire leurs coûts grâce à une main-d'œuvre bon marché puisée dans les pays pauvres, et externaliser leur impact environnemental, les nouvelles industries numériques ont besoin des compétences bien ancrées sur le territoire pour créer les applications, logiciels et algorithmes de demain. Ce savoir-là se concentre même dans des "clusters" tels que la Silicon Valley, comme nous l'avons vu plus haut. Se dessine alors une géographie très inégalitaire avec des zones privilégiées à haute densité éducative et culturelle et d'autre, périurbaine se sentant abandonnées et invisibilisées[459]. Tous les avantages sont concentrés là où se situent les compétences de pointe afin de les retenir et d'alimenter les entreprises, tandis que les autres sont considérées comme de simples zones de consommation indispensable au marché, mais improductive. On comprend la nécessité d'élargir au maximum le marché, de l'étendre au monde entier pour en tirer le maximum de profit. Pour cela, plutôt que de tenter de vendre coûte que coûte un produit quelconque, il est préférable de transformer les pratiques par les discours et les symboles, de les homogénéiser à l'échelle de toute la société afin qu'elles agissent sur les manières d'être et de faire. Et pour cela, le néolibéralisme est une aide efficace.

Le changement social décrit par Emmanuel Todd dans « les luttes des classes au 21e siècle »[460] montre clairement la dégradation du niveau de vie d'une grande majorité des Français. Des professions que l'on pensait être préservées se retrouvent dominées et précarisées à l'image des journalistes, éléments essentiels du dispositif de justification politique dominant, qui sont priés d'obéir implicitement à leur propriétaire, situés majoritairement parmi les grandes fortunes ou l'État (Ibid. p.37). S'ils ne peuvent pas faire l'opinion,

[459] IVERSEN Torben et SOSKICE David, « Democraty and prosperity : Reinventing capitalism through a turbulent century. Princton University Press, 2020.
[460] TODD Emmanuel, « les luttes des classes au 21e siècle » Editions du Seuil, 2020.

ils peuvent invisibiliser la réalité de l'existence de pans entiers de la population, et ainsi éviter que s'unissent des groupes d'individus qui se reconnaitraient.

Si la structuration des classes sociales évolue, c'est pour agréger en son niveau inférieur une population croissante, dont l'évolution ascendante jusqu'aux années 90 est en train de se retourner et laisse entrevoir un déclassement tendanciel. Pour autant, le niveau éducatif a significativement augmenté, offrant à cette population le goût amer de ne pas trouver un emploi au niveau de l'effort consenti pour l'obtention du diplôme. Celui-ci ne permet plus d'obtenir une rémunération en adéquation avec son niveau, ni de choisir la nature de cet emploi. Il vaut mieux être héritiers que méritants pour se faire une place au soleil. Thomas Piketty a bien montré l'accroissement des inégalités et à un retour aux années 1910 dans ce domaine[461]. La richesse reste concentrée dans une infime minorité de la population. Vladimir Shlapentockh évoque même le retour au féodalisme, dont l'élite internationale représenterait la nouvelle noblesse, non seulement soustraite à l'impôt, mais financée par l'argent public[462] ; c'est une organisation fragilisée par une interdépendance structurelle révélant la faiblesse du pouvoir central et les luttes de pouvoir en cascade de ses "vassaux".

La population a ainsi toutes les capacités pour comprendre les raisons politiques et idéologiques qui contraignent son existence. S'opère une coupure idéologique entre une élite épargnée, imaginant le monde sans frontière dans lequel elle a le pouvoir de se mouvoir sans contrainte, de réaliser tous ses désirs les plus fous, et une population qui comprend les enjeux politiques et sait clairement qu'elle ne peut pas bénéficier des mêmes avantages.

La croyance que ce sont principalement les "super entreprises" multinationales qui peuvent rivaliser dans le marché mondial oriente les politiques des gouvernements dans un fort soutien diplomatique, fiscal et logistique afin qu'elles puissent s'y frayer une place prépondérante. La théorie du ruissellement (the trickle-down effect) justifie les soubassements idéologiques du néolibéralisme, même s'il est démenti par les faits et de nombreuses études[463] & [464]. Ces politiques favorisent les grosses entreprises en espérant que leurs actionnaires et dirigeants réinvestiront leurs bénéfices dans l'économie réelle, et permettront aux plus pauvres d'en profiter. Cette politique est censée créer de la croissance et combler le manque à gagner pour l'état.

Les trois derniers présidents français y ont largement contribué. Leurs gouvernements successifs restent persuadés que l'avenir se trouve dans la nouvelle économie dont les plateformes en sont la figure de proue.

---

[461] PIKETTY Thomas « Une brève histoire des inégalités », Le Seuil, 2021.

[462] SHLAPENTOKH, Vladimir et WOODS, Joshua. 4. The Feudal Model and the Organizational Level of Analysis. In : *Feudal America*. Penn State University Press, 2021. p. 56-77.

[463] PARIENTY Arnaud. « *Le mythe de la" théorie du ruissellement »*. La Découverte, 2018.

[464] ROTILLON Sylvain. « Le ruissellement, une métaphore qui tombe à l'eau », DARD/DARD, vol. 7, no. 1, 2022, pp. 72-73.

Figure 78 : affiche du gouvernement lors du Salon Vivatech 2017,

En lisant le livre de Denis Lacorne « *Tous milliardaires : le rêve français de la Silicon Valley* »[465], on perçoit l'attrait du personnel politique pour la start-up nation. Sans faire d'analyse critique du système politique néolibéral qui sous-tend le succès des plateformes, l'auteur cherche à dessiner les traits de ce projet, cher au président Macron et à ses prédécesseurs. La culture start-up serait le symbole économique idéal à promouvoir comme économie du futur. Elle inciterait à une souplesse et une capacité à se développer selon une dynamique structurée d'un scénario profitable : lancement, croissance, maturité et rachat, s'enchaîneraient en quelques années sous le contrôle d'investisseurs spécialisés, les *venture capitalists*. Oubliant les nombreuses faillites qui jonchent l'histoire de ses jeunes sociétés (près de 98% d'échec selon Olivier Alexandre[466], celles qui ont réussi servent d'horizon et de modèle à suivre, avec le but d'adapter le public à sa rhétorique et à ses méthodes managériales[467]. Dans son discours lors du sommet sur le numérique de 2017, le président Macron affirme que la France est en train de devenir la nation des start-up et que « *le sujet du numérique est un élément de transformation profonde de nos sociétés et de nos économies* […] *Pour ce faire, la France réforme le marché du travail, investit dans les compétences, transforme sa fiscalité et le financement de son économie pour favoriser le financement de sa croissance, de l'innovation, indispensable dans une économie numérique* »[468]. Les intellectuels qui adhèrent au projet présidentiel (tel Pierre Pezziardi qui fonda la fondation pour l'innovation politique, un think-tank libéral[469]), mettent en avant les améliorations de services pour les usagers « *en faisant des services publics autrement* » en petites équipes responsables et comptables de leurs résultats, comme chez Google et toutes les autres plateformes. Pour les néolibéraux, la politique nationale doit être renforcée par une politique européenne qui suive la même voie. Le numérique reconfigure le monde du travail, et les politiques publiques se veulent être les accompagnatrices de la flexibilité des travailleurs. Le risque est de favoriser l'innovation technologique au détriment de l'innovation sociale proposée par d'autres acteurs comme des associations ou des PME.

Ce qui séduit le plus la classe politique européenne est l'intérêt des plateformes pour les questions sociétales, en adéquation avec une libéralisation tendancielle des mœurs, tout en mettant de côté les aspects sociaux du travail et les inégalités de classes. C'est toujours le marché qui doit impulser les changements, même si ceux-ci s'avèrent brutaux pour les citoyens. Pour les gouvernements, les régulations des activités économiques étant le carcan qui entrave le déploiement de l'énergie entrepreneuriale, leur travail est de les alléger au maximum, par touches successives d'accommodation, permettant leur acceptabilité ou leur accoutumance auprès des citoyens. Pour accompagner ce modèle, c'est la flexibilisation du marché du travail

[465] LACORNE, Denis. Tous milliardaires !: le rêve français de la Silicon Valley. Fayard, 2019.

[466] ALEXANDRE Olivier, « Quand la tech refait le monde », Seuil, 2023

[467] GALUZZO Anthony, « le mythe de l'entrepreneur, défaire l'imaginaire de la Silicon Valley », La découverte, collection Zones, 2023

[468] Discours du présidant Macron au salon Vivatech le 15 juin 2017. En ligne : https://www.elysee.fr/front/pdf/elysee-module-738-fr.pdf & Conférence de presse du Président de la République, Emmanuel Macron, lors du sommet du numérique à Tallinn, Estonie 29 sept 2017 En ligne : https://www.elysee.fr/front/pdf/elysee-module-2276-fr.pdf

[469] Fondation pour l'innovation politique. Fait la promotion des startups d'état. En ligne : https://www.fondapol.org/etude/pierre-pezziardi-et-henri-verdier-des-startups-detat-a-letat-plateforme/

qui est priorisé, l'accroissement des travailleurs "indépendants", non-salariés, dont les entreprises, soustraient une partie de leur activité de manière économique, c'est la diminution des services publics par leur financement comme l'hôpital et l'école. Tout est fait pour rendre acceptables ces nouvelles activités. Identifiant des possibilités de business, les start-up proposent des subordinations consenties fondées sur un engagement volontaire qui laisse entrevoir une adaptabilité mutuelle[470]. Les normes proposées sont ainsi intégrées par les travailleurs autant que par les consommateurs, dans un esprit de modernité positive qui voudrait laisser paraitre acceptable les conditions de travail souvent précaires et désavantageuses.
Cette vision start-up sert de modèle aux politiques en charge des affaires publiques. Cet imaginaire numérique s'impose comme solution technologique à des problématiques nouvelles telles que celles posées par le Covid en 2020[471]. Mise en exergue par des investissements privés hors norme, il est comme une boule de cristal hypnotisante auprès des politiques fascinés : intelligence artificielle, robotique, conquête spatiale et transhumanisme… laissent percevoir que la réalité peut rejoindre la fiction, ou inversement. Le solutionnisme technologique étant sensé résoudre les multiples difficultés créées par cette même technologie, l'horizon se doit d'être large pour éviter de se poser sur les détails. Le Futur est suffisamment imprécis et convient parfaitement. L'image véhiculée n'en est que plus puissante et l'on comprend l'attrait qu'elle produit auprès des gouvernants, d'autant plus qu'elle est cautionnée par les laboratoires des plus grandes universités américaines comme nous l'avons montré plus haut.

Prônant des valeurs d'égalitarisme et de progressisme, les plateformes, à travers leurs applications, mettent ces vertus en œuvre et transforment ainsi la position de l'utilisateur. Placé au centre de leur dispositif, celui-ci se sent valorisé et a l'impression de gagner en pouvoir d'agir. Il est actif, son avis de consommateur compte. Puisqu'il a utilisé le service, il est plus à même que les professionnels de noter efficacement ce qu'il vient de consommer. Il peut ainsi humaniser sa pratique numérique, se distinguer en tant qu'être affectif, interagissant avec d'autres par un lien socialisant. C'est une manière de s'attacher sa fidélité et de l'enrôler dans une démarche de remontée d'information. De fait, sans s'apercevoir que son commentaire sert la plateforme et pourrait être apparenté à un travail, il est satisfait et joue le jeu avec plaisir puisqu'il a un sens. Ces notations sont une des parties de cette économie de la connaissance promue par Hayek, une société de surveillance qui optimise les prévisions économiques[472]. Elles sont généralisées à toutes les activités et mettent la pression sur les travailleurs notés par les utilisateurs et réciproquement. Ce modèle se veut "civilisateur" des affects humains. Il incite chacun à faire "bonne figure" et à proposer la meilleure prestation, le meilleur de soi. Pour être intégré au système, mieux vaut être bien noté, alors il faut bien se tenir. C'est la valeur méritocratique qui sous-tend l'idéologie des start-up. Un égalitarisme contrebalancé par l'idée que "*si l'on veut, on peut*", que les meilleurs sont ceux qui ont surpassé leurs capacités et se sont élevés au firmament de la société humaine grâce à leur réussite, à savoir, sont devenus millionnaires.
Depuis leur création, les plateformes telles que Google (et YouTube) ont sublimé le principe de collecte d'informations. Toutes les activités humaines sont prises dans cette compétition individuelle, d'un marché sans marchandise, dans lequel chaque entité, humain compris, est évaluée pour donner sa valeur, son prix. Aucune utilité sociale n'est prise en compte dans ce système d'évaluation. Seule la conduite des individus est

[470] SMYRNAIOS Nikos. « L'idéologie cynique de la Silicon Valley », *Nectart*, vol. 16, no. 1, 2023, pp. 144-153.
[471] ROWE, Frantz, NGWENYAMA, Ojelanki, et RICHET, Jean-Loup. "Contact-tracing apps and alienation in the age of COVID-19". European Journal of Information Systems, 2020, vol. 29, no 5, p. 545-562.
[472] ZUBOFF Shoshana, « L'âge du capitalisme de surveillance », Paris, Zulma, 2020

scrutée dans une logique de contrôle et de performance. Les plateformes sont devenues le fer de lance de la surveillance néolibérale et en ont fait leur cœur de métier. Elles captent toutes les traces numériques, les analysent en temps réel, et vendent leurs résultats aux plus offrants en engrangeant d'énormes profits. Elles sont donc la quintessence de cette société de contrôle, et de son acceptabilité par les usagers. Les services rendus servent de rétribution en échange des données qui semblent indolores et inoffensives. Mais ces masses de données viennent alimenter et anticiper les réactions des consommateurs citoyens. Elles deviennent des produits, des ressources qui permettent de prédire les comportements des utilisateurs et la visibilité des marques accompagnant leurs publicités.

Si les intellectuels et les universitaires analysent les effets ambigus des plateformes numériques et des réseaux sociaux en particulier, mettant à jour la collecte des données personnelles, la fabrication et diffusion de fake news, l'uberisation du travail, le travail digital bénévole, la société de surveillance, l'hégémonie économique et culturelle…, le public, lui, utilise largement leurs services. L'étude du Pew Research Center de 2018 montre que 74 % des Américains affirment que les grandes entreprises technologiques, ainsi que leurs produits et services ont eu un impact plus positif que négatif sur leur propre vie, même si elles devraient être davantage réglementées (51%). Les multinationales numériques sont considérées comme les autres firmes pour leur côté éthique, ni plus, ni moins (69%). Et une majorité légèrement plus faible d'Américains (63%) pensent que l'impact de ces entreprises sur la société dans son ensemble a été positif. Mais ils sont pourtant 72% à penser probable que les réseaux sociaux censurent les opinions politiques allant à l'encontre de leurs intérêts. La contradiction s'infiltre dans tous les comportements et les pensées qui les accompagnent.

De ce fait, 43% des Américains ont l'impression que ces plateformes soutiennent les opinions libérales contre seulement 11%, celles des conservateurs[473]. Ces plateformes ont réussi à s'insérer dans la vie des Américains, qui les jugent à l'aune de leur proximité affective, à l'image d'une entité faisant partie de leur cercle intime, avec ses défauts et ses qualités, considérées plus importantes. Frantz Rowe parle d'une fausse conscience venant désactiver l'esprit critique à propos du numérique et des technologies sous-jacentes. La datafication du monde en est facilitée par la facilité que celle-ci peut apporter en compensation d'une exploitation généralisée de toutes les traces humaines générées par les actions numérisées. « *Plus notre fausse conscience du numérique est profonde, plus nous légitimons notre condition d'homo digitalis, et plus il est difficile de contester le développement de régimes d'exploitation rendus possibles par le numérique* »[474].

Tout a été pensé par les ingénieurs et les entrepreneurs numériques pour tisser une emprise très difficile à esquiver. L'arrivée du smartphone a parachevé l'édifice. Sa petite taille et sa puissance de calcul ont permis d'embarquer chaque individu dans une dépendance addictive, fracturant la frontière entre l'analyse documentée et rationnelle de ses nuisances et l'usage irrationnel et immodéré de ses fonctionnalités. C'est par le smartphone et ses faibles coûts de bande passante, que se déploient aujourd'hui les plateformes après avoir colonisé les usages de l'ordinateur[475]. Grâce aux applications téléchargeables, le smartphone offre à ses utilisateurs tant de satisfactions que celles-ci l'emportent largement sur les risques que ces technologies

---

[473] SMITH Aaron, « Public attitudes toward technology companies » Pew Research center, 2018. En Ligne https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2018/06/PI_2018.06.28_tech-companies_FINAL.pdf

[474] ROWE Frantz, KLEIN Stefan, HENRISEN Helle Zinner « The Open Prison of the Big Data Revolution: False Consciousness, Faustian Bargains, and Digital Entrapment ». Information Systems Research 2023°

[475] BOUQUILLION, Philippe et ITHURBIDE, Christine. La globalisation culturelle et les nouveaux enjeux d'hégémonie à l'heure des plateformes. Reseaux, 2021, vol. 226227, no 2, p. 71-98.

peuvent faire courir à l'unité des sociétés humaines. C'est un combat que se livrent les opérateurs téléphoniques et ceux de l'internet.
Le néolibéralisme a réussi à individualiser toutes les pratiques grâce à ce concentré de technologie. Il est devenu l'attribut social par excellence, celui qui donne du pouvoir à son propriétaire, qui peut en exploiter toutes les ressources, permettant une certaine distinction entre les individus selon le modèle possédé. Mais cet "*empowerment"* personnel s'accompagne souvent d'une servitude numérique qui happe l'attention au détriment de l'ici et maintenant. Projetés dans un ailleurs indéfini, les utilisateurs les plus imprégnés se plongent dans « la société du spectacle » qui marchandise la totalité de leur monde[476]. Ainsi, la boucle est bouclée, les plateformes sont les pourvoyeuses d'une hégémonie néolibérale dont les individus doivent être réduits à leur plus simple rôle de consommateur, rythmés par des algorithmes qui augmentent la fréquence de la réactivité immédiate et éviter toute réflexivité qui laisserait voir la vanité, précisément, de cette spéculation collective[477].

Mais les plateformes portent en elles des ambivalences qui rendent les trajectoires d'influence moins rectilignes qu'il n'y parait. Leur histoire et le socle sur lequel elles ont prospéré opèrent de manière diffuse des mécanismes de résistance :
Le premier processus activé par les plateformes consiste dans leur capacité à s'approprier les relations sociales et de les marchandiser comme des produits et services. Alors que la temporalité semble s'accélérer[478] et que les relations sociales s'individualisent et se reconfigurent, les plateformes offrent la possibilité de créer de nouvelles sortes de liens distanciels qui favorisent l'expression du soi[479]. Ainsi, tout ce qui fait la vie des individus, leurs affects, leurs partages, leurs opinions, les frictions relationnelles autant que les attirances, sont ainsi transformées en flux de données numérisées pour alimenter la grande "machine à consommer", élément central du dispositif néolibéral. Le "service" le plus répandu étant celui de remplir le temps vacant par du contenu dont le design est conçu expressément pour capter l'attention[480]. Mais l'ambiguïté de ces dispositifs est que cette attention peut aussi servir d'autres causes et permettre de propager des appels à résister, à se soulever et à manifester, comme lors des révolutions arabes ou le mouvement des Gilets jaunes. Dans leur fonctionnement même, les plateformes se sont retrouvées celles qui semblaient pouvoir déjouer certains stratagèmes gouvernementaux, en offrant la possibilité à tout un chacun d'exprimer son point de vue et de se s'organiser.

Le second processus permet aux plateformes de faire émerger de nouveaux acteurs économiques en les mettant en concurrence avec les anciens. Leur *business model* et leurs technologies, souvent algorithmiques, leur donnent des avantages économiques très importants. Elles peuvent ainsi s'infiltrer dans des secteurs jusqu'ici relativement fermés et les déstabiliser[481]. Même si ce modèle s'accompagne d'une déstructuration du marché du travail, et multiplie les emplois précaires et peu rémunérateurs, il est utilisé par les consommateurs qui bénéficient d'une baisse des tarifs et d'avantages nouveaux. C'est ainsi qu'une quantité

---

[476] DEBORD Guy, « La société du spectacle » Éditions Buchet-Chastel Paris, 1967
[477] BOULLIER Dominique, « Puissance des plateformes numériques, territoire et souveraineté » SciencesPo
[478] ROSA Hartmut, « Alienation et accélération », La Découverte, théorie critique, 2010.
[479] GOFFMAN Erving et KIHM Alain. « La mise en scène de la vie quotidienne ». Paris : Editions de minuit, 1973.
[480] CITTON Yves. Pour une écologie de l'attention. Le Seuil, la couleur des idées, 2014.
[481] LEONARDI Daniela, ARMANO Emiliana, et MURGIA Annalisa. « Plateformes numériques et formes de résistance à la subjectivité précaire ». Les Mondes du travail, 2020, no 24-25, p. 71-83.

non négligeable de médias critiques ont pu voir le jour et trouver un public qui ne se satisfaisait pas des médias dominants, même s'ils ont toujours des audiences importantes[482]. Des points de vue alternatifs peuvent désormais se faire entendre grâce à YouTube et aux réseaux sociaux qui en assure la promotion. Les publics ont la possibilité de se sentir représentés à travers des personnalités émergentes qui expriment publiquement leurs idées, reflétant au passage celles de ceux qui les suivent et les soutiennent.

La vision des politiques s'est aussi vue quelque peu brouillée lorsqu'ils ont découvert que les plateformes pouvaient jouer contre eux. Les soupçons de manipulation d'opinion avec Cambridge Analytica lors du Brexit en 2018, de l'utilisation douteuse de Twitter par Donald Trump pendant sa présidence, et l'attaque du capitole en 2021, ont mis en valeur leurs potentielles nocivités dans le débat politique. « *L'effet boite noire des firmes dominantes du numérique apparait désormais dangereux* » nous dit Dominique Boullier ; dangereux pour la démocratie, mais aussi (et surtout ?) pour le personnel politique qui se voit délégitimé dans son cœur de métier, la politique. Et c'est seulement quand ils se sentent attaqués par les plateformes que les dirigeants réagissent. C'est alors que l'Europe met en place le RGPD (Règlement général sur la protection des données), tentant de limiter l'hégémonie des plateformes dans un contexte où les usagers sont de plus en plus sensibilisés à ces questions. Mais là où Google et YouTube ont réussi à conserver une opinion favorable vis-à-vis de leurs utilisateurs, les hommes et femmes politiques ont perdu leur confiance. De plus, le néolibéralisme qu'ils soutenaient fait aussi la promotion de la liberté des individus, dont la liberté de penser autrement est un des fondements. Peuvent alors exister en leur sein des espaces de libre expression qui viennent s'opposer au système. #DataGueule en est un exemple.

Enfin, les systèmes fonctionnent grâce à des individus qui eux-mêmes, sont baignés dans les effets qu'ils sont censés produire. Ils les subissent autant qu'ils les activent, mais ils ont aussi la possibilité d'y jouer leur partition personnelle.
Les institutions changent, mais lentement. Si la poussée du néolibéralisme les a profondément remaniées de l'intérieur, en y plaçant ses "agents" convaincus de la nécessité de réformes structurelles, il existe en leur sein une résistance passive que d'autres fonctionnaires entretiennent juste en voulant bien faire leur travail et lui donner du sens. L'individualisation des rapports sociaux oblige chacun à trouver sa voie et à la faire résonner dans le concert des autres trajectoires. L'objectif des individus n'est plus seulement de vivre sa vie en suivant une trace déterminée, mais de créer les conditions qui l'accordent à un ensemble plus large pour la faire reconnaitre par sa communauté de vie.

> *Ainsi les individus sont-ils à la fois soumis aux effets d'extériorité à eux-mêmes, de mise en scène déréalisante, liés aux médias centralisés, mais ils sont aussi rendus plus capables de construire des représentations et de les faire circuler.*
> *Selon que le contexte social et technique sera favorable à une appropriation constructive et éthique ou au contraire perverse et compensatoire, il en résultera des comportements qui nous apparaissent comme radicalement opposés.*
> *Philippe Aigrain, 2005*[483]

---

[482] LYUBAREVA Inna, ROCHELANDET Fabrice, HARALAMBOUS Yannis. « Qualité et différenciation des biens informationnels. Une étude exploratoire sur l'information d'actualité ». Revue d'économie industrielle, 2020, 172 (4), pp.133-177.

[483] AIGRAIN Philippe, « Cause commune, l'information entre bien commun et propriété », Fayard 2005, P37

La France a une histoire dans laquelle les services publics ont une place centrale. Ils représentent l'État et sont encore empreints de l'idée de protection des citoyens et d'utilité publique. Et il reste à l'intérieur, quantité d'agents qui par leur travail quotidien, résistent passivement à la dénaturation de leurs missions. À leur petite échelle, ils cherchent à valoriser symboliquement leur activité afin qu'elle puisse s'accorder à leurs valeurs, leurs envies, leurs goûts…

C'est la raison pour laquelle existent encore çà et là des possibilités d'existence presque anachronique de petites bulles de liberté encore préservées.

C'est de l'une de ces bulles que nous allons analyser maintenant, contenue à l'intérieur d'un service public important : celui de la télévision publique.

3.8 Conclusion du chapitre 3

Ce chapitre a montré le double dynamique historique des technologies de l'information et de la communication (TIC). Autant celles-ci s'inscrivaient dans des usages de surveillance et de défense militaire, dans l'idée de se protéger d'une menace extérieure, autant une partie de leurs concepteurs s'inscrivait dans une vision ouverte qui remettait en question l'organisation verticale de la société. Le quiproquo qui se dégagea d'Internet est qu'il était conçu comme un réseau peer to peer (P2P) qui lui donnait une très grande robustesse appréciée par les militaires, mais empêchait de ce fait toute tentative stricte de contrôle par l'état. D'un côté, certains défendaient la privatisation de la recherche et de ses applications, de l'autre, certains militaient et travaillaient pour leurs mises à disposition libre et gratuite.

L'histoire de l'internet, puis celle des grandes plateformes qui en occupent aujourd'hui la majorité de l'espace abritent deux mouvements contradictoires :

Accompagnées et soutenues par le néolibéralisme ainsi que par les gouvernements qui en soutenaient l'idéologie, les plateformes ont étendu un contrôle hégémonique sur le monde grâce à la captation massive des données récoltées. Celles-ci permettent de profiler les utilisateurs autant que les citoyens, pour tenter d'orienter leur consommation, leurs pratiques et leur vision du monde. Elles ont été largement soutenues par le monde politique libéral qui y voyait un modèle à appliquer à l'ensemble de la société.

Mais, outre les services rendus à la population, ces mêmes plateformes permettent également d'héberger des espaces de liberté permettant de s'émanciper de la communication dominante créée par les consortiums d'information pro gouvernementaux. Des logiciels libres existent et permettent d'esquiver la domination des multinationales et de s'organiser dans un esprit de coopération. Cette orientation vient des soubassements contre-culturels dont Stewart Brand a été l'un des promoteurs des années 60.

Mais si ce mouvement cherchait le développement personnel des individus, les technologies de l'information, et avec elles celles de l'informatique, ont forgé l'idée d'une privatisation du cyberespace comme moyen de stimuler l'innovation. L'évènement annuel Burning Man en est une sorte de laboratoire à ciel ouvert. Il permit de mettre en œuvre un management par projet, où le consentement cherche à dissoudre la subordination, où le plaisir et la créativité se veulent être les moteurs de l'implication au sein de l'entreprise, mais où la flexibilité et la précarité sont les règles dissimulées par un nouveau lexique qui exclut le syndicalisme et la protection sociale. C'est un management qui se veut rationnel, basé sur les résultats et les tests massifs pour les optimiser. Il permet potentiellement à chacun d'élaborer ses propres projets au sein de l'entreprise.

Cependant, la réalité est quelque peu différente. L'égalité entre les collaborateurs n'est qu'un concept. Les hommes dominent largement les postes de direction. De plus, la croissance de l'entreprise s'est très majoritairement fait grâce à la sous-traitance et à l'acquisition d'entreprises extérieures. Les dirigeants de YouTube en connaissaient le fonctionnement. Leur idée était bien celle de vendre le plus cher possible leur jeune startup. Rompus à l'exercice en travaillant pour PayPal, ils connaissaient les bons interlocuteurs pour satisfaire leur ambition. Si le nom de YouTube est évocateur et donne accès immédiatement à l'idée de l'activité proposée, c'est l'acquisition de Google qui en fait le succès. Dès lors, les moyens financiers permettent d'assoir sa domination. En développant les codex de transcodage ainsi que le maillage de serveurs pour assurer une grande fluidité, la plateforme a progressivement écrasé ses concurrents. Son modèle multi-versant calque celui de Google et profite de ses algorithmes et de ses outils publicitaires. Pour la maison mère, les données récoltées viennent enrichir sa base et ainsi renforcent le ciblage de la population

de jeunes adultes captifs. La rémunération des créateurs de contenus est un avantage pour susciter des vocations et la création de millions de vidéos. Mais pour capter l'attention, il faut que leurs vidéos soient intéressantes, c'est-à-dire drôles, inattendues, touchantes, enrichissantes ou utiles. Plus la masse des contenus est importante, plus les webspectateurs peuvent y trouver leur compte et se fidéliser. Et les résultats sont là. Si le visionnage des vidéos de divertissement un tiers du temps passé, les vidéos de Connaissance représentent plus de 60% des contenus disponibles et 17% du temps à les visionner. Rapportée à la consommation moyenne des jeunes adultes en France, cela correspond quotidiennement à 15 minutes pour se détendre et 9 minutes pour apprendre, ce qui est loin d'être négligeable. Bien sûr, comme toute l'industrie culturelle, le modèle économique est très inégalitaire. Moins de 0,5% des chaines captent plus de 60% des vues quand près de 88% n'en récoltent que 8.5%. Ce phénomène est courant dans la littérature, le cinéma ou les arts, mais il révèle en creux un très fort investissement populaire pour la pratique de production vidéographique. Produire une vidéo et la téléverser sur YouTube nécessite certaines compétences. Puisque ce n'est pas par l'école qu'ils les ont acquises, les créateurs de contenu sont pour la plupart autodidactes et par cet exercice, ils développent leur créativité et leur esprit critique. Prenant exemple sur les chaines et les vidéos qu'ils apprécient et qui rencontrent un large public, ils s'en inspireront dans leur pratique. Si le service public cherche toujours sa stratégie quant à une diffusion en dehors de ses réseaux propriétaires, quelques exceptions sont intéressantes à noter et à analyser. C'est ce que nous allons faire maintenant.

Chapitre 4
Quand France Télévisions coproduit #DataGueule

4.1 Une fenêtre d'opportunité ouverte par une équipe dirigeante clairvoyante

Présence de France Télévisions à l'intérieur de YouTube

Si la chaine #DataGueule illustre le déroulement de notre pensée et vient lui donner corps, nous ne souhaitons pas limiter nos conclusions à sa seule existence. En effet, nous l'avons choisie, car elle nous semble exemplaire dans l'illustration de nos propos, mais d'autres chaines sur la même plateforme auraient pu révéler les mêmes résultats. Il s'agit ici de pouvoir tester certaines de nos hypothèses.

Figure 79 :
Comparaison des audiences des chaines YouTube du service public et de la chaine #DataGueule (juin19)

Nom	Détails	Date création	Nb Vidéos	Abonnés		Vues en millions		Moyenne Nb vues/ abonnés	Moyenne de vues par vidéo
France tv sport	Retrouvez toute l'actualité de tous les sports	3-févr.-14	17 000	657 000	1	579	1	881	34 059
#DataGueule	Décryptage sujets de société grâce aux données disponibles	30-mai-14	152	584 000	2	47	7	594	309 211
Slash	Programmes jeunes adultes	19-janv.-18	1 000	579 000	3	221	2	382	221 000
Franceinfo	L'info de France Info	18-sept.-06	11 000	450 000	4	104	3	231	9 455
Slash Studio	Programmes jeunesse	26-juin-14	409	450 000	5	93	4	206	227 139
France Télévisions	programmes des chaines FTV	20-mai-10	5 400	345 000	6	54	5	155	9 907
Okoo	Offre enfant	30-janv.-15	686	253 000	**7**	48	6	190	69 971
Culturebox	Le spectacle vivant	20-juin-13	87	194 000	8	26	8	136	303 448
Slash Causes	Inspirer / décomplexer	29-mai-15	503	170 000	9	25	9	146	49 304
Slash Talents	Inspirer / décomplexer	13-sept.-13	420	168 000	10	16	10	94	37 619
Slash Enquête	Des enquêtes pour les jeunes adultes	05-mai-14	328	163 000	11	15	11	91	45 122
Lumni	éducation	5-nov.-12	610	115 000	12	14	12	122	22 951
France tv	Séries & fictions, info et société, documentaires, culture, divertissements, jeunesse, sport…	2-nov.-17	386	92 700	13	1	13	7	1 692
France tv lab	l'innovation de France Télévisions	16-avr.-18	124	888	14	0,001	14	134	1 044

La première est de la diminution de la lecture dans la récolte d'information et de connaissance, diminution compensée par la lecture de Vidéos. La seconde est celle de la youtubisation de la connaissance, celle d'un contenu apportant de la connaissance, intégrée dans un dispositif tel que celui de YouTube, permettant aux jeunes adultes de comprendre certains enjeux sociétaux et d'amorcer un engagement politique. La troisième est que l'écriture de commentaires est un processus d'apprentissage de la citoyenneté à travers l'ouverture à la discussion et la pratique argumentaire.

La particularité de #DataGueule vient de son histoire et de ses liens avec France Télévisions, service public de l'audiovisuel français. En effet, celui-ci coproduit ce programme depuis le début, suite à un appel d'offres lancé officieusement par le patron des « Nouvelles écritures », nouveau service dédié à l'exploration et au développement de programmes spécifiquement diffusés sur le Net. Une société de production privée a donc proposé un projet. Il a été accepté par le service et a pu ainsi voir le jour.

Contrairement à une majorité de programmes diffusés sur YouTube, #DataGueule a donc bénéficié de financements (modiques à ses débuts), lui permettant d'utiliser des technologies de fabrication plus complexes que la normale, ce qui lui a permis de créer un style graphique original et percutant. Allié à une écriture maitrisée et à un ton singulier, le programme a su trouver et fidéliser rapidement un large public, dont les partages en ont multiplié l'audience.

La chaine #DataGueule appartient à ses auteurs qui en sont les contributeurs principaux. L'un d'entre eux s'appelle Henri Poulain, il en est également le réalisateur et le producteur.

La chaine #DataGueule ne fait donc pas partie de celles éditées par le groupe France Télévisions, mais en comparer les performances en termes d'audience est intéressant. En effet, comme le montre le tableau récapitulatif des nombreuses chaines YouTube éditées par le service public (Fig.79), #DataGueule se trouve au second rang en nombre d'abonnés ; ce qui est significatif.

En faisant le ratio du nombre de vidéos mises en ligne par le nombre de vues, #DataGueule arrive en tête. Cela indique un très fort taux de fidélité et d'engagement. Nous le montrerons ultérieurement.

Il nous semble donc intéressant de mesurer l'importance de France Télévisions sur YouTube, comparée à celle de #DataGueule, qui, malgré son financement, a su rester totalement indépendante de sa coproductrice. On peut donc considérer que l'objet de notre recherche se trouve à mi-chemin entre le service public et l'initiative privée d'un collectif de créateurs de contenus. Nous analyserons dans cette partie les rapports qui les unissent, et les effets que cette association produit.

En comparaison, les chaines de télévision historiques ont investi YouTube différemment avec leur marque :

- TF1 a ouvert une chaine YouTube sur l'info, TF1 info[484] qui réunit 175k abonnés et a opté pour une participation de 6% dans Studio 71, une agence de gestion de talents sur YouTube. Elle produit et gère les relations commerciales de chaine YouTube telles que Seb laFrit ou Horia.
  Pour profiter de la notoriété de certains Youtubeurs, TF1 a aussi produit la série humoristique « Presque Adulte » avec les Youtubeurs populaires que sont Norman, Cyprien et Natoo.
- M6 a une chaine officielle[485] depuis le 2 juillet 2009, mais ne semble pas l'alimenter. Elle se concentre sur son site m6.fr.

[484] @TF1INFO, 323 k abonnés, 2,7 k vidéos https://www.YouTube.com/@TF1INFO

[485] @M6prog・26,6 k abonnés・9 vidéos En ligne https://www.youtube.com/@M6prog/videos et https://www.6play.fr/

- Canal + a créé sa chaine en 2011[486], mais a racheté Studio Bagel, un producteur de programmes tels que Golden Moustache[487], Rose Carpet, Les Tutos… avec des résultats très hétérogènes.

Les 3 groupes privés ont préféré investir dans leur propre site propriétaire qui proposent des replays et des contenus originaux. Les vidéos accessibles sur YouTube qui sont extraites de leurs grilles de programmes ont été mises en ligne par des particuliers.

En comparaison, si France Télévisions a aussi fait le choix d'un site propriétaire, le groupe public a créé une multitude de chaines YouTube aux contenus différenciés. Elles ne s'appuient pas sur l'identité des Chaines hertziennes existantes, mais semblent fondées sur des critères peu explicites et mal promus.

Ce qui apparait de prime abord est leur nombre important. En effet, 13 chaines distinctes rendent difficile une lecture claire de leur contenu. À titre d'exemple, la chaine historique France Télévisions[488] créée le 20 mai 2010 parait faire doublon avec celle france.tv[489] créée le 2 novembre 2017. Si la première est créditée de 323 mille abonnés, la seconde l'est de 101 milles. De même, on ne comprend pas bien la distinction entre les chaines Slash[490], slash causes[491], slash enquêtes[492], slash talents[493] et slash studio (qui a été désactivée depuis). L'ensemble de toutes ces chaines révèle une certaine confusion quant à l'utilisation de YouTube pour exposer les programmes.

Une stratégie numérique différenciée

L'historique des sites des télévisions nationales date de 2005, année où TF1 lance son site Internet de vidéos à la demande (VOD) le 31 mars. En septembre 2006 sous la présidence de Patrick de Carolis, France Télévisions met en ligne France tvod, son site de vidéo à la demande, tandis que le groupe M6 suit la tendance deux ans plus tard avec M6 Replay, créé le 19 mars 2008.

Le développement d'un site internet réactif et intuitif n'est pas une évidence à l'époque, tant les compétences numériques des producteurs de contenu sont faibles. La préoccupation des développeurs est de mettre en place un CMS (Content Management System) unique avec une harmonisation technique et une mutualisation des outils. Le CMS est un dispositif technique en ligne grâce auquel il est possible de créer, gérer et de modifier facilement un site web, sans avoir besoin de connaissances techniques en langage informatique. Les équipes de France Télévisions veulent que les journalistes et producteurs soient les plus autonomes possible dans l'animation de leurs contenus, quand les anciennes interfaces nécessitaient l'intervention d'équipes techniques pour gérer des fonctionnalités avancées. Aujourd'hui, les plateformes se concentrent sur les programmes et laissent peu de place au rédactionnel. Les informaticiens ont moins besoin d'intervenir.

---

[486] @Canalplus・1,34 M d'abonnés・7,4 k vidéos En ligne : https://www.youtube.com/@Canalplus

[487] Le chaine YouTube Golden Moustache additionne plus 1 milliard de vue et ressence 3,55 millions d'abonnés. https://www.YouTube.com/user/goldenmoustachevideo

[488] @FranceTelevisions, 352 k abonnés, 5,6 k vidéos : https://www.YouTube.com/@FranceTelevisions

[489] @francetv, 101 k abonnés, 479 vidéos : https://www.youtube.com/francetv

[490] @francetvslash, 587 k abonnés ; 1,4 k vidéos : https://www.youtube.com/francetvslash

[491] @francetvslashcauses, 172 k abonnés, 568 vidéos : https://www.youtube.com/francetvslashcauses

[492] @francetvslashenquetes, 170 k abonnés, 366 vidéos : https://www.youtube.com/francetvslashEnquetes

[493] @francetvslashtalents, 189 k abonnés, 494 vidéos : https://www.youtube.com/francetvslashtalents

À cette époque, outre la diffusion sur la TNT et à travers les box des opérateurs télécoms, qui proposent la diffusion linéaire et les replays des chaines, la tendance sur Internet est à la concentration. MyTF1[494], 6play[495], myCanal[496], Arte[497] et France Télévisions[498] montent des plateformes dédiées. Elles rassemblent le contenu de toutes leurs chaines linéaires et non linéaires. Chacune tente de répliquer son modèle économique historique : diffuser ses programmes sur ses antennes, en replay sur les boxes des opérateurs et sur son site, en gérant en interne la publicité, placée avant et pendant les programmes. Pour les utilisateurs, une inscription est nécessaire pour la diffusion Internet. Elle permet d'identifier plus précisément les spectateurs et optimise les recettes publicitaires.

On trouve sur la plateforme de France Télévisions les programmes de France 2, France 3, France 4, France 5, France 1 (anciennement France O pour l'outre-mer), France Info, Culture box, ainsi que Slash et Okoo, les sites pour les jeunes adultes et les enfants. Le 2 avril 2015, France Télévisions lance une plateforme éducative. Elle devient Lumni en 2019 à l'occasion du Covid.

TF1 et M6 fonctionnent sur le même principe de navigation que celui de France Télévisions. L'architecture fonctionne avec le même template, sorte de gabarit constitué d'éléments modifiables (Fig.80).

L'architecture des principaux sites des diffuseurs français est presque identique d'un groupe à l'autre :

- Un menu en haut de page permet d'accéder directement aux chaines du groupe et aux principaux genres de programmes,
- Un déroulant vertical composées vignetées désignant les programmes, propose des lignes thématisées, telles que :
    - Les programmes déjà visionnés
    - Les recommandations de l'algorithme
    - Les séries et autres fictions
    - Le cinéma
    - Les documentaires
    - Et toutes autres thématiques imaginées par la chaine.
    - …

Chaque ligne de vignette pouvant s'étendre à l'horizontale pour visualiser la totalité des programmes.

En cliquant sur une vignette, on accède à la page du programme ciblé, proposant quelques mots d'explication (résumé…), le cas échéant les autres épisodes si c'est une série, ainsi qu'une colonne de recommandations algorithmiques de programmes, situées à droite de la page.

Cette rapide description montre la même maquette de site, les mêmes types d'affichages de leurs programmes, entre les principaux groupes audiovisuels, publics et privés. Tous les programmes sont regroupés par thématiques verticalisées, chaque thématique s'explore par lignes horizontales, dont les propositions sont affichées à l'aide de miniature type « affiche de cinéma ». En cliquant dessus, le webspectateur peut obtenir les détails du programme (résumé, acteurs principaux…)

[494] https://www.tf1.fr/
[495] https://www.6play.fr/
[496] https://www.canalplus.com/
[497] https://www.arte.tv/fr/
[498] https://www.france.tv/

Figure 80 : Capture d'écran élargie de la page d'accueil du site France.tv le24 mars 2023

La particularité de France Télévisions dans sa stratégie de diffusion concerne sa présence sur YouTube, objet de notre recherche. Les groupes privés se distinguent en minimisant leur présence sur YouTube.

Pour comprendre l'origine de la présence de France Télévisions sur YouTube et en appréhender les effets, il faut remonter en 2010, année de nomination de Rémy Pflimlin comme président de France Télévisions.

Depuis plusieurs années les réflexions institutionnelles autour du numérique exerçaient des pressions sur les dirigeants actuels et futurs de France Télévision.

Le rapport du député Dominique Richard[499] préconisait déjà en 2006 que « les nouveaux services de communication (Internet, téléphonie), la vidéo à la demande et les chaînes thématiques de France Télévisions doivent permettre de mieux diffuser des émissions de service public pour un public ciblé » et que son objectif « n'est pas de placer exclusivement les téléspectateurs devant un écran télé ».

Deux ans plus tard en 2008, Christian Ekert[500] réitère son analyse dans un autre rapport parlementaire qui prône la nécessité d'organiser le groupe en une entreprise unique « en adéquation avec les évolutions numériques, dans laquelle la télévision publique doit devenir un « média global ». Cela signifie que les programmes seront diffusés sur tous les types de support (aussi bien télévision qu'Internet et téléphonie mobile personnelle) afin de s'adapter à tous les usages. »

Un nouveau président pragmatique

La nomination de Remy Pflimlin est controversée, car il est le premier président du groupe audiovisuel public à être directement nommé par le président de la République Nicolas Sarkozy ; nomination avalisée ensuite par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). Suite à « l'affaire Woerth »[501] et pour ne pas attiser les tensions politiques, Sarkozy le choisit malgré sa préférence pour Alexandre Bompard qui dirige à l'époque Europe 1. « Son arrivée à la tête de France Télévisions aurait été perçue comme une provocation par les syndicats », analyse l'Express[502]. « *Au contraire, ces derniers, même s'ils déplorent toujours le processus même de nomination, jugé contraire à l'indépendance de la presse, ne contestent pas la légitimité de Rémy Pflimlin* ». En effet, directeur général de France 3 de 1999 à 2005, il est jugé compétent et connait bien la maison. Son profil plus discret rassure aussi l'exécutif qui le pense plus malléable que son challenger Bompard. La maitrise de l'information est un enjeu du monde politique, bien que son influence ne soit pas démontrée. Rémy Pflimlin parait être un candidat sur qui le régime pourra s'appuyer et qui ne fera pas de vague. Pourtant, ce diagnostic s'avéra plus créatif que prévu.

Le contremaitre de la révolution numérique télévisuelle

Sur les conseils d'Alain Minc, Pflimlin propose à Bruno Patino de prendre la direction de la stratégie et du numérique de France Télévisions ainsi que la direction générale de France 5. Après avoir été le DG du Monde interactif et directeur de la publication de Télérama, Patino est à cette époque le directeur de France Culture et organise le pôle numérique des états généraux de la presse[503].

Diplômé de Sciences Po et de l'ESSEC, de doubles cultures franco-boliviennes, né d'une mère française et d'un père indien aymara rencontré en France à la suite de son émigration à 38 ans, Bruno Patino a une vision élargie du monde et un don pour la prospective qui le font s'intéresser aux développements numériques et

---

[499] RICHARD Dominique « Missions du service public de l'audiovisuel et offre de programmes », Assemblée nationale, 1er mars 2006. En ligne : https://www.assemblee-nationale.fr/12/rap-info/i2917.asp

[500] EKERT Christian, « rapport relatif au nouveau service public de télévision », 19 nov 2008. En ligne : https://www.assemblee-nationale.fr/13/rapports/r1267-t1.asp

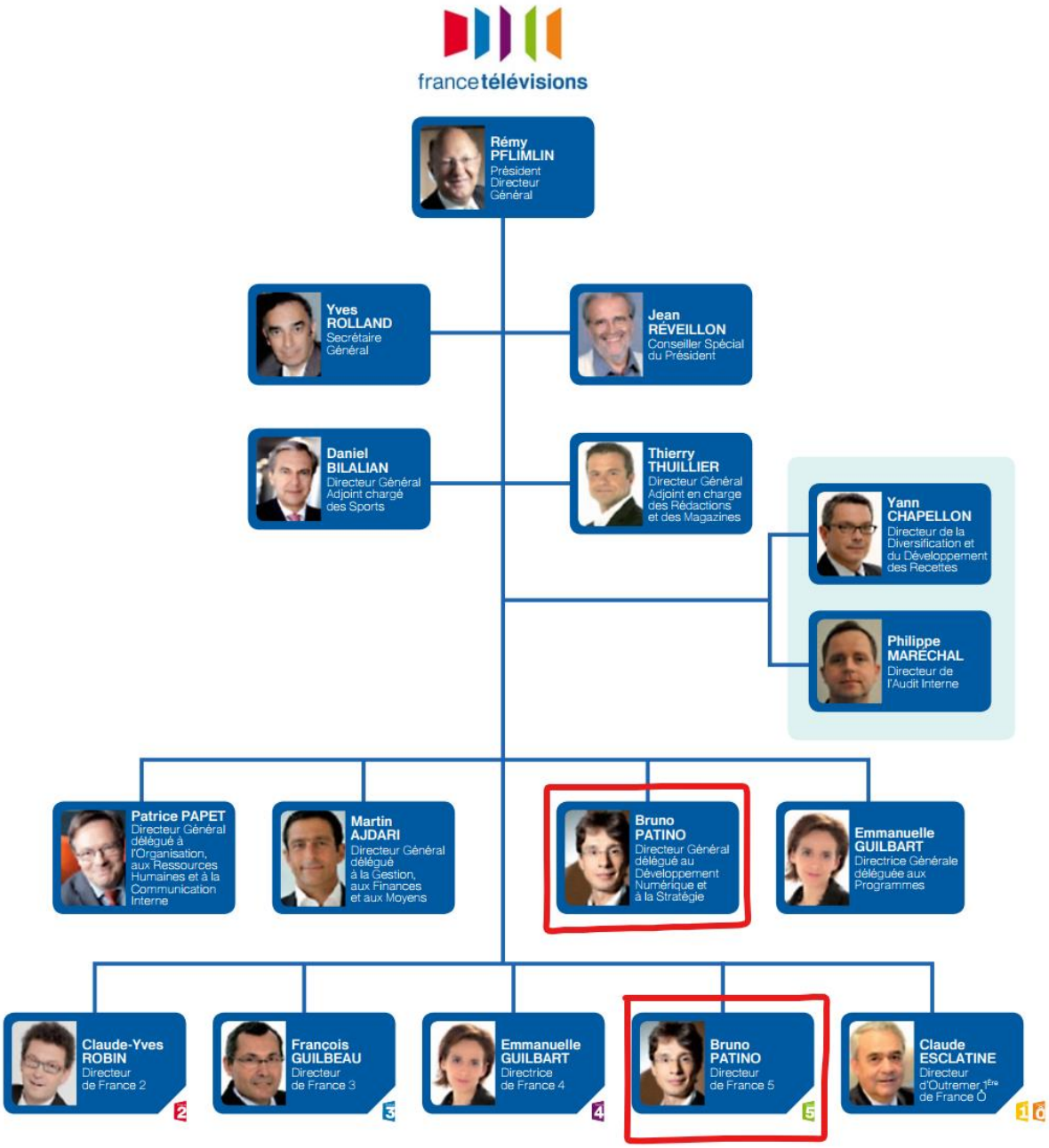
[501] L'affaire Woerth-Bettencourt est un scandale révélé par Médiapart concernant des conflits d'intérêts et financiers impliquant Éric Woerth ministre du travail de l'époque Sarkozy

[502] L'express du 5 mai 2010 « France Télévisions: Pourquoi Sarkozy a préféré Pflimlin » en ligne : https://www.lexpress.fr/economie/entreprises/france-televisions-pourquoi-sarkozy-a-prefere-pflimlin_1362548.html

[503] Les Etats généraux de la presse écrite ont été lancés le 2 octobre 2008 par Nicolas Sarkozy. Il s'agissait d'apporter des réponses aux difficultés économiques que rencontre la presse écrite, notamment face au développement de l'Internet et des journaux gratuits.

à ses applications pour les médias. C'est Jean-Marie Colombani, alors président du directoire du Monde qui le fait entrer dans son groupe. Des « cahiers du cinéma, au Monde interactif puis à Télérama, il gravit les échelons en changeant de support. L'essai "*Une presse sans Gutenberg*"[504] (2005) représente un tournant dans sa carrière. Coécrits avec Jean-François Fogel avec qui il avait développé lemonde.fr, les deux auteurs remontent l'histoire économique de la presse jusqu'à l'ère du numérique. Bruno Patino devient alors l'un des spécialistes du numérique. Il comprend que l'univers numérique est en train de bousculer la condition humaine.

Figure 81 :
Organigramme mis en place par Rémy Pflimlin. Rapport financier 2010 – p38



[504] FOGEL Jean-François, PATINO Bruno : « une presse sans Gutenberg », éditions Grasset 2005.

Dans l'entretien de l'émission « Arrêt sur Image » du 25 juin 2008[505], Patino fait référence à la vidéo de Sarkozy au salon de l'agriculture dans laquelle on le voit insulter un passant qui refuse de lui serrer la main. Celle-ci est diffusée par le site du Parisien et est vue plus de 19 millions de fois, obligeant les journaux et chaines nationales à reprendre l'information. Patino émet l'idée d'une compétition « sportive » entre le réseau (l'audience non agglomérée) et les rédactions de presse. Un jeu qui se joue entre deux groupes distincts, dans lequel journalistes et internautes ne se confondent pas et ne sont pas en guerre ou en défiance l'un contre l'autre. Ils s'alimentent mutuellement, battant en brèche l'idée de l'influence de l'opinion publique (prônée par Walter Lippmann) par d'une minorité éclairée.

Aujourd'hui (dit Patino en 2008) un équilibre s'opère entre une hiérarchie journalistique qui pousserait certains sujets et visions du monde, avec une hiérarchie alternative du réseau, capable lui aussi d'imposer certains thèmes ou séquences.

Si on se replace dans l'histoire, après le lancement d'un nouveau média, il y a toujours une phase d'apprentissage et de maitrise des techniques. « *Depuis les années 2000, le métier de ceux qui font internet est de s'affranchir progressivement des outils de la mise en ligne. Au début d'Internet, mettre en ligne quelque chose était très compliqué, c'est beaucoup plus simple aujourd'hui de formater une page avec ses contenus, et cela apporte une plus grande liberté éditoriale et journalistique* ». La blogosphère et les réseaux sociaux poussent à une plus grande adaptabilité technique qui peut laisser de la place à l'écho médiatique du réseau. Son expérience au monde.fr est un atout indéniable pour France Télévisions. La proposition de Pflimlin de prendre la direction de la stratégie et du numérique du groupe lui correspond parfaitement, bien qu'il n'ait aucune expérience télévisuelle. Les nombreux entretiens qu'il a accordés aux journalistes lors de sa prise de fonction, et durant ses années de direction, nous serviront à décrire la vision qu'il a de sa mission, et les réalisations mises en place. N'ayant pas réussi à le rencontrer directement, et voulant nous replonger dans le contexte de l'époque (2010), nous avons analysé une vingtaine d'entretiens et d'articles pour décrypter sa vision de l'évolution de la télévision vis-à-vis du numérique, de la place que France Télévisions doit y prendre, et des décisions qu'il a prises pour accorder son analyse au groupe audiovisuel public.

Dans l'entretien mené par François Jost, la définition de ce qu'est la télévision en 2012 n'est plus aussi simple que lors de son déploiement dans les années 70/80[506]. À cette époque, la télévision était l'écran du salon à partir duquel quelques chaines proposaient des programmes audiovisuels à des horaires définis, et s'adressait à une population large. Aujourd'hui, la télévision est avant tout un écran, le plus grand de la maison, dont l'utilisation est médiée par une télécommande. Depuis lors, trois autres types d'écrans ont intégré les foyers : l'ordinateur qui sert à travailler et à jouer, dans une assise dynamique ; la tablette, dont l'usage se partage, et qui se manipule directement avec les doigts, assis dans un fauteuil ; et le smartphone, qui correspond à une utilisation individuelle et intime, seulement distend d'une longueur de bras.

L'arrivée de la TNT (Télévision Numérique Terrestre) en 2005, fait baisser par leur concurrence l'audience de toutes les chaines diffusées en hertzien, telles que TF1, les chaines de France Télévisions et celles de M6. L'offre se diversifie et la qualité technique augmente significativement. De six chaines nationales, les téléspectateurs peuvent désormais capter 42. Patino arrive dans une situation de bouleversement du modèle hégémonique des télévisions hertziennes, dans lequel les audiences baissent tendanciellement et se diluent dans une profusion d'offres.

---

[505] Archive disponible sur le site arretsurimages.net

[506] JOSTE François, « Entretien : Bruno Patino », *Télévision*, vol. 10, no. 1, 2019, pp. 235-256.

La télévision meurt en triomphant, analyse Patino. C'est un paradoxe simple. Autrefois, les images animées étaient rares. Elles étaient limitées au poste de télévision et au cinéma. La télévision a triomphé dans le sens où les images animées sont partout, tout est vidéotisé. Mais les images animées n'ont plus la capacité de rassembler le public en même temps dans un seul lieu. C'est donc un triomphe paradoxal. La télévision est partout, mais le poste de télévision a perdu son statut dominant.

« *Le destin du téléviseur c'est une chose, le destin d'une chaîne linéaire avec sa proposition éditoriale en est une autre et le destin des programmes en est une troisième. Aujourd'hui, la télévision, c'est ces trois éléments-là, mais trois éléments qui n'ont pas le même destin. Quand on parle aujourd'hui de télévision, il faut avoir présent à l'esprit ces trois éléments-là et savoir qu'aucun de ces trois éléments n'affronte les mêmes problèmes et n'a potentiellement le même avenir." (ibid. p.238)*

En 2012, la télévision commence à sortir du téléviseur. Il y a comme une émancipation de la télévision et du partage télévisuel qui se répand sur tous les écrans. Le grand écran est le lieu du spectacle, de l'évènement et du collectif, qui réunit autour de lui un groupe familial ou amical, voire de supporters lors des grands évènements sportifs. Si elle a perdu son monopole, la télévision dispose encore d'atouts comme sa capacité à rassembler lors des grands évènements ou sa capacité à accompagner les gens au quotidien, ce que Patino appelle la « télévision d'accompagnement ». Les écrans plus petits incorporent aussi ce partage social, mais par la voie des réseaux. « *Le numérique, ce n'est pas qu'une technologie, ce n'est pas qu'une mise en réseau des gens, c'est aussi la définition d'un nouvel espace social »*.

Patino décrit l'utilisation de l'écran dans un rapport au temps et au contexte : « *Si j'essaie de simplifier mon rapport à l'écran, mon rapport à l'espace (où est-ce que je suis et avec qui je suis), j'ai ce choix d'écran. Au total, petit à petit, de la même façon que le téléviseur reçoit les offres non linéaires, il y a une explosion de YouTube. Les gamins, quand ils sont en groupe, regardent YouTube sur le téléviseur de leurs parents, il n'y a pas de problème. Les box ne les accueillent pas, ce n'est pas grave. Avec leurs systèmes de téléphone, Samsung, OS, sans compter l'Apple TV ou les autres, vous mettez sur YouTube et puis c'est parti ! Et aujourd'hui la consommation YouTube sur le téléviseur progresse à toute vitesse. Mais l'inverse ne fonctionne pas. Si demain vous programmez des Youtubeurs sur votre télévision, ça ne va rien donner* » (Ibid, p244). Les petits ont plus de facultés d'absorber les gros que les gros les petits… Une révolution pour les faiseurs de programmes télé.

Patino ne pense pas que l'audiovisuel sera structuré autour de chaînes très puissantes. Au lieu de chaînes, on parlera plutôt de groupes de chaînes. Et dans ces groupes, les propositions linéaires ne seront qu'une partie des propositions éditoriales. Il n'y aura plus une chaîne avec des petits satellites numériques, mais un éditeur de contenus audiovisuels qui aura un très grand nombre de propositions éditoriales, certaines linéaires (des chaînes), certaines non linéaires (offres sur plateforme, abonnements) … Cette vision s'avère vrai en 2022.

> *« Quand je suis arrivé à France Télévisions, avec les équipes, nous savions que nous allions nous prendre la vague. Je le disais d'ailleurs avec une certaine appétence, parce que ça voulait dire qu'on allait réinventer des choses ». (ibid. 246).*

En effet, à son arrivée dans le groupe public, il n'existait pas de site pour mobiles ou tablettes. Il n'était pas possible de regarder le flux sur son téléphone ou son ordinateur. La diffusion des programmes se concentrait sur la télévision, en linéaire. Mais les usages changent et il semble impossible pour Patino de lutter contre ces nouveaux usages. Il faut les accompagner. Cela ne signifie pas que la télévision linéaire disparaitra, mais

« on peut imaginer qu'en 2030, au moins la moitié du temps passé devant le téléviseur le sera pour des programmes non linéaires. Il y a un tel confort d'utilisation que cela sera irréversible. « *Quand on a gouté au téléphone mobile, personne ne revient au téléphone fixe* ». Et ce temps sera lui aussi réparti entre les offres des plateformes mondiales telles que Netflix ou Disney et les offres de rattrapage.
Pour lui, la télévision linéaire est fondée sur deux piliers : l'événementiel, et la télé d'accompagnement (ou télé d'habitude) dont le flux (info, divertissement) et les téléfilms restent encore une force. Patino pense que les récits se fondant sur l'habitude, sur la répétition au sens positif du terme, seront encore très présents en linéaire, alors que les récits fortement créatifs, bousculant les genres, les codes, les formats, appartiendront à l'univers du non linéaire. Un public plus jeune, en attente d'écritures moins consensuelles, plus dynamiques, abordant des sujets plus clivants, mais qui parlent à une génération. C'est une des raisons pour lesquelles les audiences en linéaire vieillissent. Les jeunes adultes se retrouvent moins dans l'écriture des fictions des chaines linéaires. Ils ont pris l'habitude de décorréler le visionnage des programmes audiovisuels à la seule télévision. Ce qui ne veut pas pour autant dire qu'on ne pourra pas les utiliser en linéaire affirme Bruno Patino. « Les chaînes et les stations seront toujours des propositions éditoriales, mais elles ne structureront plus, ni l'organisation, ni l'économie, ni même la référence de puissance du secteur. Cela sera une façon d'assembler les choses parmi d'autres façons de les assembler ». Contrairement au linéaire où les audiences sont des vases communiquant, la logique du numérique est cumulative. La concurrence n'est plus un problème, elle est une dynamique. La seule qui prévale est celle qui transforme les usages et crée de nouvelles habitudes.
Car la montée du visionnage délinéarisé fait mathématiquement perdre de l'audience et de la puissance à la télé linéaire. Cela fragilise son modèle économique ; d'autant plus que pour conserver de bonnes parts d'audience, les chaines doivent accroitre leurs investissements dans les programmes, alors que ceux-ci monétisent moins. Il y a un effet de ciseau classique, entre des coûts qui augmentent et des recettes qui diminuent. Le monopole de l'accès à l'audience est battu en brèche.
La puissance du GRP (nom de l'Indice de pression d'une campagne de communication), comme nombre moyen de contacts publicitaires sur une cible devenue floue, ne pèse plus grand-chose vis-à-vis de contacts identifiés précisément grâce aux données laissées sur les sites ou les vidéos YouTube. Les usages s'ajoutent quand les modèles économiques se détruisent. L'hypothèse de « la fin de la télévision », ne peut seulement signifier « la fin du modèle économique classique » de la télévision linéaire. Il doit se réinventer. Les développements numériques apportent des recettes supplémentaires, même si elles ne sont pas suffisantes comparées aux investissements engagés. Le numérique implique l'émergence de multiples nouveaux business modèles qu'il faut inventer et mettre en œuvre en parallèle du modèle existant.

Quand Patino arrive, le budget accordé au développement des éditions numériques représente une soixantaine de millions d'euros. Cela représente moins de 2% du budget global de France Télévisions. Même si ça parait peu, cela donne quelques moyens de changer les choses. « *Notre groupe est en partie financé par la redevance. Que cette redevance serve aussi aux Français qui utilisent d'autres écrans que celui de la télévision me semble normal* » affirme Bruno Patino dans un interview au Figaro en juin 2014[507]. Jusqu'à présent, aucun responsable de France Télévisions n'avait émis pareil précepte. Financer des programmes que le groupe de diffuserait pas était totalement novateur.

[507] RENAULT Enguérand, « Bruno Patino : France Télévisions doit rouvrir le chantier du divertissement » Le Figaro.fr 30 juin 2014

De plus, la réforme de l'audiovisuel public du 8 janvier 2008 qui interdit les publicités après 20h met une très forte pression sur la tranche 17/20h ; tranche stratégique qui permet de générer des recettes au moment où le public se rassemble. La part de marché globale du groupe étant de 29 à 30%, les propositions de programmes doivent séduire le public. Mais puisque les chaînes du groupe sont différentes dans leurs lignes éditoriales, il est aussi nécessaire de faire un travail de pilotage d'équipe avec les directeurs d'antennes et de programmes.

Les chantiers sont donc nombreux pour Bruno Patino. Il doit à la fois assurer une grille performante sur la tranche de pré accès (17/20h), et développer l'offre numérique du groupe. Car l'audience linéaire est suivie d'une audience non linéaire, grâce au rattrapage. Il est donc essentiel de savoir si le programme a plu, c'est-à-dire si le programme a eu un impact sur eux.

Une volonté d'impact social des programmes

Dans un monde submergé par les vidéos, l'audience est une monnaie qui se dévalorise, car elle n'informe en rien sur la satisfaction des téléspectateurs vis-à-vis du programme qu'ils viennent de regarder et de l'impact que celui-ci a produit sur eux. Par impact, Patino entend plusieurs choses : que le programme ait pu changer l'humeur du téléspectateur, son avis sur un sujet, ses connaissances dans un domaine donné, et parfois même son action. « Il devient essentiel aujourd'hui, alors même que les images animées sont omniprésentes, d'arriver à mesurer cet impact » affirme Bruno Patino[508].

L'infinie profusion des images change la donne : être vu ne signifie plus rien. Le déluge de signaux auxquels nous sommes confrontés produit de l'indifférence. Des années 60 à celles de 2000, l'offre d'information a été multipliée par neuf, tandis que sa consommation a seulement doublé[509]. L'hyper-offre s'accompagne d'une dilution de son impact. Ce « trop de choix » n'agit pas comme un enrichissement de l'information et de la pensée, mais comme une perte de temps à trier ce contenu pour choisir le plus adapté. « Être consommé n'a donc plus la même signification. En revanche, attirer l'attention, la réflexion ou avoir produit de l'émotion, c'est avoir existé. L'audience est un critère moribond, qui n'attend plus qu'une chose : être remplacé par l'impact »[510].

Cette notion d'impact est fondamentale à intégrer dans la vision du directeur du développement numérique de France Télévisions. Elle sera reprise par Boris Razon, son bras droit, qui parlera d'impact social. Il est chargé du département des « Nouvelles Écritures » d'où #DataGueule émergera. Même si elle ne correspond pas tout à fait à celle d'agentivité ou *d'empowerment*, l'impact est un lien qui relie activement le programme à celui qui le reçoit, qui agit sur ses émotions pour entrer en résonance et activer quelque chose en lui qui puisse aussi le faire passer à l'action. Une action qui peut se déployer dans le politique, le social ou la création. Une sorte de détonateur d'engagement citoyen.

Le travail de Saba Mahmood éclaire le concept de *l'empowerment* (ou d'encapacitation). Si cette notion résonne comme l'apparition d'une puissance d'agir, au sens de prendre la responsabilité de son action dans le destin commun à l'intérieur duquel les individus se situent, Il lui donne une interprétation élargie qui correspond à ce que nous avons constaté lors de nos recherches. Dans son livre sur les mouvements de

---

[508] PATINO Bruno, « Télévisions ». Edition Grasset, p44

[509] NEUMAN W. RUSSEL Park, Y. J., et PANEK Elliot. Tracking the flow of information into the home: An empirical assessment of the digital revolution in the United States. International Journal of Communication, 2012, vol. 6, p. 1022-1041.

[510] Ibid Patino, Télévisions, p45

femmes musulmanes « Politique de la piété »[511], l'auteure décorrèle la notion d'agentivité à celle de résistance, donnant à cette notion des bases plus larges d'action visant à influer sur le monde, à le transformer, sans nécessairement se positionner en opposition frontale face à un pouvoir à défaire. Les femmes musulmanes qu'elle décrit luttent contre des traditions religieuses les dénigrant par l'organisation d'enseignements. Ces temps d'études leur permettent de se réapproprier la pratique islamique en cultivant les attitudes corporelles, les vertus, les habitudes et les désirs susceptibles dans les pratiques de la vie quotidienne. L'encapacitation est alors vue sous l'angle de la compréhension partagée d'informations permettant de modifier son rapport au monde. Dit en d'autres termes, Boris Razon souhaite que les programmes produits grâce à France Télévisions aient cette capacité d'agir sur leurs publics afin qu'eux-mêmes puissent passer à l'action.

Pour Bruno Patino et ses proches qui développent l'offre numérique du service public, c'est une clarification indispensable. Elle permet de détacher l'impact social d'un potentiel militantisme, même si celui-ci peut potentiellement germer et se manifester à la suite ou pendant le programme. L'important est l'activation de la citoyenneté individuelle, qui passe par une mobilisation de l'esprit (critique ou créateur) et de sa liberté de penser.

Un laboratoire audiovisuel hors norme

N'ayant pas réussi à organiser une rencontre avec Bruno Patino, je l'ai fait avec Boris Razon, son bras droit de l'époque, le 11 octobre 2018. Cet entretien compréhensif de deux heures me permit de dessiner les injonctions de la direction lorsqu'il rejoignit France Télévisions, les stratégies mises en place pour les relever et le contexte de certains projets particulièrement représentatifs d'une diffusion « hors les murs » de certains programmes pour les jeunes adultes.

YouTube peut jouer un rôle essentiel pour cela, car c'est une plateforme à la fois industrielle et personnalisée, qu'on pourrait appeler « média de précision », selon les termes de Patino, ultra thématisé même, dans lequel la notion de programmation peut être faite par l'algorithme ou par l'individu dans sa complexité, avec la possibilité d'actionner immédiatement l'impact. « *Les chaînes YouTube sont pour moi la grande révolution audiovisuelle de ces derniers mois, bien plus que la création de six nouvelles chaînes de la TNT ou autre* » dit Boris Razon.

Puisque le flux commence à faiblir sur les chaines en linéaire, YouTube fait émerger de véritables stars du divertissement qui prennent la place de celles de la télévision. Elles fidélisent une audience plus jeune qui se déporte ainsi de la consommation de leurs ainés pour suivre les épisodes de producteurs de contenus, qu'ils soient Youtubeurs ou non. Cela ne signifie pas que les jeunes ne regardent plus la télévision, mais qu'ils ont des attentes et des usages différenciés selon le moment. Regarder un jeu télévisé ou un match avec ses copains ou ses parents peut faire partie de la palette des usages possibles, mais le non linéaire est une tendance de fond. « *On ne lutte pas contre la sociologie, on s'adapte* » martèle Patino. Ce n'est pas que les programmes de la télévision ne conviennent plus aux jeunes, c'est qu'il est tellement plus pratique pour eux de visionner ce qu'ils veulent, où ils veulent, quand ils veulent et avec qui ils veulent, tout en pouvant réagir et le faire savoir à leurs proches. L'attrait des plateformes qui se trouvent directement dans votre poche est irrésistible. « *Si à un moment donné, j'ai un usage numérique qui facilite mon rapport à l'espace ou au temps,*

[511] MAHMOOD Saba, « politique de la piété, le féminisme à l'épreuve du renouveau islamique », La Découverte, 2009

voire aux deux, il va s'imposer, et je peux faire toutes les lois du monde, toutes les chronologies des médias du monde, toutes les offres commerciales du monde, je ne peux aller contre »[512].

Parallèlement, la pratique des réseaux sociaux permet de préserver le lien, même si on est éloigné. Il est donc possible de regarder la télévision en échangeant des messages avec ses proches via Facebook (2004), Twitter (2006), Instagram (2010) ou Snapchat (2011). Et le lien entre ces réseaux et les programmes peuvent être un moyen de faire converger des publics qui s'éloignent naturellement de la télévision et y trouvent un moyen de prolonger le contact entre eux.

Pour Bruno Patino, France Télévisions doit s'adapter à leurs usages et non pas essayer à tout prix de les faire revenir sur ses antennes. Mais cela ne veut pas dire que ces programmes ne seraient pas de la télévision. Au contraire. C'est un nouveau type de télévision qu'il faut inventer. Et c'est pourquoi Patino crée en aout 2011 un département spécialement dédié, les « Nouvelles Écritures », pour expérimenter et proposer des programmes dont le but est la diffusion hors télévision. Si le public n'est pas devant sa télé en fin de journée vers 17h, cela ne sert à rien de faire de programme pour qu'ils ne soient pas vus. Ils seront vus en ligne. Alors l'équipe des Nouvelles Écritures les produit pour le Net, accessibles à tout moment.

Pour mener à bien ce projet un peu "contre nature" pour France Télévisions, Bruno Patino nomme Boris Razon avec qui il avait travaillé au Monde interactif. Les deux hommes se connaissent bien et se font confiance. Ils sont enthousiastes à l'idée de « réinventer la télévision », telle que proclamé lors de la conférence de presse de la rentrée 2014.

On comprend pourquoi l'arrivée de cette équipe dirigeante déboussole les équipes historiques des programmes. La non-expérience de la télévision de ces deux hommes en perturbe plus d'un. Et il est vrai que lorsque Boris Razon affirme que « l*e problème de la télévision, ou de l'audiovisuel public, c'est de s'appeler encore la télévision* »[513], on peut comprendre la déstabilisation. Or ce qu'il dit est que la télévision a toujours été un média de masse, mais que ce concept de masse doit être traversé aujourd'hui par celui des communautés, ce que la télévision publique ne sait pas gérer. Cette remise en question fondamentale de la vision du service public peut choquer. Il faut dire que les programmes linéaires lancés par Patino ne sont pas des succès. L'émission d'avant soirée de France.2 « Jusqu'ici tout va bien », présentée par Sophia Aram est un échec cuisant. Elle est déprogrammée après seulement 3 mois d'antenne, faute d'audience. Le même phénomène se produit sur France 4, que Patino et Razon bouleversent totalement en visant deux publics différents sur le même canal : les enfants en journée et les jeunes adultes en soirée. Si la grille des enfants reste relativement stable, celle du soir cherche à reproduire un esprit web, parfois irrévérencieux, « punk et transgressif », selon un document interne définissant le projet[514]. On retrouve ici le manque d'expérience télé des deux dirigeants, souhaitant faire venir un public qui a délaissé le média télé et ses rigidités, au profit de webspectateurs habitués à une liberté d'usage et de ton et recherchant une information alternative absente des chaines de télévision. Bruno Razon se projette peut-être trop, et manque de distance et d'expérience en ne suivant pas les préceptes énoncés plus haut, selon lesquels qu'il est très difficile de faire revenir un public qui a délaissé la télévision vers de nouveaux programmes en linéaire, même s'ils sont « punk et transgressifs ».

---

[512] JOSTE François, « Entretien : Bruno Patino », *Télévision*, vol. 10, no. 1, 2019, pp. 244

[513] Entretien qualitatif avec Boris Razon le 11 octobre 2018

[514] JAMAL Henni ? « La nouvelle formule de France 4 fait chuter l'audience » BFM business. 29 sept 2014 En ligne https://www.bfmtv.com/economie/entreprises/culture-loisirs/la-nouvelle-formule-de-france-4-fait-chuter-l-audience_AN-201409290060.html

Le syndicat CGC sera féroce à leur égard, les accusant de favoriser une « télé trash », soutenue par la ministre de la Culture Aurélie Filippetti sur fond de « Gogole World Bordello »[515] , nom de code d'un appel à projets pour un programme quotidien pour France 4, dont l'idée directrice est un cri de ralliement, « celui d'une génération lassée du style trop policé de la télévision, de ses plateaux ordonnés, de son humour digeste et du spectacle scénarisé du monde »[516]. Ce programme avait pour but de raconter « avec jubilation le monde nouveau et déglingué dans lequel les jeunes vivent », dans un esprit « libre, frondeur, peu respectueux de la parole des institutions et des médiateurs ».

Ce cahier des charges est valable sur YouTube, mais inopérant sur une antenne de France Télévisions. C'est pourtant le travail des Nouvelles Écritures, dont les objectifs sont fixés par le président Rémy Pflimlin : « penser autrement, écrire, réaliser, développer et programmer pour ces médias différents »[517]. Une stratégie qui prend en compte « la profonde révolution du rapport aux médias qu'incarnent l'Internet, le téléphone mobile et les réseaux sociaux. ». Face à ce bouleversement, Pflimlin fait œuvre d'humilité : « En la matière, nous n'avons que peu de certitudes et guère de voie tracée. Aussi s'agit-il pour nous d'inventer notre chemin, de le baliser à force d'expériences. C'est la fonction de la direction des Nouvelles Écritures et du Transmédia. Elle est chargée de proposer des expériences narratives propres aux médias numériques, mais aussi de marier la télévision et ces médias. L'objectif en est simple : enrichir l'expérience du public, la démultiplier, passer du média de masse au média de communauté, accroître notre audience, la renouveler » (Ibid.p.3).

Il soutient donc parfaitement le positionnement de Patino et Razon, et leur laisse une voie d'expérimentation. Il entrouvre une fenêtre de liberté totale aux créateurs, crée « *un laboratoire qui doit servir à identifier et encourager les nouveaux talents de la création* ».

À ce stade, c'est la notion d'éditeur que Pflimlin prend à cœur : une « *redéfinition qui poussent à concevoir dès le début, toutes les vies des projets que nous proposons à nos publics. Ainsi, commence un nouveau chapitre de notre aventure éditoriale* ».

Des programmes engagés en phase avec leurs publics

Pour Razon, l'interprétation de sa mission à la direction du laboratoire des Nouvelles Écritures semble vitale pour France Télévisions et son public. Dans un univers qu'il perçoit mouvant et instable, les usages et les habitudes se prennent vite. L'exigence de qualité des programmes et la formation d'un esprit citoyen ouvert au monde, doivent « *être brandies avec détermination dans un univers où la concurrence est toujours plus rude et plus directe* ». Pour ce faire, il définit plusieurs axes :

- Comprendre la grammaire de cette langue qui s'invente ;
- Essayer de s'adapter, de comprendre et parfois, de devancer les nouveaux usages ;
- Créer des formes nouvelles de récit ou de partage qui touchent tous les sujets ;
- Produire des œuvres hybrides qui mixent médias, genres et récits pour raconter notre monde ;

[515] « La télé trash du binôme Patino/Razon voulue par la ministre Aurélie Filippetti sur fond de "Gogole World Bordello" ». Le blog CGC des médias, 19 février 2014. En ligne : https://medias-cgc.blogspot.com/2014/02/la-tele-trash-du-binome-patinorazon.html

[516] BELLVER Julien, « France4 prépare une nouvelle quotidienne (un peu dingue) en prime pour 2014 » OZAP 13 nov 2013. En ligne : https://www.ozap.com/actu/france-4-prepare-une-nouvelle-quotidienne-un-peu-dingue-en-prime-pour-2014/450119

[517] Dossier de presse Nouvelles Ecriture, mis en ligne le 2 juillet 2012. En ligne https://fr.slideshare.net/Myfrancetv/nouvelle-ecritures-corbd

- Travailler aux confins des différents médias pour tenter de proposer des narrations plus engageantes pour l'audience.

La feuille de route des Nouvelles Écritures se construit en chemin. Elle prend à ce moment-là 3 dimensions :

1. Une dimension d'accompagnement des programmes de l'antenne avec des projets transmédia. Leur succès sera mesuré à l'aune de l'impact social.
2. Une dimension de développement de plateformes à destination des jeunes adultes, et dont la vocation est de renouer le contact, à travers des programmes qui sont faits pour eux. Studio 4 et IRL en sont des exemples, à l'origine de #DataGueule.
3. Une dimension de recherche narrative. "The Enemy"[518], est aussi un exemple. « *C'est une coproduction franco-canadienne sur la guerre, sur la notion de l'ennemi, celui que l'on conçoit comme notre ennemi et dont le design permet à la personne qui fait l'expérience physique, de prendre conscience de ses préjugés, de ces rapports aux autres, de comment on conçoit un ennemi. C'est vraiment un programme qui met en place un travail réflexif. Ça change les gens réellement* » nous dit Boris Razon dans le dossier de presse de rentrée 2012.

Depuis sa création, en août 2011, l'équipe des nouvelles écritures a augmenté de 6 à 12 personnes, et les budgets ont gonflé de 800 000 € en 2010 à 4 millions depuis 2011. Les productions, coproductions ou partenariats se sont enchaînés en suivant les principes édictés par l'équipe. Ceux-ci sont revendiqués sur la brochure du dossier de presse de la rentrée 2012 (fig.82).

- Engager l'audience
- Xénophile attitude
- Prosaïsme et pragmatisme
- Nouvelles Narrations
- Rechercher l'expérience
- Imaginer des univers
- Multiplier les médias
- Entretenir la conversation
- Nouer des liens
- Tester les technologies
- Étendre les supports
- Refuser les principes

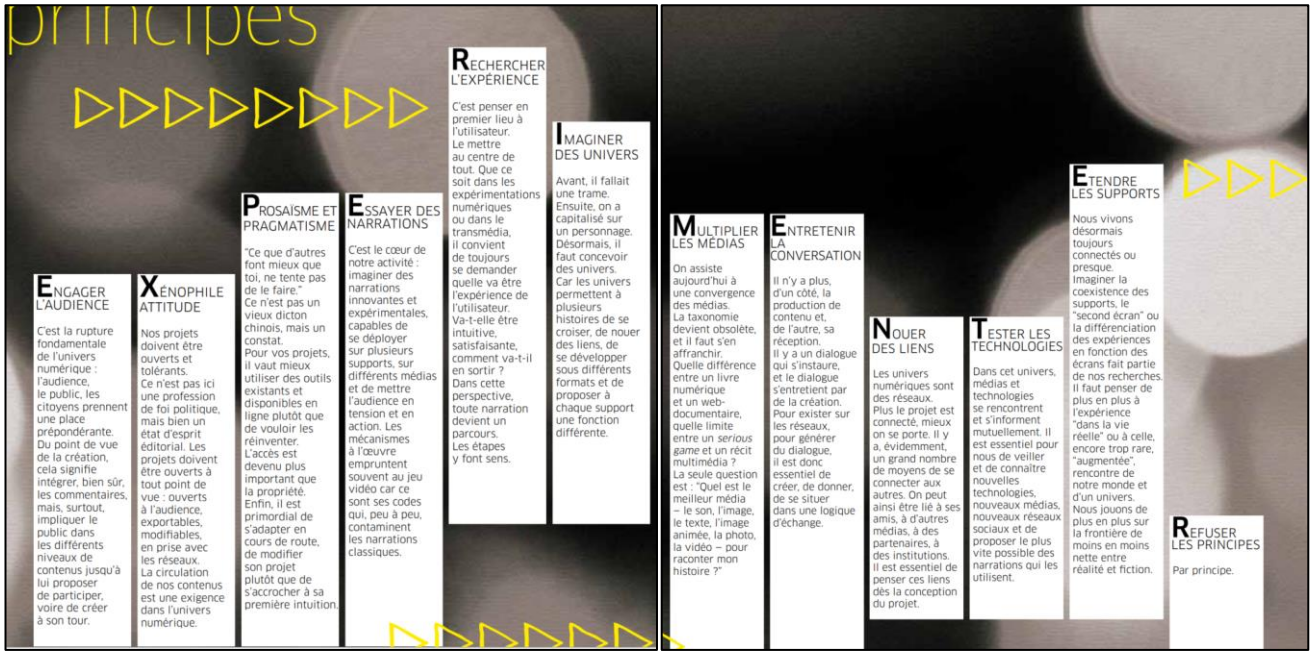
Pour Boris Razon, la télévision est percutée par les réseaux sociaux qui rognent le temps d'attention des jeunes adultes. Mais pour les contrer et faire exister les programmes du service public, France Télévisions est un des rares acteurs à avoir les moyens de faire des propositions programmatiques à la hauteur de ce que les géants du numérique sont capables de faire. Des programmes qui s'inscrivent dans les thématiques sociétales, qui donnent la possibilité de réagir, et même, qui puissent se prolonger dans des actions concrètes. « *Le média vidéo est devenu le premier média de la consommation des jeunes, et donc c'est devenu une des voies par lesquelles on peut parler à la jeune génération* ». France Télévisions a donc moyens de se reconnecter à eux.

Ce laboratoire teste et apprend en faisant, tout en suivant une ligne de conduite. Mais placés sous les radars des audiences "Médiamétriques", les projets profitent d'une totale liberté éditoriale, enviable et bénéfique. Il n'y a pas de pression de résultats. Les échecs sont assumés et les succès sont scrutés pour en analyser les causes. « *Nous sommes encore, à France Télévisions, dans la phase de structuration de l'offre numérique. À partir du moment où l'on crée des usages, on crée une rentabilité. C'est aussi simple que cela. Notre rôle est*

[518] The Enemy is here En ligne http://theenemyishere.org/ et Trailer sur YouTube : https://www.YouTube.com/watch?v=U07vGgRtU9Y&t=33s

celui d'être pilote, pour trouver les cadres et les paradigmes d'une expérience nouvelle de télévision. Mieux trouver son public, mieux rencontrer les usages, c'est le meilleur moyen de rencontrer la rentabilité. »

Figure 82 : Pages du dossier de presse des nouvelles écritures, sept 2012



Outre #DataGueule que nous allons analyser en détail plus bas, une vingtaine de programmes a vu le jour dont certains semblent plus marquants que d'autres :

- « **Anarchy** », fiction d'anticipation transmédia dans laquelle les narrations Web, TV et mobiles se répondent
- « **The End, etc** », création multimédia dans laquelle Laetitia Masson compose une fresque sur l'engagement et le désengagement. Le webDoc propose aux utilisateurs, par différentes interactions, d'être successivement acteurs et spectateurs de leur fiction documentaire.
- « **La boite** », web-série de 10 x 7 minutes sur le travail
- « **Pause emploi** », site internet et une minisérie humoristique sur la recherche d'emploi
- « **B4, fenêtre sur tour** », Web documentaire sur la vie d'une tour de quartier
- « **Nos guerres d'Algérie** », minisérie transmédia qui retrace le vécu de familles directement affectées par la guerre.
- « **La campagne à vélo** », 1er road-movie 100% réseaux sociaux qui suit le périple de deux journalistes à vélo sillonnant la France pendant la campagne présidentielle de 2012.
- « **Manipulation, l'expérience Web** », Format hybride à mi-chemin entre le webdocumentaire, le jeu vidéo et l'exploration de base de données, cette expérience Web invite les internautes à refaire eux-mêmes l'enquête sur les scandales politico-financiers les plus fascinants de la Ve République : Clearstream, les frégates de Taïwan, l'attentat de Karachi

- « **Viol, les voix du silence** »[519], site internet interactif produit à la suite de deux documentaires diffusés dans l'émission « Infrarouge » sur France 2 et sur France 5[520] et d'une émission sur France Inter à l'occasion de la Journée internationale contre les violences faites aux femmes. Créé cinq années avant l'affaire Weinstein qui fait exploser la médiatisation du #metoo et ses déclinaisons #BalanceTonPorc ou #moiAussi, le site propose aux victimes d'agression sexuelle de déposer leur témoignage anonyme sur un mur virtuel.
- « **Génération Quoi** », Enquête en ligne, site internet et vidéos, dont la fonction était de permettre aux jeunes de dresser le portrait de leur génération[521].

Dans cette sélection, les sujets sont variés et sollicitent fortement l'engagement du public. Encore une fois, la volonté de Boris Razon, comme Bruno Patino, est de créer de l'impact social ; c'est-à-dire d'agir sur la société pour la stimuler, d'avoir une capacité à changer les choses et à faire prendre conscience des défis à relever. « *Les médias numériques ont cela qu'ils mettent directement en relation les programmes et les audiences ; avec de fortes capacités d'interaction, ils sont des formidables leviers d'engagement* »[522].

L'exemple de « **Génération Quoi** » est aussi significatif en termes d'impact d'audience, car il a généré 250.000 réponses françaises au questionnaire, et près d'un million en Europe. Le but était de faire se définir une génération, en lui faisant exprimer ses aspirations, ses doutes et ses difficultés. « *C'était la plus grande enquête sociologique jamais faite en France et en Europe sur la jeunesse. Et avec un enjeu essentiel pour le service public, qui est de renouer avec la jeunesse* ». Et quand 250.000 jeunes répondent à un questionnaire et expriment librement leur vision du présent et de leur avenir, cela les pousse à réfléchir, à se positionner, à se projeter. Il y a une démarche politique dans ce processus qui crée un impact réel dans la vie de ceux qui répondent. « *Mon but c'est d'avoir des citoyens informés et en capacité d'agir, en capacité de conduire leur vie, d'abord à titre individuel, et d'agir collectivement. Il me paraît évident, quand on est une télévision publique d'être obsédé par ça et obsédé par la démonstration de ça* » (Ibid. entretien Razon).
À l'image de « **Viol, les voix du silence** », un dispositif accompagnant les victimes grâce à une plate-forme de tchat avec des psychologues capables de répondre à leurs questions et d'accompagner les demandes vers des propositions de soins. Ce format, dont Claire Chatelet nomme "*formes audiovisuelles connectées contributives*"[523], avait pour but de libérer la parole des 75.000 victimes annuelles de viol, en leur donnant la possibilité de témoigner anonymement et d'agglomérer leur expérience traumatisante pour prendre la mesure du phénomène. « *Au final on a recueilli plus d'un millier de témoignages* (1200) *par le biais de cette plate-forme, et en très peu de temps* », nous dit Boris Razon, ce qui en 2012 est énorme. L'interface de la plateforme permet de témoigner (par texte, son ou vidéo), de visionner les documentaires de France Télévisions sur le sujet et de trouver des informations pour se faire aider.

Claire Chatelet montre comment la profusion de ces témoignages fait apparaitre le viol comme un véritable « *fléau de société* », qui remue en profondeur et explosera véritablement à la suite de l'affaire Weinstein, 5

---

[519] Le dispositif a disparu du site de France Télévisions, mais un article retrace son déploiement sur Radio France. En ligne : https://www.radiofrance.fr/franceinter/viol-les-voix-du-silence-7840313

[520] « Viol, double peine » de Karine Dusfour, et « Viol, elles se manifestent » d'Andrea Rawlins-Gaston (2012)

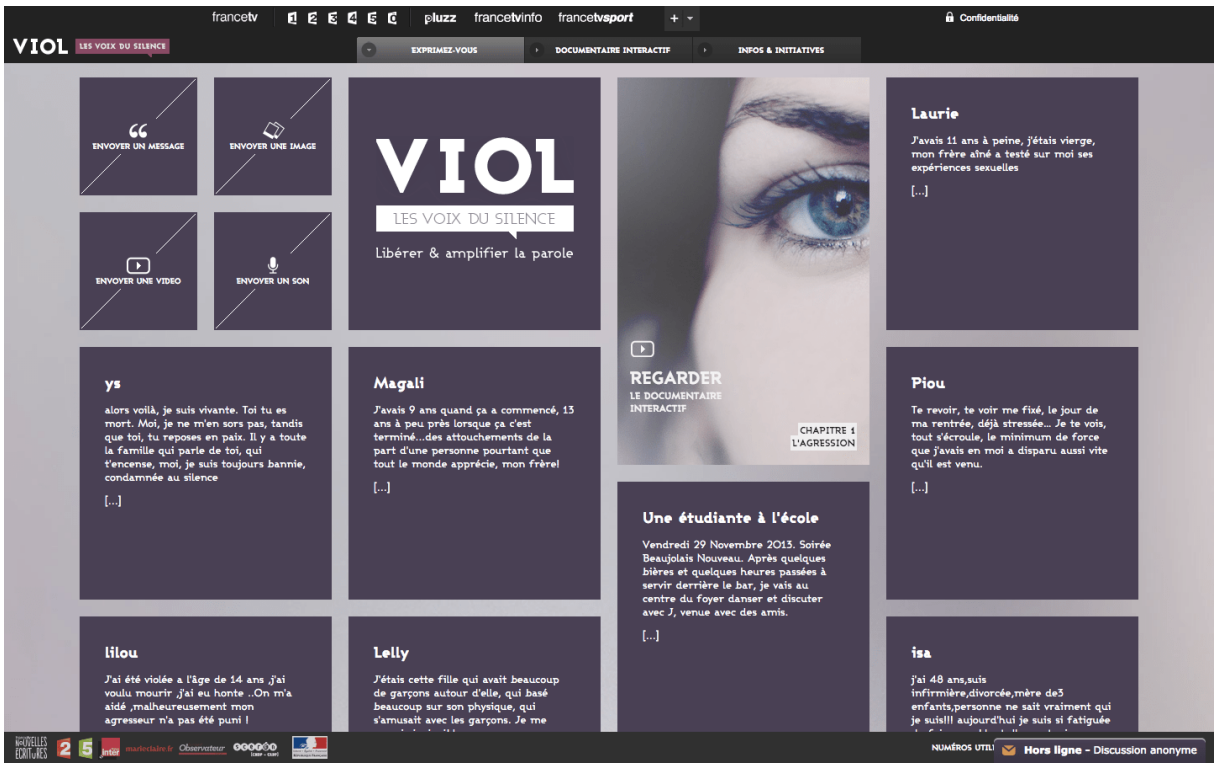
[521] Le site français n'est plus en ligne, mais le belge est toujours actif. En ligne : http://generation-quoi.rtbf.be/

[522] Entretien avec Boris Razon le 11 octobre 2018

[523] CHATELET Claire, « Des pocket films aux plateformes web contributives : les (re)médiations numériques du récit de soi », *Entrelacs*, 15 | 2018, mis en ligne le 28 octobre 2018. En ligne : http://journals.openedition.org/entrelacs/4143

ans plus tard. L'impact social dont parlent Bruno Patino et Boris Razon s'incarne concrètement dans ce type de projet développé par les nouvelles écritures. « *Cela m'a appris à me demander est-ce que ce programme peut avoir de l'impact, et à la fois, de construire des partenariats autour des programmes diffusés à l'antenne, avec France Inter, avec Radio France, des journaux comme elle ou Marie-Claire... on construisait une possibilité d'avoir de l'effet dans le réel* ».

Figure 83 : Page d'accueil du site « Viol, les voix du silence »



Enfin "#DataGueule" répondait à une volonté de faire un programme qui permette aux gens de s'approprier des questions citoyennes. Inspiré du programme Australien *Hungry Beast*[524], l'idée est d'évoquer une problématique forte à travers les données disponibles, de les énoncer graphiquement dans un parcours dynamique reconstituant en final une illustration qui résume les propos et sonne comme une conclusion. Nous reviendrons en détail sur ce programme, objet de notre recherche.

Dans les programmes développés sous la responsabilité de Boris Razon, la question politique est prégnante. France Télévisions permet de faire de la politique avec d'autres moyens. Et ses choix ne semblent pas avoir été contraints : *« Comme toutes les unités de programmes de France Télévisions, jusqu'à un certain montant, la décision me revenait, et au-delà, elle allait à la direction des programmes de France Télévisions ; et je n'ai pas de souvenirs de programme qui ait été refusé* ». Les responsables historiques ne s'intéressent pas beaucoup à ces programmes qu'ils ne diffusent pas. Pour eux, l'argent doit être investi sur les antennes du groupe, mais pas sur le canal d'un opérateur privé tel que YouTube ; ou du moins seules les expérimentations *low cost* peuvent être tolérées. Pourtant cette question n'est pas tranchée pour Patino, pour qui c'est la qualité de l'offre qui compte et non pas son budget.

[524] Best File. « Le plan de Google pour la domination mondiale » En ligne : https://www.YouTube.com/watch?v=R7yfV6RzE30

Des programmes qui agrègent des publics

« Aujourd'hui le mot qu'aime la télévision c'est "fédérer", qui pourrait se traduire par « faire du collectif », souligne Boris Razon. Mais elle le fait seulement lors d'évènements spéciaux tels que les élections, les grands rendez-vous culturels ou sportifs, en direct. La particularité du numérique c'est que les programmes ne fédèrent pas, ils agrègent les audiences, affirme Razon. Alors que les audiences de Médiamétrie se mesurent en millions de personnes à un instant T et sont très peu identifiées, celles du web se comptent en centaines de milliers, avec des pics en millions, mais avec des caractéristiques beaucoup plus précises. C'est la nature même de ce collectif qui est à changer. *Boris Razon se* dit très marqué par le livre « Dans la nuée », du philosophe allemand d'origine sud-coréenne Byung-Chul Han. *« Pour moi, c'est vraiment ça l'enjeu. Le collectif du numérique, c'est la nuée* »[525].

Pour le philosophe, le numérique atténue les distances spatiales et mentales entre les individus. Cela peut amalgamer vie privée et domaine public. Pour se protéger, les utilisateurs se masquent derrière une image, un avatar ou un pseudonyme, et cela peut abattre les codes sociaux d'une société incarnée, où les personnes se rencontrent physiquement et se parlent. Seuls derrière leurs écrans, les individus s'isolent en ayant l'impression d'être connectés aux autres, sans pour autant former de véritables collectifs. L'auteur compare cette agrégation à une nuée numérique, « *un rassemblement sans rassemblement* » qui ne peut produire ni message cohérent ni action, mais seulement remplir le silence d'un *vacarme* désordonné. Les vagues d'indignation se succèdent sans qu'un véritable débat public s'organise, étant par essence trop volatile et peu structuré. Les représentations ne fonctionnent plus, car les hiérarchies sont remplacées par une horizontalité égalitaire, nourrie par une exigence de transparence et une mise à plat des expertises. « *Chacun est à la fois émetteur et récepteur, consommateur et producteur* », annonce Razon lors d'un séminaire autour des activités culturelles. Le pouvoir venant d'en haut est contesté, sa légitimité est remise en cause. « *Tous les magistères, qu'ils s'agissent des journalistes, des médecins, toute la posture d'autorité qui repose autant dans le titre que dans le faire, sont contestés*. *Je vais aller au-delà, l'autorité est souvent contestable parce qu'on s'en satisfait, parce qu'on a toujours fait comme cela* »[526]. Selon Byung-Chul Han, les nuées sont donc difficiles à saisir et peuvent s'avérer destructrices de l'organisation de nos sociétés.

« *Être "fan de" est une identité culturelle* »[527]. Car ce qui lie les individus dans ces moments à forte intensité est souvent lié à l'émotion. Une émotion qui a besoin d'être partagée. Le plus proche étant souvent celui qui ressent la même chose, c'est vers lui qu'on se tourne par nécessité de *retrouver les siens*, tout en pouvant s'en détacher aussi abruptement.

Contrairement à la masse, sans visage ni individus, la force et la faiblesse de la nuée viennent du fait de sa multitude d'individuations regroupées à un moment donné, qui se crée, puis se défait dès que le sujet est consumé. Ce n'est donc pas un socle sur lequel s'appuyer. C'est cette conception de la nuée que Boris Razon tente d'éviter en lui apportant des contenus et des outils pour réfléchir et agir ensemble. « *La nuée appelle un réinvestissement du réel. D'où l'importance de l'impact social* ». Le but des créateurs de programmes serait alors d'impacter la réalité des webspectateurs pour agréger le plus grand groupe possible autour des vidéos produites, dans le but d'activer en eux une impulsion réflexive, en sachant que rien n'est jamais acquis et

[525] BYUNG-CHUL Han, "Dans la nuée. Réflexions sur le numérique » Acte sud, 2015

[526] RAZON Boris, Intervention du séminaire du Syndicat national des entreprises artistiques et culturelles, 19 juin 2018. En ligne https://www.syndeac.org/seminaire-du-syndeac-6150/

[527] OCTOBRE Sylvie. « Les enfants du numérique : mutations culturelles et mutations sociales », Informations sociales, vol. 181, no. 1, 2014, pp. 50-60.

que chaque nouvelle proposition doit réitérer le processus d'impact et d'agrégation temporaire. « *C'est tout le problème de la télévision aujourd'hui. Elle pense pour des masses quand elle devrait penser pour des nuées. C'est toute la force de Netflix de s'adresser à chacun* » (Ibid.Razon.P.6). Le dilemme des nouveaux médias numériques est soit de tenter de recruter largement un public dont les liens seront faibles comme le fait France Télévisions, soit de tenter de créer une communauté engagée, mais beaucoup moins nombreuse, comme sont construit les modèles de Blast[528], du Média[529] ou de #DataGueule.

Pour les institutions telles que France Télévisions, la défiance ressentie par les nuées est un élément qui peut fragiliser. « *Les résultats de « Génération quoi » nous ont montré une très grande défiance de la jeunesse vis-à-vis des institutions comme la nôtre, de l'ordre de 80%.* […] *Et en même temps, il y a cette curiosité très étrange (peut-être en train de passer ?) de se méfier moins de Facebook que de France Télévisions !* ». Si l'impact l'emporte, la défiance peut être marginalisée, d'autant plus si une démarche de transparence est mise en place. Pour rétablir la confiance, « *une des réponses dans le journalisme a été l'extrême personnalisation, à la fois personnalisation de l'émetteur et du locuteur. C'est le journaliste qui s'engage et qui parle (cela permet de savoir à qui j'ai à faire) ou alors, le fait de rechercher des récits individuels qui avaient une vocation universelle et de faire transiter par le « je » un « nous » d'une certaine manière* » (Ibid. p7).

Travailler avec une tutelle dont les injonctions sont souvent contradictoires, exigeant de la modernité tout en s'en défiant et demandant des piles de documents administratifs, est un fonctionnement qui pèse sur les individus et peut les démotiver à la longue. Mais l'atout des *Nouvelles Écritures* est de se distinguer de l'antenne. Ce décalage lui est plutôt favorable. Il atténue la pression des collaborateurs et leur permet de favoriser la confiance du public. Mais sa faiblesse est que ses programmes ne bénéficient pas d'un soutien promotionnel. Ils doivent se faire valoir en tant que tels, par eux-mêmes, à égalité avec ceux disponibles sur YouTube. « *Pour nous, l'audience allait se faire naturellement en ligne. Mais en communication pure, je crois qu'on n'a rien fait. À part communiquer sur Facebook, Twitter autour du programme… tout ce qu'il y a de traditionnel quoi* ».

Pour renforcer leurs faibles moyens (comparés à l'antenne), l'idée de Razon est de faire de coproduction, c'est-à-dire, ne plus rien faire tout seul, mais avec d'autres qui apportent leur univers, leur réseau, leur manière de penser. C'est un moyen d'ouverture et de lien vers une société en mouvement, sans se préoccuper des rigidités de l'institution France Télévision. C'est le luxe du petit trublion regardé par la hiérarchie avec indifférence. « *Aujourd'hui la télévision a plutôt l'habitude de faire du préachat, mais assez peu de coproductions. Et de mon point de vue, si elle veut être éditeur, elle doit avoir les droits* ».

[528] Blast, web TV et site d'informations libres et indépendants créé par Denis Robert en 2021 sous la forme d'une société coopérative d'intérêt collectif et financée par le biais du financement participatif. En ligne https://www.blast-info.fr/ https://www.YouTube.com/@blastinfo

[529] Le Media.tv, web TV et site d'informations libres et indépendants crée en 2017 sous la forme d'une société coopérative d'intérêt collectif et financée par le biais du financement participatif https://www.lemediatv.fr/ et https://www.YouTube.com/@LeMediaOfficiel

4.2 #DataGueule, un programme engagé

Parmi les nombreux programmes développés par les nouvelles écritures en 2014, #DataGueule avait deux objectifs :

1. Que le programme puisse exister en ligne, tout seul,
2. Qu'il puisse nourrir un programme à l'antenne qui s'appelait "l'autre JT", sur France 4.

Figure 84 : Capture d'écran du programme
« Hungry Beast » Google's Plan for World Domination | Beast Files

La base d'inspiration était la séquence "*The Beast files*"[530] d'un programme australien diffusé sur ABC qui s'appelait « The Hungry Beast ». La vidéo se concentrait sur des entreprises privées et des personnalités controversées (Fig.84). L'exemple de Google est significatif. La voix off dénonce la création de l'empire Google avec l'achat de nombreuses sociétés potentiellement concurrentes. Pour l'illustrer, la caméra retrace un parcours en survolant une série de pictogrammes illustrant les propos. À la fin de la vidéo, ceux-ci viennent reformer une image symbole (Le masque de Dark Vador) comme un point d'orgue servant de conclusion et de synthèse finale.

Fig 85 : Logo de la Sté Story Circus

Pour ce projet, Boris Razon contacte Henri Poulin début 2014. Celui-ci dirige la société de production Story Circus et s'est fait remarquer par un programme humoristique sur le foot, diffusé sur Dailymotion. Il lui demande de réfléchir à un projet sur le même principe qu'Hungry Beast, mais qui s'attaquerait à des questions de société en utilisant les données disponibles sur le Net. Le but était de lancer le programme sur YouTube, en pouvant, le cas échéant, s'intégrer dans une émission de France 4.

Le choix d'Henri Poulain et de sa société Story Circus montre la volonté des dirigeants de France Télévisions de renouveler les équipes de création pour investir ce nouvel espace YouTube. Pour les dirigeants des Nouvelles Écritures, ne pas vouloir faire de la télévision est une qualité primordiale. Il faut concevoir des programmes qui soient plus que de simples produits audiovisuels et le parcours d'Henri Poulain sur semble propice pour cela.

Henri s'est orienté vers l'image depuis l'adolescence. De 20 à 35 ans, il monte, puis réalise et produit des spots publicitaires. Il expérimente toutes les nouvelles technologies d'image grâce aux moyens importants que ces films lui procurent. Mais progressivement, l'objet de son travail s'entrechoque avec l'idée du rôle qu'il veut avoir sur la société, et cela le rend inconfortable. « *C'est des images qui vendent, mais pas des images qui racontent, et c'est ce que je dénonçais par ailleurs. J'étais en totale inadéquation entre mon*

[530] The Beast file. Google. En ligne https://www.YouTube.com/watch?v=R7yfV6RzE30&t=65s

discours et ma réalité[531] ». La lecture d'Hannah Arendt l'interroge sur sa propre sensibilité, et Story Circus est le fruit de son tournant de carrière. « *Je me dis que je veux participer à des récits qui racontent le monde et qui ne vendent pas des objets* ». Dans un monde submergé d'images, en produire de supplémentaires nécessite de se poser la question de leur utilité.

L'origine de #DataGueule est conscientisée, sa création en est nécessairement impactée. Henri Poulain affirme que le projet des fondateurs de Story Circus n'était pas de produire pour la télévision, mais pour le Web. Quatre ans après la naissance de YouTube, il devenait possible de produire des contenus vidéo de grande qualité et surtout, de se libérer des systèmes de contrôle de la diffusion, détenus par les télévisions hertziennes. « *La réflexion politique était globale. On s'est donc dit qu'on n'allait pas faire de télé, mais plutôt aller sur ce nouveau territoire de l'horizontalité, de la création, pour toucher un public singulier* ».

Quand Bruno Patino est arrivé à la tête de France 5, il avait apprécié une petite série que Story Circus diffusait sur Dailymotion (On lâche rien)[532], et confie une émission de télévision à Henri Poulain, en disant « *comme vous ne savez pas en faire, que vous ne voulez pas en faire, ça m'intéresse de vous la confier* ». L'histoire dévie souvent les velléités initiales, mais celles-ci impriment une direction. Story Circus s'est fait rattraper par la télévision, mais continue à « *divertir avec du sens dedans* »[533] , comme l'indique la *base Line* de la société. « *Nous ne voulions pas faire de télévision, mais on a fini par en faire, sans en faire tout à fait, puisqu'on a trouvé cette espèce d'espace étrange, un peu singulier, qui est la télévision sur le web* » se rappelle Henri Poulain.

Les données comme matière cinématographique

Boris Razon connait Julien Goertz qui s'était occupé du module « C'est data » de l'émission « C politique » sur France 5. Henri le connait aussi, car ils avaient travaillé sur quelques projets qui n'avaient pas encore vu le jour. Boris lui suggère de réfléchir ensemble pour mettre les données au centre du programme.

En une semaine, les deux co-auteurs reviennent auprès de Razon pour lui faire leur proposition : chaque épisode explorerait un sujet de société en utilisant une avalanche de données permettant de mettre en perspective une notion, parfois complexe, et poserait ainsi les bases d'une discussion. « *Comment on arrive à discuter collectivement de problèmes complexes, qui sont au cœur de tout ce qu'on vit ?* » se demande Julien Goertz[534] qui a constaté que les chaînes de décision audiovisuelles ont trop souvent tendance à vouloir simplifier les choses, en imaginant que c'est la solution pour que le ou la citoyenne de base puisse comprendre. « *Ça nous emmène souvent sur des terrains dommageables pour l'information en elle-même* […] M*on désir premier c'est d'arriver à travailler sur la complexité en partant du principe que la réalité n'est pas forcément complexe à raconter, on peut la rendre intelligible* » (Ibid. pos.3). Pour les auteurs, la question démocratique se pose et la responsabilité des médias est primordiale pour aborder tous les sujets sans les caricaturer en les simplifiant à outrance, avec la conséquence de voir les polarisations et les radicalisations fracturer le débat citoyen.

Le projet est de produire une série de 10 épisodes d'environ trois minutes, en utilisant la motion design (un traitement graphique animé grâce au logiciel *After-Effects*) pour illustrer une voix-off, et finir sur une image

---

[531] Entretien avec Henri Poulain le 25 octobre 2018

[532] On lâche rien en ligne sur Dailymotion : https://www.dailymotion.com/onlacherienofficiel

[533] Fiche d'Henri Poulain sur filmDoc. En ligne http://www.film-documentaire.fr/4DACTION/w_liste_generique/C_83390_F

[534] Entretien avec Julien Goertz le 13 juin 2019

symbole résumant tous les propos. Le but est de condenser des données qui ne soient pas une vue dogmatique sur une situation, mais une proposition de questionnement.

Pour sécuriser la production et la pérennité du programme, Story Circus s'associe à *Première ligne*[535], société dirigée par Luc Hermann, le producteur de « Cash investigation ». Sans qu'il s'occupe de la production exécutive, la notoriété de Luc Hermann sert le programme. Il donne son point de vue après la lecture du script et fait bénéficier de son expérience et de son entregent pour protéger #DataGueule. Étant un producteur très important à France Télévisions, il sécurise le programme et permet aux auteurs d'être totalement libres.

Un pilote grandeur nature

L'idée est de faire un pilote afin de tester le principe, de trouver le style graphique et en apprécier le résultat. En fonction, suivrait la décision d'enchainer immédiatement 9 autres épisodes. Les auteurs (Henri Poulain et Julien Goertz) discutent du premier sujet à traiter et s'accordent sur *l'histoire de l'impérialisme sur fond de partition de l'Ukraine*. Le sujet, certainement trop vaste, n'est pas évident pour le public visé. « *On s'est libéré de l'actu. Mais c'était notre ressenti dans l'instant, on avait été choqué. Je ne sais plus ce qui s'était produit à cette période ; moi j'étais parti en Ukraine quelques mois auparavant, j'avais revu des amis, on s'était parlés au téléphone, donc j'avais un ressenti singulier* » se rappelle Henri Poulain. « *On voulait prendre un pas de côté. Parler de ce sujet qui ne nous semblait pas être traité dans d'autres émissions de la meilleure manière qui soit. On voulait convoquer l'histoire pour mettre en perspective le désir de domination* ». L'équipe est libre et n'a pas à faire valider le sujet. Même si traiter de l'impérialisme en 3 minutes n'est pas aisé, les auteurs sont sensibles au sujet et ils ont envie de le partager.

Figure 86 : Capture d'écran #DataGueule N° 1 « Tarte à l'Ukraine »

Le script évoque le partage du monde depuis la "découverte" de l'Amérique par Christophe Colomb, le traité de Tordesillas en 1494, qui permet de distinguer les conquêtes espagnoles de celles des Portugaises, la découpe de l'Afrique par les pays colonisateurs Européens, la période de l'après Napoléon durant laquelle ses vainqueurs se partagent ses territoires conquis, les guerres américaines pour assoir leur domination, jusqu'à la guerre du Donbass en Ukraine revendiquée par la Russie. L'épisode est dense pour celui ou celle

[535] Première Ligne. Site en ligne : https://www.pltv.fr/presentation/

qui ne maitrise pas bien cette histoire, mais reste d'une grande actualité huit ans après, avec l'invasion de l'Ukraine en février 2022.

Une équipe et un design engagé

Pour produire ce pilote, une petite équipe est montée avec un budget minimal de développement pour produire l'épisode en cinq semaines :

- Julien Goertz est chargé de la recherche documentaire et de l'écriture du texte. C'est lui qui enregistre également la voix off.
- Céranne Gantzer est responsable du graphisme et les animations,
- Christophe Joly s'occupe de la bande-son
- Tandis qu'Henri Poulain réalise le tout.

L'environnement graphique est imaginé par Céranne Gantzer[536]. Son parcours a été "compagnonné" par Arnaud Vincenti[537] aujourd'hui directeur artistique de l'information à France Télévisions. C'est quelqu'un qui a « *une liberté de création débridée et qui arrive à détourner les outils et se les approprier de façon très perspicace* » nous dit Céranne[538] . Céranne a également côtoyé Jean Maurice Di Batista, Monteur graphiste associé à Henri Poulain à l'époque où celui-ci avait une société de postproduction. « *Maurice était vraiment un ponte de la technique. Il était très cartésien, très rigoureux, extrêmement technique* ». Ce background fait de Céranne un graphiste très créatif maitrisant la technique. « *J'ai vraiment eu ce côté très artistique, très libre par Arnaud et ce côté beaucoup plus rigoureux et technique par Maurice* ». Il travaillait beaucoup à cette époque pour l'émission quotidienne « le grand journal » de Canal+ et avait l'habitude de travailler rapidement. Le défi du projet l'intéresse, mais le travail est colossal. Partir d'une page blanche est toujours plus compliqué que de prolonger le travail existant.

Le graphiste fait une recherche iconographique et se crée une réserve de pictogrammes. Il s'organise ensuite techniquement pour pouvoir satisfaire la demande très complexe du plan séquence.

Figure 87 : Image finale de l'épisode N°1 : Tarte à l'Ukraine

Cela nécessite une multitude de calques, tous animés et dépendants les uns des autres. « *J'étais dans un truc de concentration telle que je ne saurais plus trop vous dire comment ça s'est fait* […] *Je me je me suis mis dans une concentration un peu spéciale, un peu comme une transe.* […] *Je savais comment ça allait se faire, je savais quel outil j'allais utiliser. Je savais où je mettais les pieds avant de commencer avec l'ordinateur* […] *Et*

536 Céranne Gantzer : Page personnelle sur Viméo : En ligne https://vimeo.com/ceranne

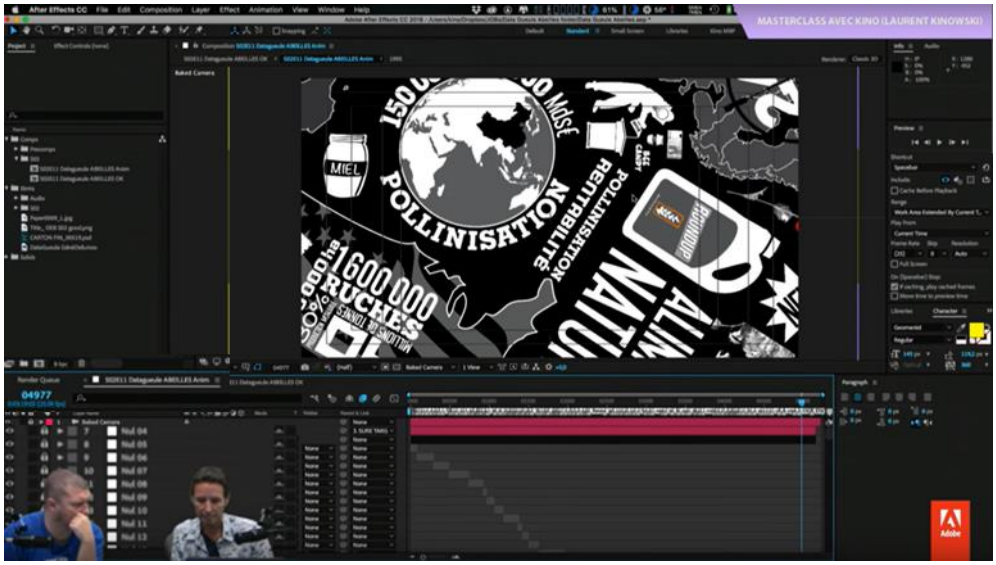
537 Arnaud Vincenti. Page Linkedin :https://www.linkedin.com/in/arnaud-vincenti-707a391b/?originalSubdomain=fr

538 Entretien Céranne Gantzer le 30 mars 2023

ça s'est fait, et ça a tout de suite plu » raconte-t-il. « *Le brief d'Henry, c'était : je veux que tu suives tout le discours, tout le déroulé, en plan très serré, grâce à une construction iconographique et typographique, et qu'à la fin ça fasse un os avec une mâchoire, et que ce soit la surprise finale* » (Fig.87).

Pour fabriquer la vidéo, il est impératif d'enregistrer la voix en amont, pour pouvoir synchroniser les images ensuite. Puisque c'était le premier épisode, le texte se cherchait un peu en se réécrivant, ce qui perturbait le travail du graphiste. Chaque mot modifié entrainait un travail très important pour recaler le mouvement général. « *Le métronome, vraiment extrême, c'était le texte* », se rappelle Christian Manlius, le graphiste de l'épisode 2. Il fallait vraiment coller au texte selon la directive du réalisateur. La motion design est intrinsèque à #DataGueule, c'est lui qui permet aux pictogrammes de bouger et à la caméra de suivre une course effrénée, suivant chaque mot, chaque chiffre et chaque pictogramme.

Figure 88: Capture d'écran du logiciel After-Effects
dans la Masterclass Adobe avec Laurent Kinowski, à propos de #DataGueule[539]



Pour ce faire, *After-Effects* est l'outil de référence pour les motion designers (Fig88). Le logiciel fait partie de la suite Adobe. Il communique parfaitement avec *Photoshop* et *Illustrator* qui permettent de travailler les images analogiques ou vectorielles. Il offre des fonctionnalités poussées pour animer des éléments graphiques ou rajouter des effets spéciaux à des vidéos, grâce à des *calques* permettant de créer toutes sortes de formes vectorielles directement dans le logiciel. Dans le cas d'une modification due au texte, « *c'est un cauchemar de devoir recommencer à bouger mes 1500 layers et mes 5000 Clearstream de caméra* ».

Tout comme les auteurs, les 3 graphistes que nous avons interrogés ont appris leur métier sur le tard. Les outils se développant rapidement, aucune école ne formait à leur pratique et chacun apprenait comme il pouvait, en « bidouillant », testant et en partageant avec les autres son savoir-faire. « *Je suis autodidacte* », concède Laurent Kinowski, tout en ayant eu une formation artistique aux Beaux-Arts ; il y a dans le projet #DataGueule un mouvement intrinsèque de partage de l'information qui vient de la base, très horizontalisé, du fait même d'un apprentissage historique hors institution, construit sur un background généraliste, déterminé par les sensibilités individuelles. Ces parcours détonnent vis-à-vis de ceux des *startuppers*

[539] Masterclass avec Laurent Kinowski, Animer les données, sur la chaine YouTube Adobe France. En ligne : https://www.YouTube.com/watch?v=hYlB01QrqZs

américains, créateurs des plateformes mondialisées que nous étudions, et qui viennent tous de grandes universités.
Le réalisateur Henri Poulain souhaite que la caméra soit constamment en mouvement, qu'il n'y ait aucun moment statique, aucune icône immobile. La texture et la lumière doivent vibrer pour donner de la vie aux images. C'est un exercice extrêmement complexe à mettre en place parce qu'il y a énormément de paramètres à maitriser : les pictogrammes, leurs animations, le mouvement de la caméra, la lumière et le final sur l'image de conclusion. De plus, la production de ce pilote est faite dans un laps de temps très court, en seulement une semaine. La fabrication de la première vidéo tient de la prouesse.

Le fond noir est venu à la fin, comme les ambiances et la lumière, en tâtonnant, en essayant de lier le tout et de trouver une cohérence. « *Il y avait quelque chose de signifiant aussi. Ce côté un peu sale, organique. Ramener un peu de matière organique, de bruit, de vibration, à quelque chose justement de très lisse, à cette iconographie qui vient de fichiers vectoriels, donc des fichiers extrêmement droits, extrêmement lisses. C'est un mélange qui fonctionne très bien* » nous dit Céranne Gantzer.
C'est un travail de création artistique, sans conceptualisation, avoue-t-il, « *en mode automatique* ». Comme beaucoup d'œuvres d'art à travers lesquelles les artistes tentent de faire passer un message. Ici, ce serait la vie qui bruisse et anime les objets inertes (picto) pour qu'ils s'alignent sur les vibrations intérieures de ceux qui les regardent et permettent de mettre en mouvement leurs facultés de raisonnement.

Les professionnels du graphisme comme Céranne Gantzer, Christian Manlius ou Laurent Kinowski savent dater un style. « *Le graphisme est soumis à tellement de tendances qu'il y a des effets de mode qui passent très vite* ». Or, la prouesse de #DataGueule est de durer dans le temps « *sans prendre de ride* […] *on a pris un peu plus de liberté pour évoquer quelque chose des années 50*, *une typo un peu rétro* » ce qui projette l'esthétique dans un ailleurs intemporelle et le fait durer dans le temps, augmentant les possibilités de visionnage au gré des aléas de l'actualité, avec des sujets qui se répètent inlassablement dans la durée. C'est pourquoi les visionnages s'étalent sur de très longues périodes formant de longues traines de webspectateurs derrière eux[540].

De l'ironie dans la voix off

La particularité de #DataGueule tient également du ton donné par la voix off. Julien Goertz écrit le texte à la suite de ses recherches. Sa force vient du contenu, mais aussi d'un ton légèrement distancié, avec des touches d'humour qui dédramatisent les constats très noirs des propos. Ici, ce décalage a le pouvoir d'incarner le programme malgré l'absence d'une personne référente à l'image. Le narrateur s'adresse à chaque webspectateur comme leur entourage pourrait le faire. Cela crée une certaine connivence stimulante. Mais cette distanciation ironique ne s'exprime pas grâce à de bons mots ou traits spirituels, mais par une certaine injonction exigeante vis-à-vis de ceux qui l'écoutent. L'ironie interroge le sens du discours et amorce une réflexion pour tenter d'accorder sa perception sur ce qu'ont voulu dire les auteurs. Ce ton sarcastique permet d'incarner le journaliste qui propose la vidéo, même si c'est une équipe qui y a travaillé. Il apporte une rugosité qui donne l'impression qu'une personne s'adresse directement au webspectateur, individuellement.

[540] ANDERSON, Chris. *La longue traîne*. Pearson, 2012.

Cet humour subtil est perçu par les webspectateurs. Romain (que nous avons rencontré lors des entretiens qualitatifs annoncés dans notre description méthodologique), dit que la voix off *« fait une articulation entre tous les chiffres pour essayer finalement de mettre une ligne directrice ou un fil rouge dans la vidéo pour comprendre comment sont liés les chiffres entre eux »*. Mathieu, un des professeurs de SES, ajoute que « l*e ton de la vidéo #DataGueule laisser penser qu'il y a un problème derrière. Et en fait, ça interpelle encore plus les élèves et donc ça met en action* ». Ce ton distancié par l'ironie posée sur certains éléments est également renforcé par les images et le travail des graphistes. « Retranscrire cet humour, c'était plus de l'ordre du jeu de mots » concède Christian Manlius, en évoquant l'image d'un champignon pour évoquer une déflagration nucléaire. Le ton et l'humour qui transparaissent dans les textes accentuent l'effet de curiosité sur le background du sujet et accentuent la focalisation de l'attention.

Cette première production se déroule dans une ambiance particulière. Une confiance totale entre les intervenants, tous orientés dans un format auquel ils croient et qui s'élabore à la manière d'une œuvre artistique exigeante et collective, emportée par la personnalité d'Henri Poulain, leader naturel du groupe. Il donne à chacun la possibilité de se dépasser, en toute liberté en mettant en pratique les valeurs développées à Burning Man. Avec la production de ce premier épisode, c'est toute la charte graphique qui est posée. C'est elle qui servira ensuite aux autres graphistes, Laurent Kinowski et Christian Manlius que nous avons également interrogé.
À l'issue du pilote, les équipes conviennent que le sujet est un peu compliqué et qu'il est nécessaire de se focaliser sur des sujets plus lisibles. Renaud Allilaire, un des conseillers de programmes au sein des *Nouvelles Écritures* approuve la forme et conseille pour la suite de traiter de sujets plus ramassés. L'intelligence de Boris Razon est d'assumer les ratés et le fait que le programme puisse être « en construction », en évolution permanente, « *dans sa gestation, dans sa mise en forme. Et puis il est en mouvement une fois qu'il est mis en ligne, puisque ce qu'il génère, ce n'est pas seulement une vidéo qui passe une fois pour toutes et basta. Il est discuté, il génère mécaniquement des commentaires, des commentaires qu'on lit, donc il le prolonge. #DataGueule ce n'est pas qu'une vidéo. C'est une vidéo, des sources dans les métadonnées, et les commentaires.*

YouTube, un dispositif audiovisuel

Les auteurs établissent un espace de diffusion : celui de YouTube. Et cela a une incidence considérable à leurs yeux. Car ce qu'ils visent est la création d'un écosystème, un lieu particulier à travers lequel une dynamique de réflexion puisse naitre et croitre. « *Évidemment, on sait que le public de YouTube est plutôt jeune, mais ça, on s'en fiche* » affirme Henry Poulain. Pour les auteurs, YouTube n'est pas la reproduction d'une chaine de télévision où l'on viendrait consommer du programme tel que Netflix ou Canal Play, mais un espace qui conjugue la vidéo avec les métadonnées cliquables et l'espace de commentaires. Même si leur mise en forme est rudimentaire, ces trois éléments font de leur chaine YouTube un tiers espace à haut potentiel. Si on ajoute l'onglet communauté qui permet de faire passer des messages à son public en dehors des vidéos, puis, comme nous le verrons, d'autres espaces venant s'ajouter pour enrichir l'engagement des webspectateurs, nous pouvons parler d'un dispositif foucaldien tel qu'Agamben le définit : « *tout ce qui, d'une manière ou d'une autre, a la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et*

d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants »[541]. En cela, Agamben inclut jusqu'au langage, mais aussi l'écriture, et bien sûr les ordinateurs, les smartphones et les plateformes numériques. Cet ensemble de lieux, d'outils, de règles, de contenus et de pratiques a cette capacité de subjectivation et de faire naitre une *réflexion* au sens de changement de direction d'une « pensée » lorsqu'elle rencontre un « corps » interposé. L'objet incorporé ici est la vidéo. Et l'ensemble du dispositif qui l'entoure permet de produire des sujets théologiques, nous dit Agamben. Il remonte à la source grecque de l'oikonomia, « *réapparue sous la forme d'une césure qui sépare en Dieu l'être et l'action, l'ontologie de la praxis* ». Un sujet serait « *ce qui résulte de la relation, et pour ainsi dire du corps à corps entre les vivants et les dispositifs* », dans notre cas, les webspectateurs. Si Agamben se méfie de ce qu'il examine comme une mascarade par la dissémination de la pensée qu'induit le dispositif, on peut aussi y voir un espace ou l'individu, face à lui-même et à ses pairs virtualisés, a la possibilité d'exercer son libre arbitre, et de se détacher « *du rapport immédiat qu'il entretient avec son milieu* ». Une profanation qui signifie la restitution du sacré à l'usage des humains. « *La profanation est le contre-dispositif qui restitue à l'usage commun ce que le sacrifice avait séparé et divisé »* nous dit Agamben. Si l'écriture et la lecture ont été les éléments rituels qui rapprochaient les hommes de Dieu, leur profanation par la vidéo, redistribue la connaissance aux humains, au risque de les perdre dans leur seule économie, « *c'est-à-dire dans un ensemble de praxis, de savoirs… dont le but est d'orienter en un sens qui se veut utile, les comportements, les gestes et les pensées* ». Cela leur confère une responsabilité que le collectif peut peut-être prendre en charge quand l'individu semble se dissoudre dans le dispositif. Car si le dispositif produit des subjectivations, par lesquelles il est aussi une machine de gouvernement, la collectivisation de ces subjectivations peut aussi les contrer. Ce qui serait imprécisément nommé Communauté aurait tout de même un potentiel d'aspiration à l'émancipation, comme l'on montré certains mouvements type Gilets jaunes, Hirak ou soulèvement de la terre.

Une indépendance féconde

C'est l'inverse des équipes historiques de France Télévisions dont l'habitude est de définir une cible pour chaque programme, et de chercher des axes marketing pour les atteindre et capter leur attention. « *Parler à une cible, c'est un réflexe de gens de télé* » qui ne fonctionne pas sur YouTube explique Henri Poulain. Le choix des sujets n'est jamais défini en fonction d'une cible potentielle, mais sur un sujet qui intéresse avant tout les auteurs, leur permette d'apprendre quelque chose, et amorce une discussion entre eux. Par ricochet, ils imaginent que cela intéressera d'autres personnes, qui s'interrogent comme eux.

Avec l'expérience, le fait d'aborder des sujets peu développés ailleurs se révèle être un des éléments du succès des vidéos. « *La surprise est le meilleur vecteur d'intérêt* », même si au départ, un sujet sembler trop complexe, trop pointu ou spécifique, en décalage avec la réalité du public et de ses implications au quotidien. L'exemple cité est l'épisode N°63 sur l'édition scientifique « Privés de savoirs ? »[542]. L'équipe doutait que ce sujet intéresse les webspectateurs. Or, ce fut un électrochoc pour les webspectateurs et un des démarrages les plus spectaculaires de son audience. Cet épisode révèle que quelques grands groupes d'édition américains font « *34% de marge et une rentabilité 4 fois supérieure à leurs camarades à la bourse de Londres* »[543], tout en rendant inaccessible au public la connaissance produite et financée par les États, dont 105 millions d'euros

[541] AGAMBEN, Giorgio et RUEFF, Martin. Théorie des dispositifs. *Po&sie*, 2006, no 1, p. 29

[542] Privés de savoirs ? ##DataGueule 63. En ligne : https://www.YouTube.com/watch?v=WnxqoP-c0ZE

[543] Voix off de l'épisode 63. En ligne https://wiki.#DataGueule.tv/Priv%C3%A9s_de_savoir_%3F_(EP.63)

avaient été dépensés par les universités en 2014. « *Wow, c'est quoi cette histoire ? Ce rendement à 35 %? ; c'est des entreprises qu'on ne connaît pas et qui ont la haute main sur la recherche…* »[544]. Les commentaires reflètent l'étonnement et l'indignation, et confirment le choix des auteurs d'aborder des sujets peu connus.

Vu le minuscule budget de développement accordé par France Télévisions à Story Circus pour produire les épisodes (moins de 15 k€, contre un minimum de 60k€ pour une émission quotidienne enregistrée en plateau), les producteurs arrivent à imposer certaines règles à leur commanditaire, et Boris Razon les soutient : ils ne veulent aucune censure qui viendrait brider les sujets. De ce fait, il y a peu de contact entre les producteurs et le diffuseur. Sur les 5 premiers épisodes, le logo France 4 est placé en haut à droite du cadre parce que le projet était de diffuser les épisodes dans un programme de France 4. Mais comme cela n'a pas fonctionné, Henri Poulain décide de l'enlever pour afficher une plus grande indépendance vis-à-vis des webspectateurs. « *C'est anecdotique, mais pas tant que ça. En fait, il y a un lien, mais on a créé notre chaîne à part. Et au début ils voulaient qu'on mette le logo France 4, puisque Boris reprenait les programmes de France 4, alors on l'a fait deux ou trois fois, et puis après je l'ai viré, sans leur en parler, parce que je savais que ce serait un obstacle. Parce que je sais que s'il y a le logo France Télévisions en début de programme, et bien, pour les jeunes qui regardent, c'est France Télévisions qui s'adresse à eux. Et ça, je ne voulais pas* ». Apposer le logo d'une chaine étatique sur une vidéo diffusée sur YouTube semble être un obstacle pour la confiance. De plus, Boris Razon avait la volonté de proposer une véritable offre externe à la chaine pour renouer le contact avec les jeunes adultes. « *Pour nous, c'est un programme dont l'essence de l'audience doit se faire à l'extérieur* » confirme-t-il. C'est ce qu'il fait avec #DataGueule en laissant le programme monter sa propre chaine sur YouTube et s'y installer. Pour Henri Poulain, « *diffuser là où le service public était assez peu présent, correspondait au désir de toucher des gens qui n'avaient pas accès à un certain nombre d'informations. Et nous, on pouvait essayer de leur permettre d'y accéder avec un ton et une forme leur permettant d'être attirés par ces informations* ».

Les 3 premières années revêtent un aspect militant indéniable, nous dit Henri Poulain ; à tel point que beaucoup étaient obligés de travailler en offrant des jours à la production pour que les épisodes se fassent. « *On a commencé comme un programme de développement. Donc on n'a jamais eu de budget de production* […] *on est une espèce d'expérience à ciel ouvert de longue durée qui a toujours été reconduite sous ces termes-là* » ajoute Sylvain Lapoix[545], le 3e co-auteur arrivé à la 2e saison, après le 10e épisode. #DataGueule est donc éminemment politique. Henri Poulain affirme que l'environnement sur YouTube en 2014 est colonisé par ce qu'il nomme « la fachosphère », représenté par Alain Soral ou Dieudonné. Cette affirmation n'est pas facile à confirmer, car les chaines des promoteurs de l'idéologie d'extrême droite ne semblent en rien dominer la plateforme aujourd'hui. Samuel Bourbon, qui s'est infiltré en 2013 dans un réseau de jeunes identitaires ne rend pas compte d'une stratégie délibérée de communication sur YouTube[546], mais plutôt dirigée sur Facebook ou dans les commentaires YouTube sous forme de témoignages et de prise de parole de « citoyens

---

[544] Extraits de commentaires écrits sous la vidéo.

[545] Entretien avec Sylvain Lapoix le 22 juillet 2019

[546] -BOURON, Samuel. Des «fachos» dans les rues aux «héros» sur le web: La formation des militants identitaires. *Réseaux*, 2017, no 2, p. 187-211.
-BOURON, Samuel. « Un militantisme à deux faces. Stratégie de communication et politique de formation des Jeunesses identitaires », *Agone*, vol. 54, no. 2, 2014, pp. 45-72.

ordinaires »[547]. Pour autant, ce sentiment que la gauche est sous-investie sur la plateforme permet aux auteurs de dire que la création de #DataGueule résonne comme une sorte d'équilibrage de la pensée. Face à « *certains fachos, qui vont prendre la posture de la dissidence, ce qui est une posture qui plaît aux jeunes* », les auteurs affirment leur positionnement délibérément antilibérale et humaniste. Il est vrai que Dieudonné ou Alain Soral font beaucoup parler d'eux à cette période et sous couvert d'humour[548] ou d'opposition au système. Ils semblent bénéficier d'une audience auprès de certains jeunes adultes sur les réseaux sociaux. *« Pour nous, c'est important d'aller sur leur terrain pour dire autre chose, sur des sujets que parfois ils traitent eux-mêmes, et qu'ils sont parfois les seuls à traiter, comme le franc CFA. Les seules autres vidéos, c'était Dieudonné »* et les commentaires le notent explicitement : *« un tiers des commentaires disaient : ah Dieudonné en a parlé* ». Il est donc important pour les auteurs de proposer une information alternative à ce que les webspectateurs croient être l'information mainstream pour contrer la propagande d'extrême droite, d'où la nécessité de ne pas faire apparaitre le logo de France Télévisions.

Pour autant, la liberté des auteurs est totale. Jamais les Nouvelles Écritures n'ont tenté d'imposer un sujet. Le groupe a même protégé la production lorsqu'une contestation a été émise par Frontex lors de la diffusion du 4e épisode de la première saison. Ils ont fait obstacle et ont laissé diffuser l'épisode sans demander aucune modification. « *Évidemment le désir de contrôle est un désir immanent à l'idée même d'une chaîne de télévision. Il s'est souvent rappelé à l'ordre, mais il a fallu très régulièrement rentrer dans un rapport de force ; pas agressif, mais déterminé pour maintenir cette extrême liberté* » nuance Henri Poulain.
D'ailleurs, #DataGueule ne s'interdit pas d'être radicale, « *c'est-à-dire sur-assumer une subjectivité, documentée certes, mais travaillée et enquêtée, on se libère totalement de l'impératif d'équilibre des points de vue, cette subjectivité est totalement délibérée* » assume Henri Poulain. L'image de fin en est la quintessence, comme une sorte de caricature de presse engagée, à la manière de Cabu. « L'objectif c'est un effet d'onde, un pavé dans une mare » qui permet d'ouvrir un débat et pourquoi pas, de délibérer. « *Plus il y a de commentaires et plus on est heureux* » ; l'espace des commentaires fait donc partie intégrante du dispositif et est le tiers lieu que le réalisateur espère particulièrement actif.
Les données ne sont pas censées être naturellement objectives, « *c'est un glissement assez terrible qui est en train d'exister aujourd'hui, de se dire la nouvelle vérité, ce sont les données ; ce qui est une absurdité totale* » affirme Julien Goertz dans une interview sur Thinkerview enregistrée le 26 janvier 2017[549]. Les données doivent toujours être contextualisées, précise-t-il. Qui les a créés, sur quelles bases, à quelles fins, sous quelle forme... ce sont des informations importantes qui ne sont pas neutres. « *Quand quelqu'un se sert d'un set de données pour raconter quelque chose, ça rajoute un prisme de lecture* ». Cela ne veut pas dire qu'il y ait manipulation, mais les auteurs restent vigilants à propos de l'origine des données et ne s'appuient que sur celles qui sont collectées selon des normes scientifiques vérifiables.
Pour venir renforcer l'équipe trop restreinte, Sylvain Lapoix rejoint les auteurs pour se consacrer au travail de recherche et d'enquête. C'est Julien Goertz qui le fait venir, car ils avaient travaillé ensemble au magazine owni.fr pour qui il avait conçu le « véritomètre » durant la campagne présidentielle de 2012, le premier « fact-

[547] BABEAU, Franck. La participation politique des citoyens «ordinaires» sur l'Internet: La plateforme YouTube comme lieu d'observation. *Politiques de communication*, 2014, no 12, p. 125-150.
[548] BARUSH Marc Olivier. « Histoire, humour et liberté d'expression. Retour sur l'« affaire Dieudonné » », *Grief*, vol. 2, no. 1, 2015, pp. 64-72.
[549] Thinkerview : #DataGueule sans filtre. En ligne https://www.YouTube.com/watch?v=507HStKtw-I&t=270s

checking » électoral vérifiant les déclarations de Nicolas Sarkozy, Ségolène Royal et leurs principaux concurrents.

Il se définit comme data-journaliste, c'est-à-dire comme un journaliste qui maitrise certains outils numériques permettant de faire du tri, du classement et du traitement de données en grande quantité pour traduire en langage compréhensible cette information parfois gigantesque et lui donner du sens. « *C'est un travail assez proche de celui de certains statisticiens et cela ouvre la porte à certains nombres de démarches jusque-là plutôt réservées à des infographistes* », précise-t-il dans un entretien avec Samira Ouardi [550]. Plus de 90% des données utilisées sont disponibles, en ligne ou dans des essais scientifiques qu'il lit et analyse selon ses thèmes de recherches. À la question des données qui pourraient s'opposer, Sylvain répond que lorsqu'elles sont analysées avec leurs protocoles, et au plus près de leur création, les informations recueillies ne peuvent pas se contredire, elles peuvent seulement exprimer des réalités différentes. Si c'est le cas, il faut alors chercher la manière dont elles ont été construites, leurs périmètres, leurs volumes et les questionnements initiaux, pour comprendre ce que ces différences représentent. Car les données brutes sont muettes sans l'interprétation que leur donne le journaliste, mais cela ne signifie pas qu'elles puissent être manipulées et qu'on puisse leur faire dire l'inverse de ce à quoi elles correspondent.

Ce trio des trois auteurs composé d'Henri Poulain, Julien Goertz et Sylvain Lapoix se stabilise dès la fabrication du onzième épisode et apporte une richesse de points de vue plus grande qu'au départ. Quand Henri évoque le militantisme pour définir l'engagement de l'équipe à la fabrication de #DataGueule, Julien répond par la pluralité de points de vue qui s'exprime au travers les discussions qu'ils mènent ensemble, sur leur rôle au sein du collectif, sur les sujets traités et la manière de les approfondir. « *Sylvain va faire le gros de l'enquête data, aller chercher la masse la plus importante des données, les 70/80 %. Moi je vais faire le reste 20/30 %, mais je ne vais pas aller chercher la même chose parce que je n'ai pas la même sensibilité sur le sujet. Et souvent on n'est pas d'accord. On n'a pas la même vision d'un sujet, on n'a pas les mêmes questionnements, mais ça ne bloque jamais en fait* » raconte Julien. Sans chercher le consensus ni imposer leur vision, les auteurs tentent de comprendre le sujet, chacun à leur manière. Leur idée est de partager ensuite leurs questionnements, « *les réponses qu'on voit traverser dans les data qu'on croise, et quand les faits qu'on croise ne nous racontent pas exactement les mêmes choses, on partage nos interrogations*. *Moi je dis ben voilà, j'ai compris ça et lui : je comprends plutôt ça. Et du coup on reprend les faits et dans la discussion, on en arrive à se dire : "ah ok, ça y est", on a fini par comprendre la même chose, la même question, on porte la même question au final* » renchérit Sylvain. La discussion est intrinsèque au programme, depuis sa conception jusqu'après la diffusion. Et ces débats ne sont pas stériles, car ils aboutissent à la vidéo de #DataGueule et aux milliers de commentaires qui s'écrivent et se répondent à sa suite. « *On ne cherche pas le consensus dans le sens où on ne finit pas d'accord sur le même point. Par contre, on change, on révise nos opinions, on progresse. À la lumière de ça, moi j'ai changé sur ma vision de plein de trucs* » évoque Sylvain Lapoix qui affirme être devenu végétarien, en travaillant l'épisode 55 sur les effets de la consommation de viande sur le climat, l'eau, les déséquilibres Nord/Sud et la déforestation[551]... « *Et c'est en ça qu'effectivement la notion de militantisme, elle se place plutôt au niveau de la façon qu'on a de communiquer ce qu'on veut faire passer comme message, la façon de le faire passer plutôt que sur l'idée préétablie d'un sujet* ».

---

[550] OUARDI Samira, « Le data journalisme : entre retour du journalisme d'investigation et fétichisation de la donnée. Entretien avec Sylvain Lapoix », *Mouvements* 2014/3 (n° 79), p. 74-80.

[551] #DataGueule « Quand la boucherie, le monde pleure ». En ligne https://www.YouTube.com/watch?v=KriTQ0aTrtw

Au vu des enjeux environnementaux, démocratiques, sociétaux, économiques qui traversent le monde aujourd'hui, le choix des sujets est crucial pour les auteurs. Pour les documenter, ils amoncellent des quantités d'informations qui donnent souvent une vision très négative de l'avenir. Mais l'hégémonie culturelle théorisée par Antonio Gramsci doit ici être retournée par les "*subalternes*"[552] qu'ils assument être. Le travail s'inscrit dans une lutte anthropologique pour que le cours du monde ne finisse pas par l'anéantissement de l'espèce humaine. « *Pour moi, la lutte est culturelle. J'ai pris une claque dans la gueule en découvrant les réflexions de Gramsci sur le fait que si tu veux émanciper des gens (pas dans le sens de leur dire quoi penser à la place de ce qu'ils pensent parce qu'ils pensent mal, non), leur apprendre à faire émerger en eux-mêmes la conscience de leur pouvoir d'agir, et d'agir pour leur propre bien, mais qui sera un bien commun. Et là-dedans les réflexions tournent autour de la démocratie* » revendique Sylvain Lapoix. Les journalistes de #DataGueule ont, sans aucun doute, une conscience politique…

Une fois les données récoltées, analysées, mises en perspectives, le texte écrit par Julien laisse émerger les lignes de force qui peuvent être interprétées comme des facilités narratives pouvant leur être reprochées comme des biais. Mais les auteurs l'assument par la voix de Sylvain : « *Effectivement, il y a des facilités parfois ou des éléments de narration presque, mais qui ne se justifient que parce qu'encore une fois #DataGueule ne s'interrompt pas au moment où il est diffusé, parce qu'il se propose d'être un objet qui se discute, qui s'interroge et qui permet de se nourrir d'autres sources et de les réinterpréter à son tour* ».

Le fait que les vidéos de #DataGueule soient diffusées sur YouTube change totalement la perspective pour le webspectateur. Lors d'une diffusion linéaire à la télévision, les téléspectateurs sont passifs, ils regardent et doivent suivre le rythme que le documentaire leur impose. Les informations sont enregistrées cognitivement au rythme des capacités de chacun, selon sa culture et ses connaissances déjà acquises, qui facilitent leur compréhension. Pour ce type de diffusion, les auteurs ont l'obligation de délivrer les informations à une cadence qui permettent de les assimiler.

Sur YouTube, le webspectateur est actif. C'est lui qui lance la vidéo. Il a la possibilité de l'accélérer (x 1,25 ; x1x50 ; x1,75 ; x2) ou de la ralentir (x0,75 ; x0,5 ; x0,25), il peut la scroller, c'est-à-dire déplacer avec son curseur le contenu, l'arrêter, revenir en arrière pour revoir une séquence, placer un time-code pour pointer un moment précis de la vidéo dans les commentaires, afficher la transcription, visualiser les sous-titres, partager la vidéo sur tous les réseaux sociaux existants … Toute une série d'actions qui donnent des outils aux webspectateurs pour « *faire leur part* ». C'est le rapport à l'objet vidéo qui est transformé pour être approprié et travaillé par les « webspectateurs acteurs, qui naturellement se tournent vers l'espace des commentaires pour écrire et surtout lire ce que les autres ont écrit. Si l'on regarde les vidéos souvent seuls, sur son mobile, le partage des réflexions qui les suivent permet en recréer une manière de visionnage collectif d'où ressort l'impression de réfléchir et discuter ensemble.

[552] CIAVOLELLA Riccardo, « L'émancipation des subalternes par la « culture populaire ». La pensée gramscienne et l'anthropologie pour appréhender l'Italie de l'après-guerre et le Tiers monde en voie de décolonisation (1948-1960) », *Mélanges de l'École française de Rome - Italie et Méditerranée modernes et contemporaines* [En ligne], 128-2 | 2016, mis en ligne le 27 octobre 2016

4.3 Un format qui se rallonge pour encourager la réflexion

Pour la 5e saison, les auteurs expriment l'envie de modifier le format pour sortir des seuls constats percutants et ouvrir la réflexion sur un point de vue pertinent. Suite à de nombreux retours du public, ils voulaient dépasser le simple constat chiffré pour tenter d'ouvrir d'autres horizons de réflexion en abordant des sujets plus complexes, plus transversaux. La forme devait suivre le fond.

De plus, le rallongement du format rendrait éligibles les vidéos au fond d'aide aux créateurs vidéo sur Internet du Centre National du cinéma et de l'image animée (CNC). Ce financement supplémentaire permettrait d'augmenter le budget de la production et donnerait aux auteurs et techniciens, des moyens supplémentaires pour être convenablement payé. Normaliser une situation jusqu'ici placée sous la nécessité militante permettrait une sorte de reconnaissance par des conditions de rémunération plus professionnelles.

Henri Poulain propose un nouveau format, composer d'une première partie en motion design (comme celle existante), prolongé par l'interview d'une universitaire, chercheur ou témoin qui permette d'aborder le sujet différemment. Les vidéos se concluraient par une séquence finale dans le même esprit que la première partie, dans laquelle la voix off s'adresserait aux webspectateurs pour ouvrir la discussion. La volonté était de donner 8/9 minutes aux intervenants pour qu'ils ou elles aient le temps de développer leur pensée. L'idée de modifier le format initial ne convainc pas France Télévisions. Les responsables des Nouvelles Écritures pensaient que tout changement bousculerait le public dans ses habitudes et provoquerait son départ. Surtout, ils étaient convaincus que les utilisateurs de YouTube recherchaient des formats courts, et qu'une vidéo de 12/13 minutes ne fonctionnerait pas. C'est pourquoi ils tentèrent de s'y opposer, sans parvenir pourtant à convaincre les auteurs. « *On leur dit : "on s'en fout, on va faire ça". C'est à prendre ou à laisser* » affirme Henry Poulain, inversant le rapport de force.

Cet épisode confirme le changement radical qui s'est produit par l'entrée de nouveaux acteurs dans l'écosystème de la production du fait de l'apparition de YouTube. Jusqu'à présent, le diffuseur régnait de telle manière qu'il imposait ses choix, à travers une organisation de la décision verticale. Mais le faible budget alloué aux programmes de la nouvelle économie, la coproduction et la volonté d'autonomisation que peut apporter YouTube, donne aux producteurs de contenu une détermination nouvelle. Ils placent leurs convictions et leurs envies au-dessus des nécessités économiques et ne semblent pas prêts à faire des concessions.

Le premier épisode du nouveau format est sur l'état d'urgence[553]. Il suscite des réserves. « *Sur la forme. Ils nous disent "c'est trop long. Ça va faire chier, l'interview est ratée, la fin est chiante". Ils sont à deux doigts de dire "non on ne met pas ça en ligne" ».* Ce fut le premier rapport très conflictuel que Story Circus eut avec son coproducteur. Mais les auteurs et Story Circus ne modifièrent rien. Rectifier leur épisode signifierait la défaite de ce que la révolution numérique semblait représenter pour eux.

Leur "victoire" se fera grâce à leur coproducteur *Première ligne*[539]. Jean-Pierre Canet, le cofondateur de « cash investigation », était un ami d'Henri. Il venait de prendre ses fonctions auprès d'Élise Lucet dans l'émission « Envoyé spécial ». Il fit visionner à Élise Lucet l'épisode litigieux. Celle-ci l'apprécia et prit position en faveur de la nouvelle bouture du programme. Elle fit immédiatement par mail un plébiscite de

[553] #DataGueule N°58 « État d'urgence : plus c'est long, moins c'est bon ». En ligne : https://www.YouTube.com/watch?v=O2Vq0SVSdXg

#DataGueule et proposa à la direction de France 2 de le diffuser en préambule d'Envoyé spécial. « *Et là, #DataGueule, comme par hasard, tout le monde trouve ça génial* » se souvient Henri Poulain. La direction des Nouvelles Écritures oublia leurs réticences et l'épisode fut mis en ligne le lendemain. Cet épisode montre l'habitude des prises de décision verticale de la chaine. Mais celle-ci est court-circuitée par l'appui d'une entité influente au sein de l'équipe de direction. Par son soutien, les voix s'accordent à celles des auteurs.

Cet épisode marque la verticalité organisationnelle du Service public de l'audiovisuel. Toutes les décisions importantes se prenaient à des niveaux hiérarchiques supérieurs, qui devaient être appliqués à l'échelon opérationnel. La sensibilité des auteurs, leur implication et le rapport qu'ils pouvaient entretenir avec leur public n'étaient pas pris en compte, car jamais auparavant, n'existait une telle proximité dialogique entre les auteurs et leur public. Celle-ci est dorénavant construite sur les commentaires directement accessibles en ligne. Des échanges qui se discutent et permettent "d'entendre" la voix des usagers.

À l'image de ce commentaire écrit à la suite de ce nouvel épisode, la réception de la nouvelle version vient contredire les estimations que France Télévisions imaginait :

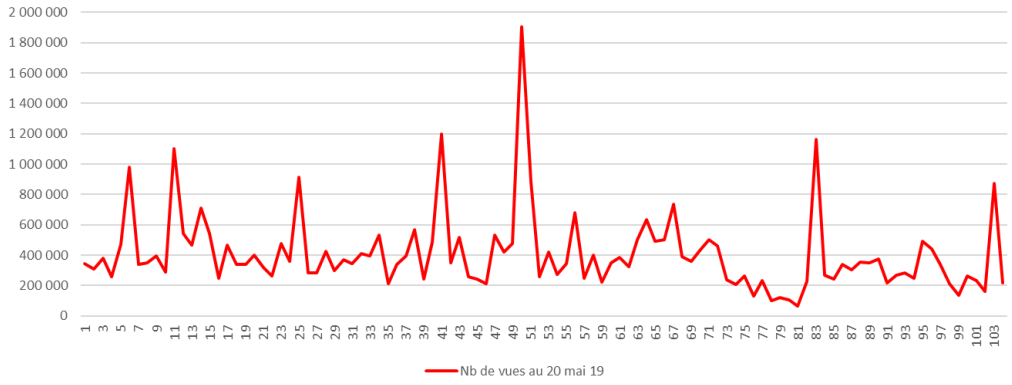
« Voilà moi je trouve que cette volonté de traiter plus en détail un sujet et louable et apprécié », espère le réalisateur. Si certains webspectateurs se contentent de la première partie, la majorité va jusqu'au bout. Les commentaires s'emparent alors de ces réflexions comme nous le verrons plus bas.

Pour les interviews des spécialistes, les auteurs s'imposent une règle d'inégalité de genre en favorisant les femmes au détriment des hommes. Pour eux, la parole des femmes, en tant que spécialistes, est trop minoritaire dans l'espace public. À leur mesure, ils veulent tenter de rééquilibrer cette inégalité de traitement.

Des thématiques politiques qui amorcent les discussions au fil du temps

Ainsi, durant les 6 années de production de #DataGueule (2014/2021) Story Circus et ses auteurs auront produit 102 épisodes, dont chacun, à sa manière, aborde un fonctionnement problématique de notre société. Nous ne pouvons pas étudier chaque vidéo, mais en parcourir rapidement certaines, montre à quel point les sujets traités sont politiques à l'instar du rôle des lobbys (ep3), de l'activité de Monsento (ep6), du TAFTA (ep14), de la biodiversité (ep24), du modèle économique allemand (ep28), du rôle de la monnaie (ep30), des méfaits de la prison (ep47), de la mise en cause du PIB (ep54) …

Figure 89 : Nombre de vues des 102 épisodes #DataGueule



Source #DataGueule

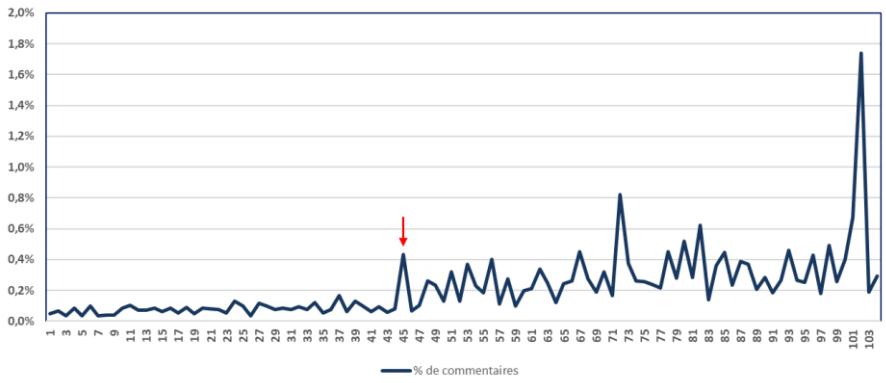
Les audiences sont très irrégulières et dépendent des sujets traités. Toutefois, en moyenne, les épisodes totalisent 409.000 vues uniques. Seulement une quarantaine a dépassé ces performances. Les deux vidéos qui ont franchi le million de vues traitent (1) de la diminution de la durée du sommeil, des causes et de leurs conséquences sur la santé (1,2 million de vues)[554], et (2) sur la réglementation de l'usage du cannabis (1,1 million de vues)[555].

Si le succès de la vidéo sur le cannabis est compréhensible pour un public de jeunes adultes, le succès de celle sur le sommeil vient de son originalité. En effet, découvrir l'utilisation par l'armée d'une "drogue" (le Modafinil), est une vraie surprise. C'est une « *pilule miracle aux effets secondaires apparemment limités qui peut garder un soldat éveillé et efficace pendant plus de 48 heures en supprimant directement le besoin de sommeil* »[556]. C'est un sujet très peu traité dans les médias mainstream et qui intéresse les jeunes adultes, surtout lorsqu'ils sont étudiants, ce qui apparait dans les commentaires : « *j'ai toujours aimé dormir et trainer au lit, pourtant depuis quelques années (depuis que je suis étudiant en fait) je ne dors plus que 5 heures par nuit en semaine* » raconte un webspectateur.

Viennent ensuite un épisode sur Monsanto, l'histoire des vendeurs de tabac, la complosphère, le coronavirus, l'assistanat, dont nous allons analyser dans un prochain chapitre les commentaires.

Toutefois ces succès d'audience ne correspondent pas nécessairement à une forte participation aux discussions. Concernant le nombre de commentaires, si la moyenne des commentaires est de 753, les épisodes qui en ont suscité plus de 1000 sont au nombre de 29 (voir annexe 5). Ils indiquent les sujets qui mobilisent le plus, de débats enflammés, comme nous l'analyserons dans un prochain chapitre. Ce sont des sujets souvent clivants (égalité des sexes, assistanat, homosexualité et parentalité…) ou qui questionnent des éléments de notre société souvent peu abordés ailleurs (surpopulation, rôle de l'impôt, de la voiture, le sens du travail…).

Figure 90 : Pourcentage de commentaires sur nombre de vues par épisode



Source #DataGueule

L'implication des webspectateurs augmente subitement à partir de l'épisode 45. Pour identifier ce phénomène, nous avons calculé le ratio entre le nombre de vues et le nombre de commentaires. Une nette augmentation se manifeste à partir de cet épisode, qui semble clôturer le cycle de vidéo de #DataGueule.

[554] Adieu sommeil - #DATAGUEULE 41 En Ligne : https://www.youtube.com/watch?v=dAMXH2_dcvs&t=12s

[555] Voir la liste des épisodes et leur audience en Annexe 4

[556] Extrait du commentaire de l'épisode N°41 « Adieu sommeil », en ligne https://www.YouTube.com/watch?v=dAMXH2_dcvs&t=9s

Publié le 11 juillet 2015, cet épisode est nommé « *Season Finale : comment ces data gueulent ?* »[557] et récapitule le travail déjà entamé par le collectif #DataGueule : « *376 minutes de vidéos remplies de chiffres, de dessins et parfois de blagues, mais aussi 300.000 abonnés sur YouTube* »[558],

C'est l'occasion de décrire la façon de travailler, en lisant une masse considérable de sources et de sélectionner les plus signifiantes « *à coups de tendinites métacarpiennes et de privation de sommeil* »[559], ce qui leur a permis de remporter le prix du public *des Data Journalism Awards* en 2015[560]. Rendez- vous est donné au public pour la rentrée de septembre 2015 « *pour continuer la discussion* ». Les 1044 commentaires qui suivent l'épisode pourraient être résumés par « un grand merci », « bravo à l'équipe ».

Si l'épisode suivant, mis en ligne 3 mois plus tard, le 13 octobre, semble ne pas rencontrer le public, celui d'après, sur la prison, et ceux qui suivirent, obtiennent un taux de participation bien plus important. C'est comme s'il avait fallu prendre le temps de susciter l'envie de discuter chez les webspectateurs. Une période probatoire en quelque sorte durant laquelle la confiance peut s'installer et inciter le public à participer à des discussions, comme l'avait voulu les auteurs. Le plébiscite et la communication autour du *Data Journalism Awards permet* aux webspectateurs d'amorcer un usage plus régulier dans les discussions, comme si une « communauté » s'était reconnue dans l'unanimisme de satisfecit du programme. La participation n'est donc pas automatique et semble devoir remplir certaines conditions, dont la proximité et la confiance envers les auteurs sont des éléments importants.

Quand le format court ne suffit plus

On le voit, #DataGueule est passé d'un format de 4 minutes à 11 minutes grâce à l'ajout de l'interview final. Celui-ci permet au public de prendre un peu plus de temps de réflexion, grâce à la vision d'un expert de la société civile ou d'une scientifique qui a une connaissance du terrain et sait mettre en perspective ce que les données ont révélé. Ces spécialistes proposent une analyse plus fouillée quand les seules données laissaient les webspectateurs seuls devant le bombardement d'informations et le constat qui s'y dessinait. Le rythme est plus lent et reflète l'énonciation d'idées bien construites. Il donne des clefs et laisse un peu de temps aux commentateurs potentiels de reprendre le fil de leurs idées.

Cet ajout alimente donc les discussions et augmente le nombre de commentaires. Nous le verrons plus bas, les propos de la spécialiste se retrouvent dans les échanges. Ils servent d'appuis, de démonstration ou de contre arguments. L'interview joue donc parfaitement le rôle qu'avaient fixé les auteurs.

Pourtant, certains sujets leur semblaient difficiles à traiter en si peu de temps sans risquer de trop les simplifier. Le traitement de la complexité du réel tient à cœur à l'équipe. Et s'il leur a été possible d'aborder des questions sensibles telles que les paradis fiscaux, la surpopulation, l'insécurité dans un format même rallongé, d'autres sujets leur paraissent trop importants pour faire l'objet d'un épisode aussi court.

Très sensible au dérèglement climatique et suivant de près les mouvements militants se manifestant à ce sujet, ils souhaitent traiter ce sujet à la manière de #DataGueule en y mettant plus de moyens et surtout en

---

[557] #DataGueule 45 : Season Finale : Comment ces data gueulent ? En ligne https://www.youtube.com/watch?v=woqwcjmrMHw&t=6s

[558] Page du crowdfunding Démocratie(s) sur Kisskissbankbank. « La démocratie n'est pas un rendez-vous. » En ligne https://www.kisskissbankbank.com/fr/projects/la-democratie-n-est-pas-un-rendez-vous

[559] Extrait du script de l'épisode N° 45 « Comment les Data Gueulent ». En ligne https://www.YouTube.com/watch?v=woqwcjmrMHw&list=PLKipY1cRnemJApzq8NWxMpx565V8yQPfB&index=20

[560] Le jury des Data Journalism Awards, réuni le jeudi 18 juin, a décerné le prix du public à #DataGueule. En ligne https://mediakwest.com/#DataGueule-remporte-le-prix-du-public-des-data-journalism-awards-2015/

lui donnant du temps. C'est pourquoi ils proposèrent à France Télévisions de financer un #DataGueule spécial de 90 minutes sur le sujet, toujours produit par première ligne[561].

Le contexte s'y prête, car la COP 21 se déroulait en décembre 2015. France Télévisions leur propose le montant d'une saison pour permettre de produire ce documentaire. À l'équipe ensuite d'en extraire certaines séquences afin de les diffuser sous le format habituel.

Avec ce financement, la participation de la société première ligne et celle du CNC, l'équipe parvient à produire un documentaire long format. Le film sortit sur la chaine #DataGueule le 16 novembre. Avec ce documentaire, #DataGueule franchit un cap et son public s'agrandit. Près de 2 millions de vues et 2500 commentaires sont écrits. L'équipe se sent dorénavant légitime pour produire du contenu très fouillé, traitant de sujets beaucoup plus globaux.

4.4 La démocratie s'impose comme le thème central de #DataGueule

En réfléchissant à ce qu'ils avaient déjà produit et à leur manière de fonctionner ensemble, en collectif, les auteurs firent le lien avec la démocratie. C'est de leur expérience qu'ils souhaitaient partir pour la mettre en lien avec d'autres initiatives collectives qui définissent un idéal à suivre. La production de tous ces épisodes leur avait fait rencontrer des chercheurs et responsables d'associations dont l'activité est de faire vivre ce concept souvent peu questionné de démocratie. Ils avaient été imprégnés de ces questions, les avaient interrogés et parfois mis en pratique. Ils voulaient maintenant creuser spécifiquement le sujet. « *Je pense qu'en fait, et c'est pour ça que ça rend difficile la chose pour France Télévisions ; c'est que le pré requis est que l'organisation même de ceux et celles qui produisent ce programme soit démocratique* » se rappelait Julien en se souvenant de la distance qui les séparait du fonctionnement du service public. En effet, la petite équipe s'était organisée de manière horizontale, de façon à ce que chacun ait sa place avec son savoir-faire. Sans dénigrer la nécessité d'une certaine hiérarchie, le collectif #DataGueule s'était construit sur un désir d'une organisation ouverte, ou la remise en question sert à avancer plutôt qu'a obstruer.

Ce questionnement sur la démocratie est un continuum du travail engagé depuis trois ans, « *la notion de démocratie traverse tous les épisodes »* admet Julien Goertz. Chaque sujet pouvant être une brique de réflexion autour du fonctionnement de notre société en imaginant, par petites touches, qu'elles pourraient représenter l'image d'une démocratie réelle. Intégrer les webspectateurs dans le processus de financement est donc naturel. Cela permet une plus grande autonomie et la possibilité d'un dialogue avec un « *réservoir d'intelligence collective* » qui démultiplie les possibilités de propositions d'initiatives.

« *On nous a parfois reproché d'être démoralisants, plombants, pessimistes. Et pourtant... Si l'on aime ouvrir le capot et examiner le moteur de nos sociétés, c'est justement pour essayer de réfléchir à comment le faire tourner autrement. Quelles pièces changer ? Quels rouages huiler ? Quelles nouvelles transmissions inventer ? Un peu lourde la métaphore automobile ? C'est pas faux. Alors, allons-y franco : depuis quelques mois, il y a*

[561] 2° avant la fin du monde. #DataGueule. En ligne https://www.youtube.com/watch?v=Hs-M1vgI_4A&list=PLKipY1cRnemIxo3F_0P67_2xlH9Dmc0Q5

un sujet que l'on aimerait examiner sous toutes les coutures : la démocratie. Et on voudrait le faire avec vous », annoncent les auteurs auprès de leurs potentiels contributeurs et contributrices.[562]

Pour le financer, le collectif #DataGueule lance une souscription sur la plateforme Kisskissbankbank et récolte 243.181 € auprès de 7818 contributeurs dont les contreparties vont du nom au générique pour les 1049 plus modestes contributeurs (6€) à une projection privée pour les deux plus importants, qui ont apporté 3600€ chacun. Le choix d'un financement participatif leur permet de ne pas dépendre d'une chaine de télévision et de revendiquer une diffusion numérique ouverte en Creative Commons[563] sur YouTube. « *Nous voulons construire un projet citoyen jusque dans sa diffusion* », écrivent-ils sur la page de Kisskissbankbank. Un documentaire qui soit accessible au plus grand nombre sans aucune restriction, même si France Télévisions continue de les soutenir dans cette démarche. Le projet « Démocratie(s) » se veut démocratique dès sa conception. La licence *Créative Commons* permet à qui veut de partager, copier, distribuer le documentaire, mais aussi de se l'approprier en l'adaptant librement à la condition que la même licence soit appliquée ensuite. Par cette licence, leurs auteurs veulent que n'importe qui puisse s'emparer du documentaire pour qu'il puisse servir d'introduction ou de moteur à des échanges citoyens.

Sur un budget prévisionnel de 373.000 €, 90.000 € (24%) viennent de France Télévisions et 40.000 € (10%) du Centre National du Cinéma (CNC), les 66% restant sont financés par les webspectateurs, dépassant légèrement les objectifs.

Durant la campagne de financement et jusqu'à la diffusion, les contributeurs ont accès à un forum de discussion sur la plateforme Kisskissbankbank. Pour le projet Démocratie(s), c'est près de 1000 commentaires qui sont écrits. Plusieurs évoquent l'importance des sources (Casse Brique *: Ça fait du bien d'avoir des sources indépendantes qui mettent le doigt là où ça fait mal !* – DrV *: Dans un monde noyé sous l'information, il est indispensable d'appuyer son travail de sources fiables !!*- Saba.Lomidze *: Je n'ai jamais vu des vidéos aussi bien faites sur le monde et surtout avec des chiffres et des sources vérifiables…)*. Ces encouragements et les moyens que leur confère le financement donnent envie aux auteurs de centraliser toutes les sources ayant servi aux vidéos. Ils le font en juin 2017 sur un wiki grâce à la plateforme MediaWiki[564] , plateforme collaborative open source qui en facilite la mise en place. Sur ce wiki, une page est dédiée à la centaine d'épisodes de #DataGueule. Outre la vidéo, on y retrouve son résumé, le script intégral de la voix off, un condensé des propos de l'intervenante ou de l'intervenant ainsi que la totalité des sources principales et secondaires accessibles en ligne et les crédits du générique.

Une tentative d'agora élargie

Pour encourager la discussion avant que le documentaire ne soit diffusé sur YouTube, les auteurs cherchent à développer un lieu d'échanges plus ouvert que celui de YouTube, une sorte d'Agora plus générale à travers laquelle les utilisateurs pourraient venir discuter, débattre et délibérer. Ils se tournent également vers leur partenaire Framasoft. Issue d'une « association loi 1901 d'intérêt général, elle du monde de l'éducation et

---

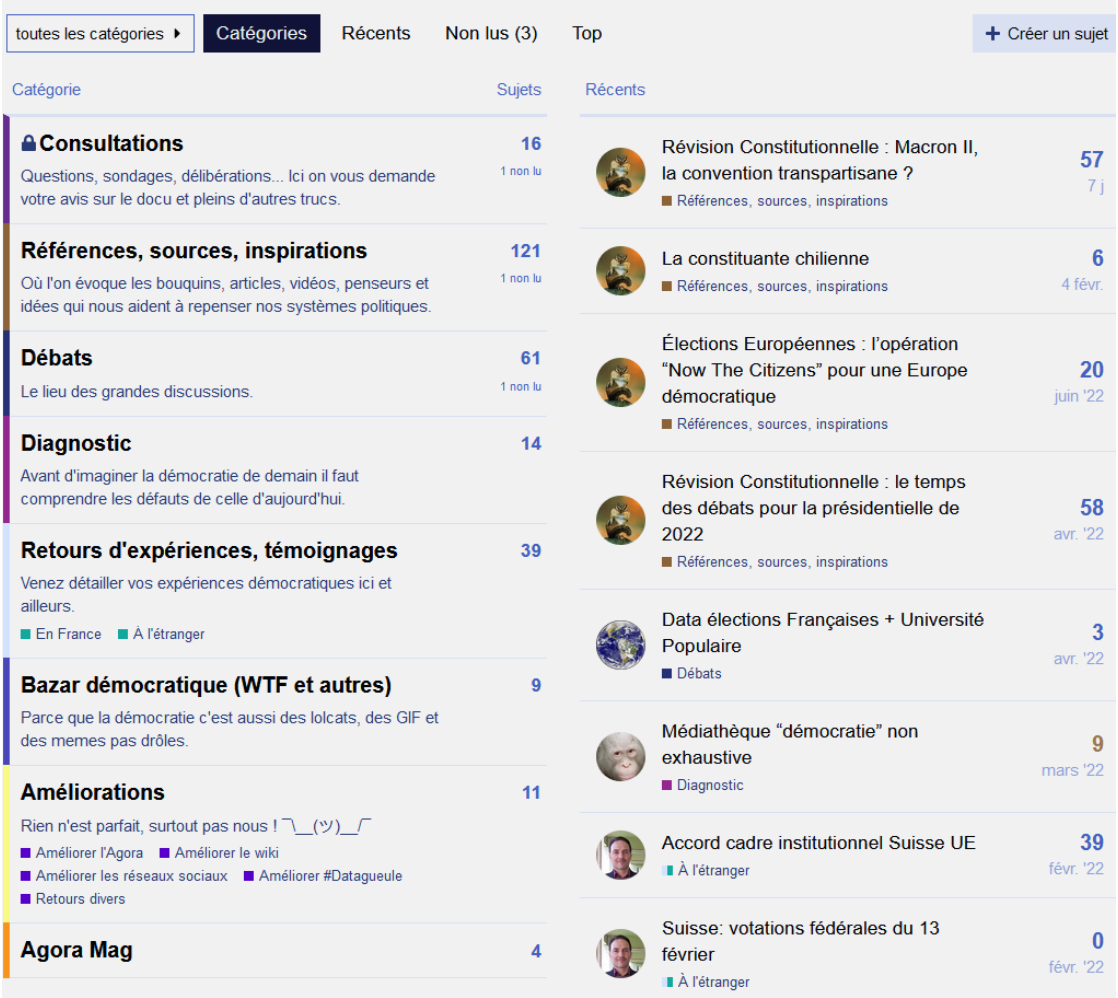
562 Page Kiskisbankbank « La démocratie n'est pas un rendez-vous. » en ligne https://www.kisskissbankbank.com/fr/projects/la-democratie-n-est-pas-un-rendez-vous

563 Cadre juridique des créative commons permet d'utiliser le programme librement en citant les auteurs et en partageant dans les même conditions d'utilisation. En ligne : https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/fr/

564 Site web collaboratif, au développement duquel les visiteurs peuvent participer par l'écriture de pages web et la création de liens, et dont la permanence repose sur l'identification des auteurs, l'archivage des versions et le suivi des modifications. En ligne https://www.mediawiki.org/wiki/Project:About

tournée vers l'éducation populaire. « *On est uniquement en technologie libre* », affirme Sylvain, afin de se conformer à leurs valeurs sur le numérique. « *On a, à la fois structuré une offre de manière éthique, et on a structuré nos outils et notre présence de cette manière* ». C'est aussi pour eux le moyen de se rapprocher d'une communauté qui compte sur le Net avec qui ils peuvent échanger sur la meilleure façon de procéder, d'obtenir des conseils pour mettre en cohérence leur discours et leur manière de faire. « *Il y a une espèce d'échange comme ça : une communauté qui nous est assez favorable notamment parce que nos vidéos constituent un support pédagogique pour ces gens-là, notamment la vidéo sur les communs, la vidéo sur la neutralité du Net, etc.* » précise Sylvain Lapoix. Comme on l'a vu précédemment, ce matériel sert aux enseignants, lycéens et étudiants, mais aussi à des collectifs de militants qui trouvent là des outils de communication et de diffusion de leurs thématiques. Alors que les auteurs ne s'inscrivent pas dans une mouvance militante spécifique, leurs vidéos et le dispositif qui les entoure bénéficient aux activistes qui militent par des actions directes. Que ce soit pour le climat et la biodiversité, les droits humains, une économie hétérodoxe… leur travail vient en expliquer les contextes et les contours.

Figure 91 : Capture d'écran de la page d'accueil de l'Adora



Framasoft héberge donc l'Agora qui est, comme son nom l'indique, un lieu de discussions et d'échanges. Au départ, cet espace est réservé aux seuls contributeurs du financement. C'est une sorte de "privilège" qui leur permet de faire communauté, d'échanger leurs arguments en faveur ou défaveur de la démocratie telle qu'exercée en France, et de proposer des pistes de sujets pour les journalistes et auteurs de #DataGueule. Les donateurs reçoivent en échange de leur don un code d'accès. Il leur donne accès à l'Agora.

Contrairement à l'espace de commentaires de YouTube, qui se limite à un espace générique sous chaque vidéo, l'Agora est beaucoup plus ouverte. Elle permet aux administrateurs de proposer des halls thématiques dans lesquelles chacun à la possibilité de créer des salles de discussions thématisées.

Dans cette agora, les auteurs ont créé 8 grands "halls" thématiques (Fig.91). Ce sont entrées thématisées permettant d'agréger les sujets de discussions ou les propositions des internautes :

1. Un hall de consultation des contributeurs pour aider à renseigner le documentaire en préparation, faire un travail de veille
2. Un hall de mise à disposition de sources pouvant servir d'inspiration
3. Un hall de débat
4. Un hall qui se concentre sur les diagnostics concernant le fonctionnement de notre démocratie
5. Un hall de témoignage et retour d'expérience pouvant alimenter le contenu futur
6. Un hall un peu fourre-tout laissant la part belle à l'imagination des contributeurs
7. Un hall pour recevoir des propositions d'amélioration
8. Et un kiosque pour lire la revue de l'Agora, résumé des topics développés dans l'agora et écrits par les auteurs.

C'est l'espace des sources qui suscite le plus d'activité avec 121 discussions différentes. Dans ces espaces d'échanges, il est possible de partager des liens, des vidéos, des textes et tous autres tableurs, documents ou images nécessaires. Cela a le mérite de concentrer les informations et d'y avoir accès plus simplement, en fonction d'une thématique spécifique.

Si l'initiative des auteurs est louable et qu'elle participe au dispositif de #DataGueule, il en ressort tout de même une participation assez modeste en termes de participation active. Même si 37% des contributeurs de Kisskissbankbank ont créé un profil (2941 utilisateurs sur les 7818 contributeurs), très peu contribuent réellement aux partages d'idées, de sources ou de documents.

Figure 92 : listes des sujets les plus commentés dans l'Agora

Sujets	Réponses	Vues
Révision constitutionnelle : la saison 2 ?	74	2800
Révision constitutionnelle : les propositions en présence	68	5900
Tirage au sort	66	4200
Révision constitutionnelle : le temps des débats parlementaires	58	3500
Révision constitutionnelle : le temps des débats pour la présidentielle de 2022	58	1300
Révision constitutionnelle : Macron II, la convention transpartisane ?	57	638

Si l'on prend les sujets les plus commentés (Fig.92), on observe que les questions soulevées concernent souvent des questions constitutionnelles, *a priori* techniques, et qu'un maximum de 74 échanges a lieu avec souvent très peu de participants. Ces conversations suscitent assez peu de lectures. En revanche, ceux qui participent y mettent de l'énergie et accompagnent leur propos d'une multitude d'articles, de vidéos, de rapports et de commentaires argumentés.

Le sujet qui est le plus consulté (Fig.93) concerne des propositions d'arguments en défaveur de la démocratie. Assez provocateur, ce sujet récolte 8100 vues pour seulement 8 participations actives, ce qui est très peu, mais vu le nombre d'inscrits, ils y sont retournés plusieurs fois ou beaucoup de personnes extérieures les ont consultés.

Figure 93 : listes des sujets les plus consultés dans l'Agora

Sujets	Réponses	Vues
7 arguments CONTRE la démocratie	8	8100
Révision constitutionnelle : les propositions en présence	68	5900
Tirage au sort	66	4200
Révision constitutionnelle : le temps des débats parlementaires	58	3500
Diminution de participation des citoyens à la vie politique	43	3200
Révision constitutionnelle : le temps du "Grand Débat"	53	2800

Cet espace est donc un véritable lieu d'échange comme l'auraient souhaité les auteurs, mais il ne mobilise que très peu le public. La raison en est certainement que l'Agora a été créée à l'occasion de la campagne de crowdfunding, à l'attention des seuls contributeurs, pour les faire participer à l'élaboration du projet « Démocratie(s) », dans une dynamique très ouverte. Son existence était inconnue des abonnés de la chaine #DataGueule sur YouTube.

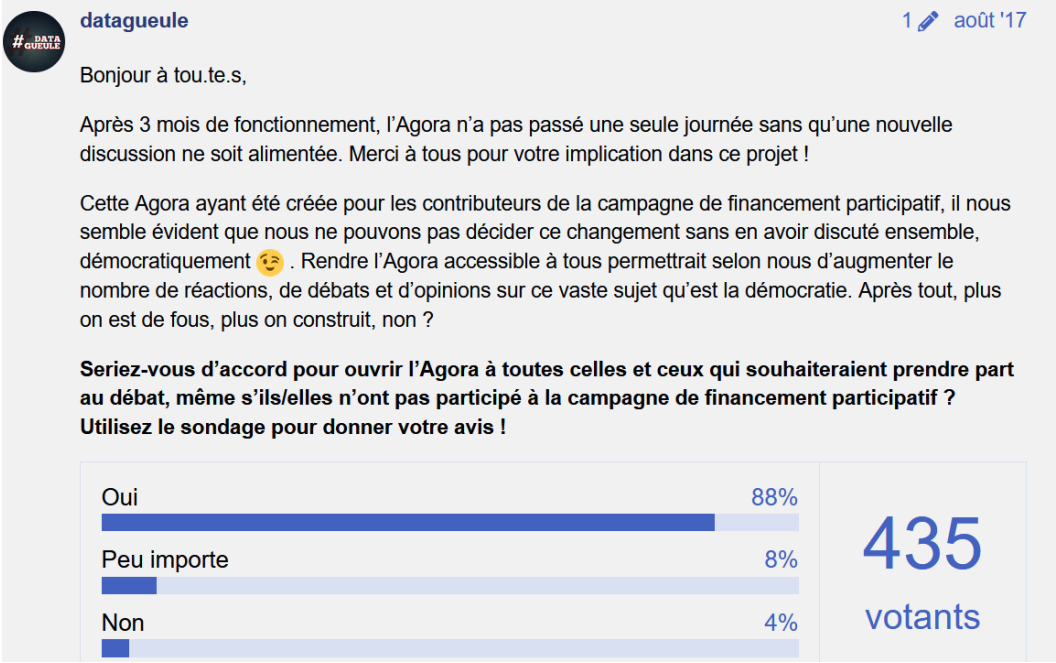
Pour tenter de pallier cette restriction, les auteurs imaginent alors ouvrir l'agora à tous les webspectateurs de #DataGueule. Ils proposent cette idée aux contributeurs et organisent un sondage avant de prendre leur décision. Quand la démocratie est le sujet de cet espace d'échange, il n'est pas possible d'imposer une idée. Seuls 15% des 2941 utilisateurs de l'Agora votent. Mais leur choix est sans appel : 88% sont d'accord pour l'ouvrir à tous, sans restriction (Fig.94). Pour autant, cette proposition suscite en elle-même des discussions selon 2 thématiques dominantes :

1. La participation à l'agora : Certaines personnes estiment que la participation à l'agora devrait être ouverte à tous, sans distinction, pour favoriser la démocratie et éviter les biais de sélection liés à la participation à une campagne de financement participatif, mais cela implique une plus grande attention à la modération. D'autres pensent qu'il faudrait filtrer les participants pour éviter la présence de trolls et une trop grande abondance de discussions qui noieraient la clarté des discussions. Pour eux, il faut conserver un groupe à échelle humaine pour en faciliter les échanges.
2. La question de l'argent : Certaines personnes soulignent que la participation à une campagne de financement participatif n'est pas accessible à tous et qu'il ne faudrait pas que cela empêche les personnes les moins fortunées de participer à l'agora. D'autres estiment que le financement de la campagne donne le droit aux contributeurs de participer à l'agora et que cela permet de filtrer les trolls et les faux participants, mais ils sont minoritaires.

Des propositions sont faites pour améliorer la participation telles que limiter la longueur des interventions, revoir la catégorisation des discussions. Pour certains, l'intérêt d'une communauté comme celle-ci n'est pas seulement de donner son avis, mais également de nourrir sa propre réflexion.

Il y a donc une délibération, avec une question posée, une argumentation exprimée selon une diversité de points de vue, qui aboutit in fine à un vote. On peut imaginer qu'avec une très forte participation, la fragilité de la représentation serait atténuée, ce qui n'est pas le cas dans une situation où simplement 15% des inscrits s'expriment sur le sujet. L'initiative est intéressante, mais doit certainement encore être améliorée pour se rapprocher d'un idéal démocratique.

Figure 94 : capture d'écran de l'annonce des résultats du sondage sur l'ouverture de l'Agora



Quand la décision a été d'ouvrir l'Agora à tous, l'information et les habitudes de discussions n'avaient pas été prises par les utilisateurs de YouTube pour se déplacer vers l'agora et seulement 50 personnes ont rejoint l'Agora, ce qui est très peu. L'enquête que nous avons menée auprès des webspectateurs de #DataGueule (que nous analyserons à la partie 5) montre à quel point cet espace est peu connu. En effet, 97,7% des 1821 répondants de notre questionnaire ne connaissent pas son existence. Le wiki est deux fois plus connu (4.3%), mais reste encore marginal dans son fonctionnement. On voit ainsi le rôle de YouTube et la force de son dispositif. Les webspectateurs ont du mal à s'en extraire. Pour leur défense, l'existence de l'Agora a été peu annoncée. Seul un lien dans la description l'indiquait, mais aucune information relative à son rôle n'était explicitée.

Des débats en présentiel.

L'engagement des auteurs pour le sujet de la démocratie se manifeste également par l'organisation ou la participation à des projections dans toute la France. Souvent à l'initiative des utilisateurs de l'Agora, une vingtaine de projections sont organisées à Lille, Brest, Rennes, Marseille, Lyon, Poitiers, Besançon, Redon, Arcueil, Tours, Toulouse, Saint-Contest, Caen, Strasbourg, Metz, Toulouse, Genève, Saint-Aubin de Luigné… « *Internet, c'est très bien pour s'organiser. Mais il y a un moment où il faut se voir* ». Alors les auteurs se rendent disponibles pour aller discuter, pour tenter d'éveiller les consciences et les transformer en actions. « *Le plus révolutionnaire que tu puisses faire, c'est te foutre autour d'une table avec des gens que tu connais ou pas et leur dire : c'est quoi notre problème commun ? et comment on peut le résoudre ensemble ? Et ça, cette notion de collaboration et de faire émerger les solutions, puis les solutions ensemble, je trouve ça tellement riche et c'est tellement fort* » (Ibid. Henri Poulain. Thinkerview, Pos.160).

Quand les auteurs se déplacent, ils tentent d'animer les débats de manière horizontale, selon des méthodes participatives, égalitaires et bienveillantes. La parole est alternativement donnée à une femme puis à un homme pour respecter la parité, personne ne se coupe tandis que les participants sont positionnés en cercle (si c'est possible) pour pouvoir se voir et discuter. Pour les auteurs, voir le public et discuter réellement concrétise l'expérience #DataGueule. « *Pour moi c'était un total changement de perspective* » se souvient

Sylvain Lapoix, qui trouve du sens de voir se concrétiser la démarche du collectif #DataGueule, de faire de la démocratie une manière de vivre, là où on se trouve « *dans l'espace et le temps qui est le tien* » et offrir les capacités à chacun de pouvoir participer aux affaires de la cité, à la destinée commune. La notion d'éducation populaire est évoquée pour traduire le travail du collectif #DataGueule : « *Je pense qu'on est dans cette démarche là avec #DataGueule* […] *Ce qui m'intéresse, c'est de rencontrer les personnes qui nous regardent et de comprendre ce que ça leur fait dans leur tête et dans leur vie. Et ce qui est formidable, c'est que tu lèves de l'enthousiasme avec ça, juste en faisant notre taf de journaliste, en faisant notre taf de de réal, en faisant un taf d'auteur, on lève de l'enthousiasme et c'est un enthousiasme qui est agissant, donc ça pousse des gens à agir* » affirme Sylvain Lapoix, comme s'il faisait référence à Saba Mahmood et à son interprétation de l'encapacitation. Un *empowerment* qui part de la base et nourrit la base, en se décalant des circuits institutionnels qu'offre la télévision. « *Il va sans dire que les sphères de France Télévisions ne sont absolument pas démocratiques* » nous rappelle Henri Poulain. « *Ce sont des sphères éminemment verticales. La verticalité et consubstantielle à France Télévisions. Pourtant, je pense qu'il y a évidemment des gens, Boris en était un, qui veillent à faire entendre une autre parole, qui se risquent au jeu du lâcher-prise. Parce que qu'est-ce qui justifie ton pouvoir si ce n'est celui qui consiste à imposer quelque chose à quelqu'un d'autre* ? ».

C'est donc une opportunité rare qui a permis à #DataGueule de naitre et de se développer. Sans Bruno Patino et Boris Razon, il est fort probable que ce dispositif remue méninge n'ait pas vu le jour. Lorsque Delphine Ernotte prit la présidence de France Télévisions en 2015 à la place de Remy Pflimlin, elle reprocha le cumul de responsabilités de Patino comme ayant été un obstacle à la réussite des programmes. « *Le responsable des programmes pour l'ensemble du groupe peut-il, en même temps, développer le rayonnement d'une chaîne particulièrement exigeante en matière d'audience ? »,* déclara-t-elle[565]. Sa vision et sa politique numérique se réorientèrent vers une séparation des secteurs, accentuant progressivement la désaffection des jeunes adultes pour les chaines de télévision publique. Elle ne s'opposa tout de même pas à la continuation de #DataGueule par sa coproduction, le succès étant bien établi.

Juste avant son arrivée, Bruno Patino démissionne de ses fonctions pour intégrer Arte, déjà très en avance sur les questions numériques. Arte est aujourd'hui devenue un acteur numérique important pour la proposition de ses programmes sur YouTube. Sa chaine cumule plus de 3,2 millions d'abonnés pour 273 millions de vues. J'aurais aimé échanger avec les nouvelles équipes de Delphine Ernotte, mais il m'a été impossible de m'entretenir auprès des responsables du groupe, malgré de nombreuses tentatives pour tenter de comprendre leur vision concernant ce type de programmes. Seules les archives ont contribué avec professionnalisme à mes recherches en m'apportant tous les documents m'ayant permis de comprendre la genèse de #DataGueule.

[565] Interview 100% Média du 27 avril 2015. En ligne https://100media.themedialeader.fr/nouvelle-offre-numerique-mesure-daudience-et-gouvernance-parmi-les-elements-du-projet-strategique-de-delphine-ernotte-cunci-pour-france-televisions

4.5 Conclusion du chapitre 4

Ce chapitre a remonté la généalogie de #DataGueule en montrant que la volonté et la vision d'un dirigeant de France Télévisions avaient un poids très important dans l'histoire de #DataGueule.
Sans Bruno Patino, Boris Razon ne serait pas venu monter le département des Nouvelles Écritures et n'aurait pas fait appel à l'équipe de Story Circus pour concevoir et produire #DataGueule.
Malgré le financement de France Télévisions par la redevance payée par l'ensemble des Français, Bruno Patino et Boris Razon sont conscients que les jeunes adultes délaissent la télévision pour investir d'autres plateformes. Ils y vont pour visionner des programmes que les chaines publiques ne proposent pas, qui sont accessibles en permanence sur leur smartphone et qui offrent un dispositif d'interactions puissant. Leur volonté n'est donc pas de les ramener vers les chaines hertziennes, mais plutôt de les accompagner sur YouTube. S'adresser à tous les Français était pour eux un devoir du service public.
Leur analyse du détachement des jeunes adultes de la télévision venait du constat d'une transformation radicale des usages audiovisuels apportés par le numérique, et d'internet comme nouvel espace social. Contrairement au linéaire où les audiences sont des vases communicants, la logique du numérique est cumulative. La concurrence n'est plus un problème, elle est une dynamique. La seule qui prévale est celle qui transforme les usages et crée de nouvelles habitudes, et France Télévisions devait être le moteur de cette transformation, pour mieux y résister. Car la perspective d'une nuée incontrôlable de spectateurs en errance faisait peser sur la société entière un risque de dislocation.
Pour ce faire, les deux dirigeants devaient proposer aux jeunes adultes des programmes ayant un fort impact social. Cela signifie que les vidéos devaient les focaliser, les intéresser, leur donner la possibilité de changer d'avis sur un sujet, leur apporter de la connaissance dans un domaine donné, et parfois même les pousser à s'engager par une action. Il leur fallait proposer des programmes en phase avec la jeunesse, scrutant les sujets de société, les modes de vie alternatifs, les difficultés spécifiques qui touchaient les jeunes adultes et qui puissent être interactifs et se décliner sur des médiums complémentaires.
La rencontre avec les auteurs de #DataGueule est représentative de cette volonté. Ceux-ci ne voulaient pas produire de programme pour la télévision, car ils ne se reconnaissaient pas dans le traitement global de ceux déjà diffusés. Et c'est pour cette raison que Patino et Razon ont été persuadés que cette équipe pouvait apporter un nouveau style, en phase avec les exigences de ce public à conquérir.
Mais la condition pour que cela fonctionne était de leur laisser une totale liberté. Il fallait qu'une confiance s'instaure entre France Télévisions et les producteurs, en abolissant les hiérarchies verticales sclérosantes.
La genèse de #DataGueule est éminemment politique. C'est presque une démarche militante pour l'équipe qui le produit.
Peu financé et laissé sous les radars d'audiences de Médiamétrie, il semble ne pas y avoir d'enjeux pour France Télévisions qui les laisse travailler comme dans un laboratoire d'expérimentations. Les conditions financières impliquent un fort investissement de la part des techniciens qui travaillent pour œuvrer collectivement à la réalisation du programme. Dans une ambiance très égalitaire, chacun est source de proposition et participe à une œuvre collective dont l'impact agit en premier lieu sur la manière de travailler.
Dès sa conception, la volonté des auteurs est de faire participer le public. Pour ce faire YouTube apparait comme un dispositif plus large qu'une simple diffusion. Par la transparence des sources utilisées, et les commentaires, les auteurs souhaitent que #DataGueule soit un lieu d'émulation réflexif. De programmes courts, ils élaborent quelques documentaires d'une heure trente, dont le financement se fera en grande

partie grâce aux contributeurs de leur communauté. Si France Télévisions les accompagne, elle n'est qu'un acteur parmi les milliers d'autres, simples citoyens webspectateurs.

Patino ne resta que 5 années au sein de France Télévisions. Sa politique d'exploration de la création numérique se contracta après son départ. Beaucoup de programmes expérimentaux ne furent pas reconduits, et la direction de l'antenne retrouva sa mainmise. #DataGueule y échappa, car sa notoriété était installée et France Télévisions seulement coproducteur. Grâce à Patino, une fenêtre de liberté et de création s'était entrouverte, donnant la possibilité à des programmes alternatifs, en phase avec un public s'éloignant de la télévision, de les conserver dans son environnement audiovisuel.

On imagine ce qu'auraient pu donner 5 années supplémentaires d'ouverture créative. Ce laboratoire d'idées nouvelles, offrant aux jeunes adultes la possibilité de se retrouver sur des questions dont ils se sentent proches fut une expérience qui montre que le service public peut innover dans son fonctionnement. Qu'une hiérarchie plus souple et moins verticale peut favoriser la qualité des programmes, en rompant avec l'illusion d'une objectivité qui oublie de situer l'itinéraire de ceux qui font l'information. Ces éléments contribuent à la défiance du public, vers qui nous allons maintenant nous tourner.

Chapitre 5

Les webspectateurs de #DataGueule : De la défiance à l'engagement, une majorité d'engagés réfléchis

5.1 Une enquête en ligne auprès des webspectateurs de #DataGueule

Après avoir vu l'historique du programme #DataGueule, il est maintenant temps de nous intéresser à son public. En effet, on a vu que les épisodes ne rencontraient pas tous le même succès d'audience et que le nombre de commentaires avait progressivement augmenté à partir du N° 45.

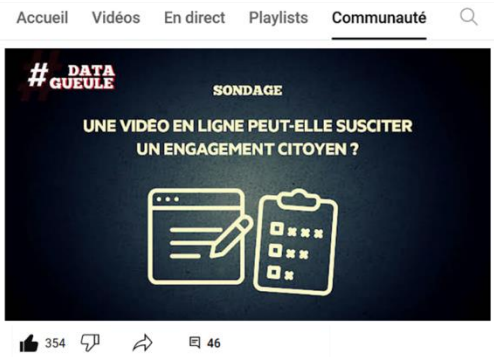
Si les auteurs expriment clairement leur volonté de mettre en mouvement la réflexion des webspectateurs, s'ils ont une culture politique poussée se situant plutôt à gauche, et qu'ils l'ont appliquée dans leur manière de travailler ensemble, s'ils se sont emparés de sujets qui touchent au bon fonctionnement de la démocratie dans son ensemble, avec tous ses dysfonctionnements… il nous faut maintenant étudier précisément si leurs destinataires répondent à leurs objectifs de participation, et s'ils sont impliqués dans des actions en ligne et hors ligne qui les engagent politiquement.

Les auteurs expliquent lancer un sujet à la manière « *d'un pavé dans la mare* » pour provoquer un sursaut participatif et réflexif et délibératif. Y sont-ils parvenus ?

Afin de répondre à notre hypothèse selon laquelle le dispositif de #DataGueule encourage un engagement qui va au-delà des simples sollicitations numériques qu'offre YouTube, nous avons construit une enquête en ligne de 26 questions pouvant nous apporter des réponses (le questionnaire se trouve en annexe). En prenant pour principe qu'une assise statistique est un préambule important pour appréhender notre terrain de recherche[566], ces analyses nous serviront ensuite lors de nos entretiens qualitatifs. Ceux-ci seront traités dans le prochain chapitre. Pour autant, pour donner de la réalité aux résultats, il nous a semblé pertinent d'illustrer certaines conclusions par des verbatims de ces entretiens.

Les questions étaient fermées, à choix unique ou multiple, mis à part 2 questions qui demandaient des précisions sur le nom d'une vidéo particulièrement engageante et le type de manifestation à laquelle le répondant aurait participé. Elles interrogeaient les webspectateurs sur certains éléments sociologiques les concernant, sur leurs habitudes de participation en lien avec les vidéos de #DataGeule, ainsi que sur leur participation vis-à-vis d'une série d'engagements hors ligne.

Figure 95 : illustration publiée sur l'espace communauté de la chaine YouTube #DataGueule pour annoncer l'enquête en ligne



Avec l'accord des producteurs de la série, l'annonce du questionnaire a été placée dans l'onglet « communauté » de la chaine (Fig.95), en spécifiant clairement que les données seraient anonymisées et utilisées uniquement à des fins de recherche. C'était une demande formulée par la production. Celle-ci souhaitait protéger son public de toute démarche qui ne respecterait par les règles d'éthique qu'elle s'est fixée.

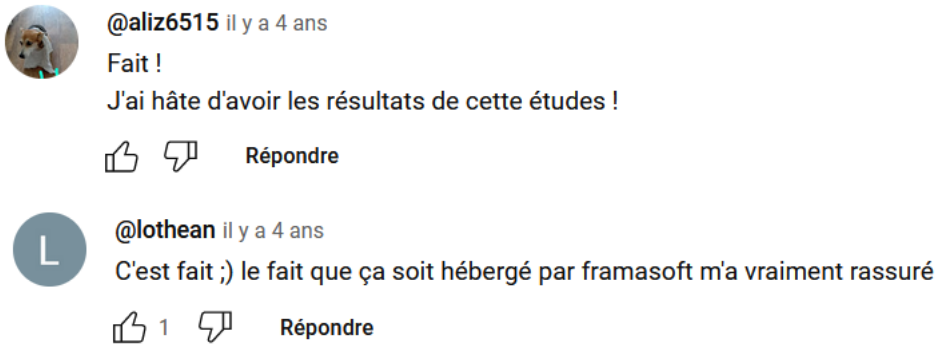
Pour répondre à cette exigence, nous avons utilisé la plateforme Framasoft avec qui les auteurs avaient tissé des liens. La volonté cette association de hacker est de produire des applications ou logiciels libres qui respectent des libertés fondamentales des utilisatrices et utilisateurs. Ils ont développé une application de questionnaire en ligne. Framaforms est une application simple d'utilisation. Elle permet

[566] HERAN François. L'assise statistique de la sociologie. In: Economie et statistique, n°168, Juillet-Août 1984. Sociologie et statistique. pp. 23-35

de générer et d'héberger des enquêtes en ligne en garantissant de n'utiliser aucune donnée enregistrée. Framaforms repose sur le logiciel libre Drupal ainsi que sur son module Webform. L'ensemble est placé sous licence libre GPL (Licence publique générale) et fait appel à de nombreux autres modules Drupal.

Après la mise en ligne de l'annonce dans l'onglet "Communauté" de la chaine #DataGueule, plus de 1500 personnes ont répondu aux questions de l'enquête en quelques jours. La puissance du programme et le nombre de ses abonnés apparaissent concrètement à travers cette participation importante et rapide.
Le potentiel d'engagement de ce programme se manifestait aussi grâce à des commentaires de personnes y participant. Car les annonces faites sous cet onglet "communauté" donnent la possibilité à chacun de s'exprimer : 354 personnes approuvèrent cette démarche (pouce levé) et 46 commentaires furent écrits, à l'image de Ali z, exprimant son impatience de connaitre les résultats ou de lothean, rassuré par Framasoft :

Figure 96 : Exemple de commentaires
publiés dans l'espace communauté de la chaine #DataGueule



À travers certains commentaires sur le questionnaire, on s'aperçoit que répondre à ce questionnaire est une marque d'engagement pour les habitués de la chaine, même si certains internautes s'en prennent à l'écriture inclusive ou doutent de la transparence de la démarche, et prétendent que le questionnaire peut s'accaparer certaines informations personnelles.

Malgré ces quelques résistances, à la fin de la période de l'enquête en ligne, du 18/12/18 au 8/05/19, 2158 réponses ont été récoltées. Un pic de réponses avait été constaté la première semaine de mise en ligne, les autres s'étalant sur le restant de la période. Après la suppression de 330 doublons restent 1828 réponses uniques sur lesquelles travailler[567] qui nous permettent de débuter notre analyse.

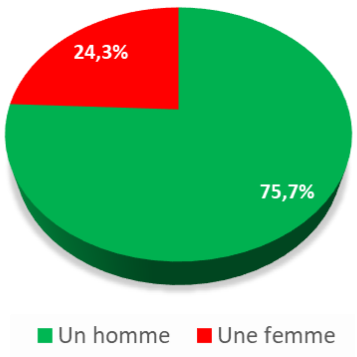
[567] Ces doublons sont le fait d'une gestion incertaine des flux de Framaform qui n'indique pas clairement si les réponses sont bien enregistrées, poussant certains à enregistrer deux fois leur participation en pensant qu'ils ne l'ont pas encore fait.

5.2 Un public masculin de jeunes adultes éduqués

Le premier constat est le différentiel entre les nombres d'hommes et de femmes ayant répondu à l'enquête. L'échantillon est composé de 24,3% de femmes et de 75,7% d'hommes (Fig98). Cette différence est à questionner, car l'audience de la plateforme est beaucoup plus équilibrée. En 2023, YouTube réunit 46% de femme et 54% d'homme parmi ses utilisateurs (Fig.99), avec une répartition de 6,3 % de femmes et 8,7 % d'hommes chez les 18/24 ans, et de 9,1 % de femmes et 12,1 % d'hommes chez les 25/34 ans[568].

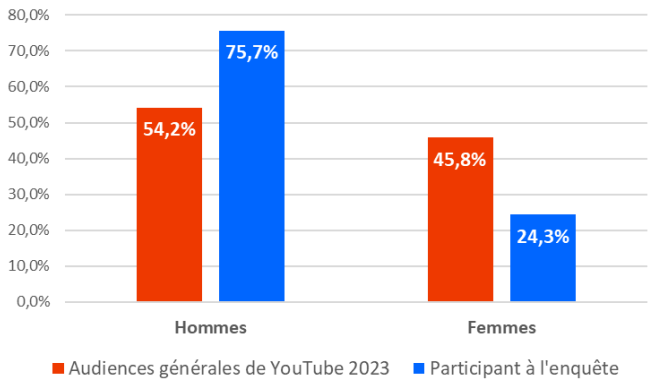
Notre échantillon d'enquêtés est donc largement plus masculin. Il est donc important de le comparer aux métriques de genre que la plateforme donne à la chaine #DataGueule grâce à YouTube Analytics. En effet, les participants à cette enquête correspondent-ils à l'audience habituelle de la chaine, ou y a-t-il un surinvestissement masculin ?

Figure 98 : Composition de l'échantillon par genre



Population globale de 1828 personnes

Figure 99 : Répartition de l'audience générale de YouTube comparée l'échantillon en termes de genre



Source Google

Pour ce faire, le web master de #DataGueule nous a fourni les données que lui fournit YouTube Analytics et nous les avons comparées à nos résultats, par tranches d'âge. (fig.100). Nous pouvons ainsi analyser si les femmes se sont plus ou moins investies que les hommes pour répondre à notre enquête parmi le public de DataGueule.

Figure 100 :
Comparaison des données de YouTube Analytics de #DataGueule et de l'enquête, par tranche d'âge

genre / age	Un homme		Une femme		Total	
	enquête	#DTG	enquête	#DTG	enquête	#DTG
15/18 ans	17,40%	3,6%	3,30%	0,8%	20,70%	4,4%
18/25 ans	38,70%	34,5%	14,90%	7,0%	53,70%	41,5%
26/35 ans	14,70%	32,7%	4,30%	4,6%	19,00%	37,3%
36/45 ans	2,80%	8,4%	0,80%	1,2%	3,60%	9,6%
46/60 ans	1,80%	4,4%	0,80%	1,2%	2,60%	5,6%
plus de 60	0,20%	1,4%	0,20%	0,2%	0,40%	1,6%
Total	**75,70%**	**85%**	**24,30%**	**15%**	**100,00%**	100%

Population globale de 1828 personnes

[568] Chiffre YouTube sur le blog Hubspot, en ligne https://blog.hubspot.fr/marketing/chiffres-youtube

Nous intéressant à l'engagement que la chaine #DataGueule peut susciter auprès de son public, analyser qui se mobilise pour répondre à notre enquête nous parait faire partie du sujet. En effet, prendre le temps de répondre aux questions est un premier engagement. Comparer les répondants avec l'ensemble du public de #DataGueule suivant leur âge et leur genre nous indiquera si ces éléments peuvent être déterminants.

YouTube Analytics révèle l'audience extrêmement masculine de #DataGueule, avec une proportion d'hommes de 85%, et 15% de femmes. Si notre proportion n'est pas exactement la même (75%/24%), on retrouve cette tendance dans l'enquête, mais avec une participation féminine plus importante. Les femmes se sont tendanciellement plus impliquées.

Il est intéressant de noter que la participation des femmes de 18/25 ans à l'enquête est près de deux fois plus importantes en nombre que celle de l'ensemble des webspectatrices (14,9% contre 7%), tandis que les répondants masculins de 26/35 ans sont sous-représentés (14,7% contre 32,7%). Par ailleurs, les plus jeunes (15/18 ans) se trouvent également sur-représentés, que ce soit chez les hommes ou les femmes (20,7% contre 4,4%).

Nos répondants sont donc plus jeunes, avec une proportion de femmes plus importante que l'audience globale de la chaine. Elles sont donc significativement mobilisées. Les 15/25 ans sont plus de 74% à avoir répondu au questionnaire de notre enquête, alors qu'ils représentent près de 46% de l'audience habituelle de #DataGueule. Cet engagement semble donc important pour les jeunes et cette enquête leur donne l'occasion d'en témoigner. La demande de participation s'est faite sur la page Communauté où se rendent vraisemblablement plus facilement les personnes les plus investies, celles aussi qui ont actionné les notifications dans leur abonnement grâce à la cloche.

Si elle est activée par l'abonné, il recevra automatiquement toutes les notifications concernant la chaine. On peut supposer que les plus jeunes sont plus investis et réactifs quant aux notifications de la "communauté" #DataGueule.

Au vu d'une majorité écrasante de jeunes de 15/34 ans, nous faisons le choix de mettre de côté les répondants plus âgés (36/65+ ans), représentants 6,6% de l'effectif. En effet, l'objet de notre recherche se focalise sur les jeunes adultes dont l'âge limite est de 35 ans. Nous faisons donc l'impasse sur les plus de 36 ans en nous focalisant uniquement sur 1707 répondants de 15/34 ans.

Enfin, afin de ne pas biaiser nos résultats en termes de proportion, et pour rapprocher notre échantillon de l'audience générale de la chaine, nous avons procédé à un redressement des résultats. Le logiciel de traitement des données statistiques Modalisa que nous avons utilisé base les redressements sur une modification de la proportion de répondants de chaque modalité de question[569]. Les coefficients de redressement sont le rapport du pourcentage souhaité au pourcentage observé. Ici, nous avons calqué notre répartition de jeunes en fonction des audiences relevées par YouTube en minimisant légèrement les femmes de 15/24 ans ainsi que les hommes de 15/18 ans. Avec le redressement effectué, les résultats seront établis sur **1521 participants et participantes.**

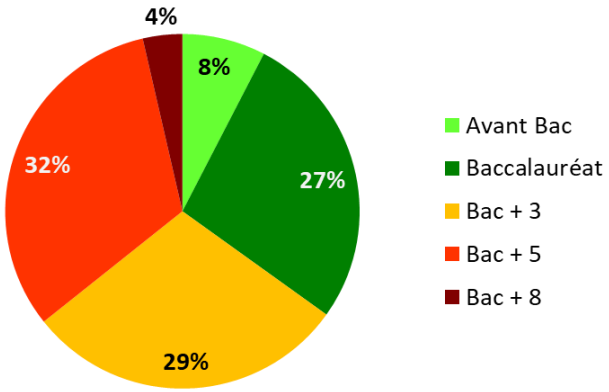
[569] Modalisa redressement. En ligne : https://www.modalisa.com/logiciel/modalisa/support/lexique/redressement/

Au vu d'une proportion de 75% d'homme dans les réponses obtenues, nous faisons le choix de masculiniser notre vocabulaire lorsque nous parlerons des répondants dans leur ensemble. Pour autant, la prise en compte des éléments féminins sera continuelle, et se retrouvera présente lors des entretiens individuels. Ainsi, nous nous attacherons à comprendre, s'il y en a, les spécificités des types engagements des femmes.

Le niveau d'étude des participants se répartit en 3 tiers relativement égaux (Fig.101). :

- 34,9% ayant au maximum le bac. Les lycéens en faisant partie
- 29,4% ayant un niveau licence
- Et 35,7% ayant un niveau d'étude supérieure

Figure 101 : niveau d'étude des répondants



Sous population : jeune 15/35 ans-1521 répondants
Redressement âge versus audience YouTube

Ces pourcentages de niveaux d'études doivent s'analyser en les comparant aux statistiques nationales. Selon le ministère de l'Enseignement supérieur, 27 % des jeunes n'étudiant plus ont suivi des études théoriques et longues : 14% ont un diplôme niveau bac+2 ou 3, 23% un diplôme attestant la réussite d'un cycle master (cinq ans) et 2 % un doctorat de recherche[570].

Figure 102 : Niveaux d'étude selon l'âge des répondants.

	15/18 ans	18/25 ans	26/35 ans	Total		Stat Nat
Avant Bac + Bac	78	335	118	531	34,9%	60%
Bac + 3	2	253	193	447	29,4%	14%
Bac + 5		168	320	488	32,1%	24%
Bac + 8		3	51	54	3,6%	2%
Total	80	759	682	1 521	100%	100%

Sources : Insee, Niveau d'éducation de la population, 2021
Population : jeunes 15/35 ans.

Comparés à ces données, nous pouvons remarquer que les webspectateurs de #DataGueule sont plus diplômés que les jeunes de leur génération (Fig.102). 2,5 fois plus de niveaux Licence, Master et Doctorat regardant #DataGueule comparé à la moyenne nationale, alors que les moins diplômés (souvent par l'âge qu'ils ont au moment de leurs études) représentent 25% de moins que l'ensemble de la population.

[570] Insee, Niveau d'éducation de la population, 2021 En ligne file:///C:/Users/laure/Downloads/FPORSOC22-F8.pdf

#DataGueule est donc un programme qui intéresse une population plus diplômée que la moyenne nationale.

Si nous regardons quel pourcentage travaille par rapport à ceux qui sont encore lycéens ou étudiants, nous constatons que seuls 2,4% sont au lycée tandis que plus de 40% sont étudiants et près de 58 % sont dans la vie active, à parts égales entre les catégories CSP+ et CSP- (Fig.103). Les chômeurs / demandeurs d'emploi représentent seulement 3,6% de l'effectif, ce qui est sous représentatif de la population française.

Figure 103: Catégories socioprofessionnelles et éducatives de l'échantillon

	Effectifs	Fréquence
Lycéen.ne	37	2,4%
Etudiant.e.s	601	39,6%
Actifs CSP-	431	28,4%
Actifs CSP+	448	29,5%
Total	1 517	100%

Sous-population : jeunes 15/35 ans.
Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg.
(Total et % calculés sur effectifs redressés non arrondis)

La répartition territoriale des répondants.es correspond globalement à celle de la population française[571] : Une grande majorité (63%) des répondants.es habitent dans des villes de 100 000 habitants ou de grandes agglomérations, contre 37% qui habitent dans des villes ou bourgs d'au maximum 50 000 habitants (Fig.104).

Figure 104 :
Catégories sociales et professionnelles et éducatives et type de lieu d'habitation

	Catégories Sociaux professionnelles et éducatives									
Type de ville	Lycéen.ne		Etudiant.e.s		Actifs CSP-		Actifs CSP+		Total	
Dans une grande agglomération de plus de 1 million d'habitants	7	0,5%	185	12,2%	98	6,5%	181	12,0%	472	31,1%
Dans une ville de plus de 100 000 habitants	6	0,4%	222	14,6%	116	7,6%	145	9,5%	488	32,1%
Dans une ville de moins de 50 000 habitants	10	0,7%	115	7,6%	122	8,0%	73	4,8%	321	21,2%
Dans un village ou un bourg de moins de 5 000 habitants	13	0,9%	79	5,2%	95	6,2%	49	3,2%	236	15,6%
Total	37	2,4%	601	39,6%	431	28,4%	448	29,6%	1 517	100%

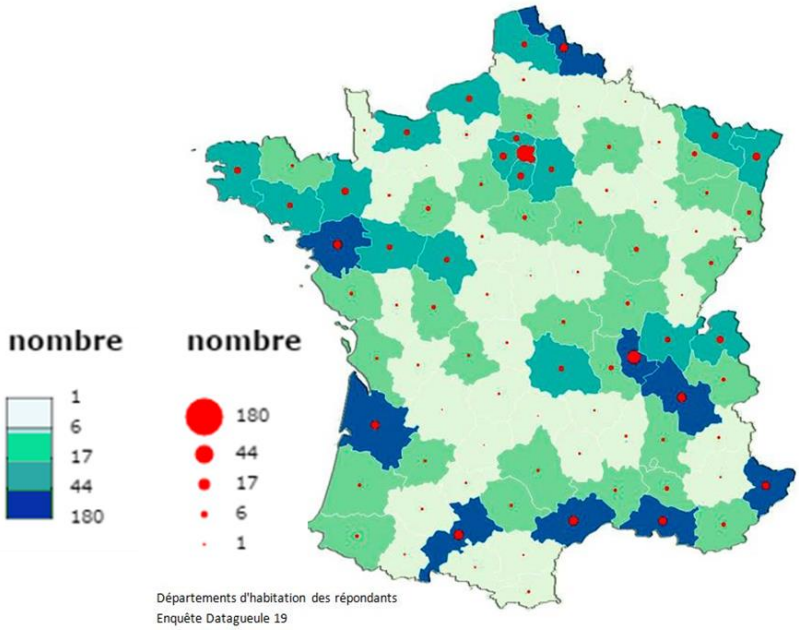
Sous-population : jeunes 15/35 ans. Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg.
(Total et % calculés sur effectifs redressés non arrondis)

La carte de la participation à l'enquête (fig.105) montre que le sud est plus représenté que le nord-est, ainsi que les grandes agglomérations. Cela correspond aussi à la densité de la population par territoire. Le

[571] Insee. Aires d'attraction des villes. En ligne : https://www.insee.fr/fr/statistiques/5039879?sommaire=5040030&q=population+fran%C3%A7aise+habitant+dans+les+villes+de+100000+habitants+ou+plus

programme #DataGueule n'a donc pas de caractéristique régionale particulière. Il touche un public réparti sur tout le territoire.

Figure 105: Répartition géographique des répondants



Ainsi, nous pouvons résumer la sociologie de nos répondants comme étant des jeunes de 15 à 35 ans, majoritairement masculine, sensiblement plus éduqués que la moyenne nationale, habitant les grandes villes ou agglomérations de France, situées légèrement plus au sud-est du territoire. Son aspect éducatif sensibilise une population encore assez proche du milieu estudiantin, même si 60% travaillent déjà, dont la moitié des travailleurs sont de catégorie supérieure. Ce profil peut s'expliquer par la thématique politique du programme, son aspect sombre et dynamique, un titre qui évoque les chiffres (DataGueule), dont les filles se sentent majoritairement plus éloignées[572]. C'est une population qui est attirée par les chiffres dont la succession rapide dans le programme semble apporter une base factuelle. Bijlana montre que la différenciation d'orientation vers les filières scientifiques s'opère dès l'école. « *Les rapports sociaux de sexe impliquent une division socio-sexuée des savoirs, des filières et des métiers »* qui auront tendance à orienter les filles vers les métiers du Care, tandis que les garçons seront orientés vers les filières techniques et d'ingénieurs[573]. C'est une population intéressée par les enjeux de société, du réchauffement climatique et de la démocratie.

Nous interrogerons ces questions lors de nos entretiens, en rapprochant le concept de modernité réflexive émis par Ulrich Beck, dont la chaine documente et analyse les risques et les conséquences de la société néolibérale actuelle.

[572] BILJANA Stevanovic, « Orientations scientifiques des filles en France : un bilan contrasté », Questions Vives, Vol.6 n°16 | 2012

[573] MERAT Victor, « dans les école d'ingénieurs, le manque de mixité est alarmant ». Le Figaro étudiant, 2023 En ligne https://etudiant.lefigaro.fr/article/dans-les-ecoles-d-ingenieurs-le-manque-de-mixite-est-alarmant_26c67110-be5c-11ed-bf11-777f5ec5e00a/

5.2.1 Des diffuseurs historiques mis à l'écart.

Avant de questionner les répondants spécifiquement sur #DataGueule, nous avons voulu connaitre sur quelles plateformes ils se connectent le plus pour visionner des vidéos. Bien sûr, la question leur ayant été posée par l'intermédiaire de l'espace communautaire de la chaine #DataGueule de YouTube, il est donc logique que cette plateforme recueille les résultats les plus importants (près de 99%). Cette massification des usages est décrite dans une étude de Médiamétrie[574] et doit se comparer avec la baisse d'audience des télévisions historiques auprès des jeunes que nous avons évoquée précédemment (Fig.34).

Si les jeunes de 13/24 ans regardent moins la télévision que la génération plus âgée (le poids de la télévision est passé de 27% en 2009 à 20% en 2013[575]), il semble pourtant étonnant que le public de #DataGueule ne se tourne que très peu vers les sites des télévisions historiques pour visionner leurs programmes favoris.

Les webspectateurs de #DataGueule sont focalisés massivement sur YouTube. Ils disent y visionner des vidéos très souvent ou tout le temps pour 91% d'entre eux. Ils précisent que Facebook ou la presse en ligne sont utilisés de temps en temps ou régulièrement pour 48% d'entre eux, tandis que celui de France Télévisions est utilisé par 36% et ceux de TF1 et M6 respectivement ignorés par près de 80% des webspectateurs (Fig107).

Figure 107 : Média utilisé pour regarder des vidéos en ligne

Quel média pour regarder des vidéos	YouTube	FaceBook	Presse en ligne	Arte	Dailymotion	Sites Radio	France Télévisions	TF1	M6
Jamais	0,20%	36,20%	45,80%	53,80%	62,7%	63,40%	63,10%	76,80%	82,20%
De temps en temps ou régulièrement	8,80%	48,60%	47,50%	40,80%	37,0%	32,90%	35,70%	22,60%	16,90%
Très souvent ou Tout le temps	91,10%	15,20%	6,80%	5,30%	0,3%	3,60%	1,20%	0,80%	0,80%
Total	100,10%	100,00%	100,00%	99,90%	100,10%	99,90%	100,10%	100,10%	99,90%

Sous-population : jeunes 15/35 ans. Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg.

Arte résiste mieux que ses consœurs. Peut-être est-ce parce que la chaine a été une des premières chaines hertziennes à investir le nouvel espace du numérique, et que cette antériorité porte aujourd'hui ses fruits ? Peut-être aussi parce que le public de #DataGueule est plus diplômé que la moyenne nationale, ce qui favoriserait son rapprochement avec la chaine franco-allemande ? Peut-être aussi parce que Bruno Patino et son acolyte Bruno Razon ont rejoint Arte après leur passage à France Télévisions et qu'ils ont prolongé leur expérience pour intéresser les jeunes ? Le programme *28 minutes* est en effet plusieurs fois cité lors de nos entretiens qualitatifs. Violette déclare qu'elle « *favorise le 28 minutes d'Arte qui pour moi est un JT* qui m'informe suffisamment ».

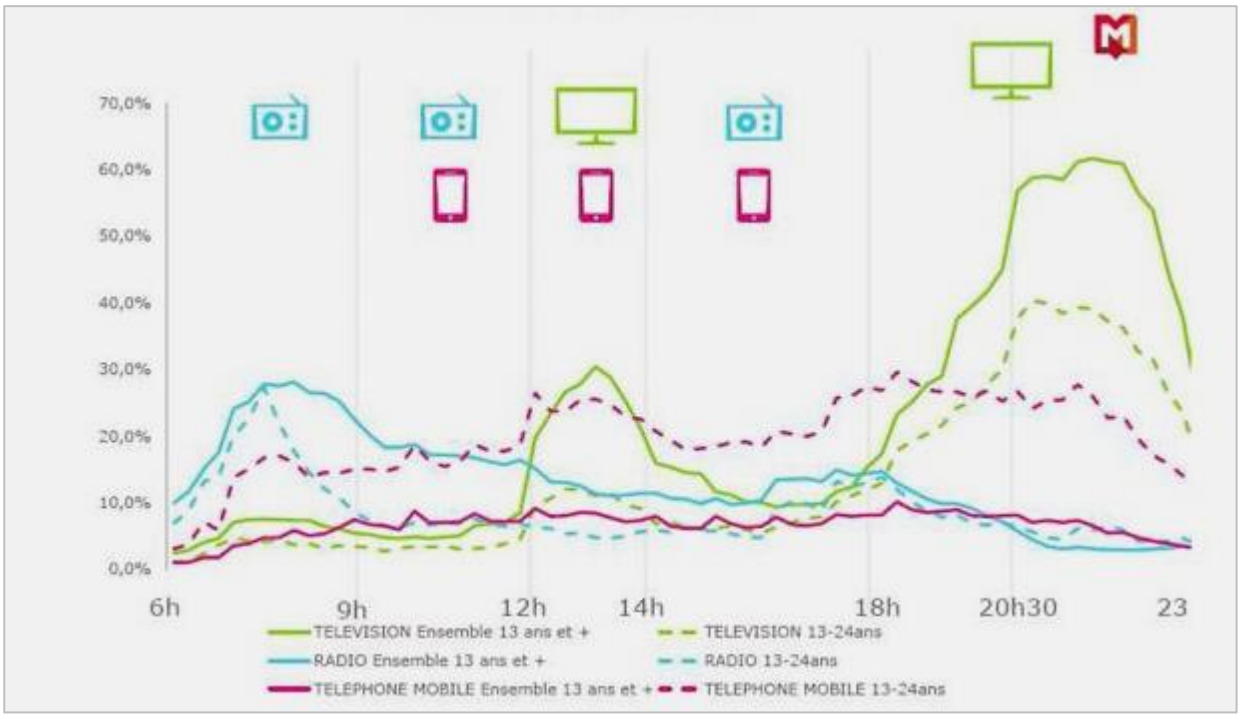
La question du type d'écran est aussi importante. L'étude du CSA montre que l'équipement des jeunes en smartphones, capables de diffuser de la vidéo, leur permet d'augmenter les plages horaires des visionnages (Fig.108). Le calcul des audiences produit par le CSA montre que l'utilisation d'internet que font les 13/24 ans se répartit presque également toute la journée à partir de 8h, tout en conservant la télévision pour regarder leurs programmes après 18h, jusqu'à 22h.

[574] Médiamétrie, Les jeunes et l'information, 2018

[575] CSA, Quels écrans utilisent les 13/24 ans et pour quels usages, 2014

Les chiffres d'audiences de YouTube indiquent que presque **58%** des jeunes se connectent sur la plateforme de vidéos depuis leur ordinateur, beaucoup moins mobile, et seulement **31%** des webspectateurs regardent le programme sur leur smartphone même si ce chiffre a une progression de 49% par rapport à l'année précédente[576]. S'ils regardent beaucoup moins que leurs parents la télévision le soir, ils la regardent en présence de leur téléphone qui reste connecté et peut servir simultanément.

Figure 108 : Audiences horaires de la radio, télévision et internet des 13-24 ans en 2013



Sources : Médiamétrie-Média in life – base : Lundi-Dimanche 2013, 13/24 ans

5.2.2 Le « like » comme pratiques d'interactions pour les jeunes et les moins diplômés

Nous avons évoqué dans les chapitres précédents, le fait que YouTube est un dispositif dont la vidéo est l'élément central, servant à l'activation d'actions y étant associées. Notre hypothèse est que les actions proposées par la plateforme (telles que le like, le partage, la lecture ou l'écriture de commentaires) sont des actions qui engagent leurs auteurs. Ce questionnaire interroge ces pratiques pour tenter de valider cette hypothèse.

En distinguant trois catégories de fréquences (jamais, parfois, souvent) sur les actions proposées par YouTube, nous confirmons la pratique des internautes d'exprimer leur agrément sur les contenus en pressant le bouton j'aime (pouce levé), action que nous nommerons « Like » en raison de l'imprégnation anglo-saxonne vis-vis de cette pratique.

53,7% des répondants affirment exprimer leur contentement par ce biais (Fig.110). Dominique Cardon avait montré que les dispositifs de participation mis en place par les plateformes permettent à leurs publics d'avoir […] « *Des formats d'énonciation brefs, immédiats, simples qui rapprochent considérablement l'écriture en*

[576] étude Digital 2019 Q4 Global Digital Statshot ; https://wearesocial.com/fr/blog/2018/01/global-digital-report-2018

ligne des formes oralisées de la conversation ordinaire »[577]. Ces formes d'implication rapides et peu engageantes donnent la possibilité de laisser s'exprimer une forme d'émotion positive (ou négative dans le cas du dislike) et ne requièrent pas ou peu de réflexion et surtout aucune compétence scripturale. Sont concernés tous ceux qui « […] *n'avaient pas le temps, les motivations professionnelles ou les compétences culturelles pour publier sur la toile dans les formats requis par la longue tradition du texte, dont l'Internet des pionniers, à quelques variations près, était l'héritier* »[578]

Figure 110 : Utilisation du Like

	Non, jamais		parfois		Oui, souvent	
Avez-vous déjà liké une vidéo	419	27,50%	285	18,70%	817	53,70%
Avez-vous déjà disliké	1 429	94%	7	0,50%	85	5,60%

Sous-population : 1521 répondants de 15/35 ans Redressement sur l'age versus chiffre Youtu

Et ceci se confirme lorsqu'on met en perspective les réponses concernant l'utilisation du « like » avec le niveau d'étude, car on constate que moins le niveau d'étude est élevé, plus la propension à « liker » est grande. 63,3% des avant-bac ou Bac contre 30,7% des bac+8. En revanche la propension à ne jamais participer à ce mécanisme est inversement proportionnelle au niveau d'étude (Fig.111).

Dans nos entretiens qualitatifs, Matéo, 17 ans nous dit : « *Je like beaucoup. Dès qu'une vidéo me plait, je like. Parfois, c'est parce que le youtubeur le demande. N'hésitez pas à laisser un commentaire ou à liker, ça réveille en moi cette possibilité et je like* ». Il vient d'obtenir le bac et se revendiquant apolitique. Le like est reconnu par les webspectateurs être un outil algorithmique qui rend service au créateur pour mieux mettre en avant sa vidéo. Dans ce cadre, participer à la promotion d'une vidéo pour qu'elle soit plus largement diffusée peut être considéré comme un acte d'engagement.

Mais liker permet aussi de mémoriser une vidéo et peut servir d'aide-mémoire. Dans ce cas-là, c'est un outil plus qu'un acte d'engagement.

Figure 111 : Utilisation du Like en fonction du niveau d'étude

Avez-vous déjà liké (approuvé) une ou des vidéos de Datagueule ?	Baccalauréat /Avant Bac		Bac + 3		Bac + 5		Bac + 8		Total	
	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C
Non, jamais	101	19,0%	120	26,9%	166	34,0%	31	57,0%	419	27,5%
Oui, une fois	93	17,5%	85	18,9%	101	20,7%	7	12,3%	285	18,8%
Oui, souvent	337	63,4%	242	54,2%	221	45,3%	17	30,7%	817	53,7%
Total	531	100%	447	100%	488	100%	54	100%	1 521	100%

Sous-population des 15/35 ans ; Redressement sur l'age versus chiffre Youtube

Le like est un simple petit clic. Il dispense l'utilisateur de s'impliquer plus. *Liker* reste une action invisible pour la communauté ; personne ne sait qui a *liké* quoi. Celui qui like n'a pas à expliquer avec des mots pourquoi

[577] CARDON Dominique, « Du lien au *like* sur Internet. Deux mesures de la réputation », *Communications*, 2013/2 (n° 93), p. 173-186. DOI : 10.3917/commu.093.0173

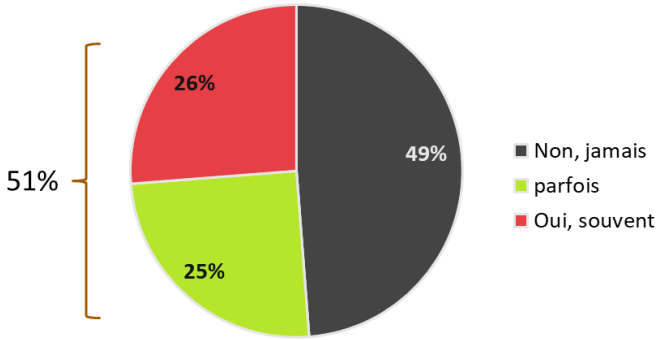
[578] CARDON Ibid page 180

ce contenu lui plaît. Cela pourrait être vécu comme un dévoilement de sa personne et lui ferait prendre le "risque" d'être confronté à d'autres avis, d'autres opinions, le prenant à partie pour lui répondre. C'est donc un acte par nature peu engageant et demandant peu d'effort, qui fonctionne sur l'affect immédiat.

5.2.3 Le partage des épisodes, un engagement vis-à-vis de ses proches

Le partage est moins adopté que le « like » par les webspectateurs de #DataGueule, mais il représente une pratique importante.

Figure 112 : Avez-vous déjà partagé une ou des vidéos de €DataGueule ?



Sous-population : jeunes 15/35 ans. Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg.

Plus de la moitié d'entre eux (**51%**) partagent parfois ou souvent un épisode qu'ils ont apprécié, mais à l'inverse du like, le pourcentage des partageurs réguliers est décroissant selon leur niveau d'étude. Les vidéos servent à alimenter des discussions entre pairs et cette pratique est plus courante chez les plus âgés. Pour autant, le nombre de Bac+8 étant largement inférieur, cela en relativise l'effet (Fig.113).

Figure 113 : Utilisation du partage en fonction du niveau d'étude

	niveau d'étude									
Avez-vous déjà Partagé une ou des vidéo de #Datagueule ?	Avant Bac /Baccalauréat		Bac + 3		Bac + 5		Bac + 8		Total	
Non, jamais	278	52%	233	52,00%	205	42,00%	25	47,00%	742	48,80%
Oui, une parfois	133	25%	130	29,00%	130	27,00%	7	12,00%	399	26,20%
Oui, régulièrement	120	23%	84	19,00%	153	31,00%	22	41,00%	380	25%
Total	531	100%	447	100,00%	488	100,00%	54	100,00%	1 521	100%

répondants de 15/35 ans, redressement sur l'age versus audience YT DataGueule

Partager une vidéo implique d'associer son nom à un contenu spécifique, et de l'adresser à une personne que l'on connait dont on suppose qu'elle sera réceptive au contenu et disponible. C'est donner à l'autre des informations sur ce que l'on aime et par conséquent sur ses gouts et peut être sur sa personnalité. Le risque serait d'avoir à justifier son choix en l'argumentant. Pour illustrer ce propos, nous pouvons citer Violette (22 ans) rencontrée lors de nos entretiens. Elle travaille dans la communication et a admis : « *Je ne veux pas que la communauté, même mes amis Facebook, sache ce que j'ai pu partager. C'est triste, mais professionnellement si les gens savent que je suis de gauche, je pense que j'aurais un peu plus de mal à trouver du travail* ». Il y a bien un risque à partager et ceux qui le font s'engagent, même s'ils s'adressent à des personnes connues.

Violette n'a pas fait de longues études. Elle a obtenu un BTS dans la communication. Dans cette perspective, l'assurance que peut procurer un bon niveau d'étude peut simplifier cette association et être un élément à

prendre en compte. On comprend par ce chiffre que leur sociabilité leur permet de partager des informations complexes avec leur entourage.

5.2.4 La justification des commentaires

La chaine **#DataGueule** est intéressante à étudier sous l'angle du nombre de commentaires déposés par les webspectateurs. Sur les 50 derniers épisodes, la moyenne des commentaires écrits est de 940, ce qui est très élevé comparé à d'autres chaines francophones dont les contenus peuvent être rapprochés. En analysant leurs scores, nous élaborerons un taux d'implication que s'inspirera du calcul d'autres plateformes.

En effet, la notion d'implication sur les réseaux sociaux est souvent floue et prend en compte seulement les indicateurs de « like », de « dislike » et de partage. HypeAuditor calcule le taux d'implication d'une page (qu'il nomme engagement), en suivant le pourcentage du nombre de personnes ayant aimé, partagé, commenté ou cliqué sur la publication, divisé par le nombre de personnes ayant vu la publication[579]. Pour calculer le taux moyen d'implication de ces chaines YouTube, nous appliquerons donc la formule suivante :

$$\frac{\text{(Moyenne des 50 premières vidéos (Commentaires + Likes + Dislikes) /3}}{\text{Moyenne Nb vues}}$$

Pour cette évaluation nous nous servirons des données de :

-la chaine YouTube de ***Thinkerview***. Celle-ci propose des interviews de personnalités de la vie scientifique, associative et/ou politique (un peu à l'image de la seconde partie de #DataGueule).

- La chaine du ***Monde*** publie des vidéos sur des sujets proches de ceux traités par #DataGueule. Elle explique en image les faits de société et n'hésite pas à s'emparer d'informations complexes, comme nous l'avons montré dans le précédent chapitre.

Avec #DataGueule, ces trois décryptent le monde contemporain par des voies différentes : #DataGueule, par l'analyse des données disponibles en ligne ; Thinkerview, par l'analyse qu'en font des personnalités expertes ou engagées ; *le Monde* par l'analyse des faits.

Figure 114 :
Données comparatives d'implication des trois chaines YouTube

Moyennes de la chaine	Vues	commentaires	like	dislike	abonnés	taux d'implication
THINKERVIEW	386 320	214	7 052	544	460 000	2,60%
LEMONDE.FR	131 560	557	3 643	203	642 000	4,66%
DATAGUEULE	359 412	940	10 726	359	495 000	4,86%

Statistiques récoltées le 23 oct. 2019 sur 50 vidéos des chaines Thinkerview, Le Monde et DataGueule.

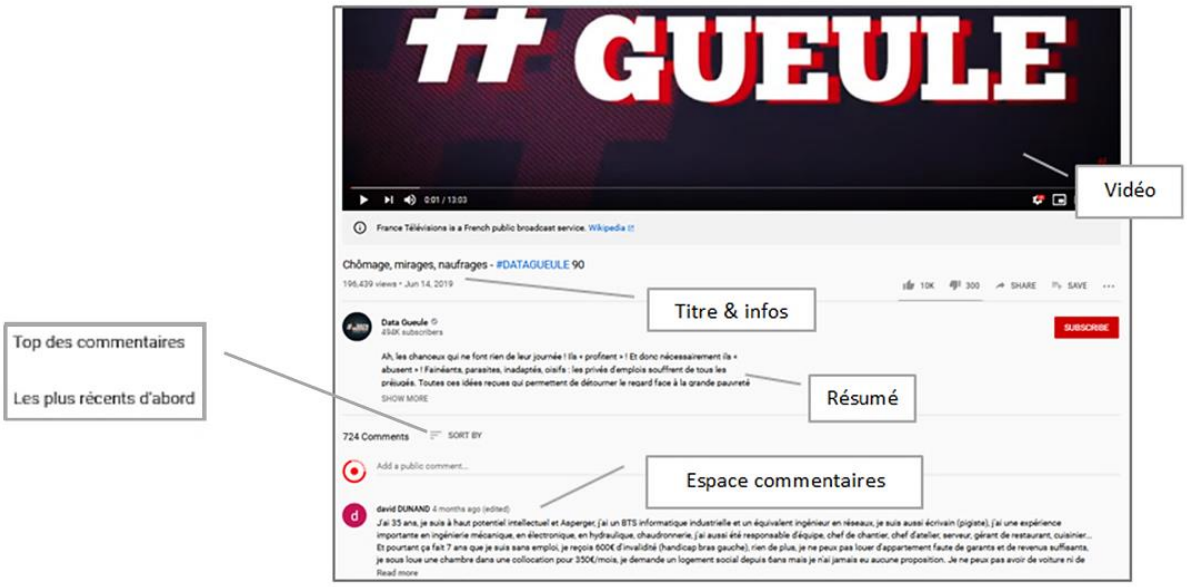
[579] HypeAuditor, calcul du taux d'engagement d'une chaine : En ligne https://hypeauditor.com/fr/free-tools/youtube-engagement-calculator/

Les webspectateurs de #DataGueule apparaissent particulièrement impliqués par l'écriture d'un grand nombre de commentaires comparés à ceux de la chaine du *Monde* et de Thinkerview, et nous voulons comprendre pourquoi, ce qui s'y dit, et quels sont les principes qui participent à l'implication des plus actifs.

Les professionnels du marketing parlent d'un taux moyen du marché autour de **3,4**% calculé d'après EdgeRankChecker.com[580]. En ce qui concerne nos résultats, bien que les bases de calcul soient légèrement différentes, on peut estimer que **4,86%** est un pourcentage très conséquent (Fig.114).
Thinkerview et #DataGueule, ont pratiquement le même nombre d'abonnés et une moyenne du nombre de vues presque identique. Pourtant, #DataGueule en génère 5 fois plus.
On pourrait penser que le fait d'être diffusé en direct (dans le cas de Thinkerview) devrait susciter l'écriture de nombreux commentaires, pour profiter de l'interaction créée et la possibilité de poser des questions aux invités. Or ce n'est pas le cas, le direct ayant une durée limitée, celle-ci ne favorise ni le nombre de vues ni celui des commentaires. À l'inverse de la télévision, les vidéos ont besoin de temps pour agréger leur audience et donner la possibilité aux webspectateurs d'écrire des commentaires.

Avant de nous pencher sur l'écriture des commentaires, il est important de s'intéresser à leur lecture. En effet, il semble logique de commencer par lire tout un ou plusieurs commentaires avant d'apporter sa touche personnelle. Romain nous raconte que lorsqu'il écrit un commentaire, « *c'est souvent pour répondre à un autre commentaire qui a été mis avant, ou alors, pour faire une remarque plutôt sur la forme de la vidéo, pour essayer d'améliorer la qualité, plutôt que sur le fond* ». En effet, pour ceux qui seront les premiers à écrire, comme pour ceux qui souhaitent seulement remercier les auteurs ou partager leur enthousiasme, la lecture préalable n'est pas nécessaire. Mais le design de la plateforme YouTube est fait pour que les commentaires soient immédiatement accessibles à tous, placés juste en dessous du titre et du synopsis de l'épisode, comme le montre la capture d'écran ci-dessous.

Figure 115 : capture d'écran de l'espace des commentaires sur ordinateur



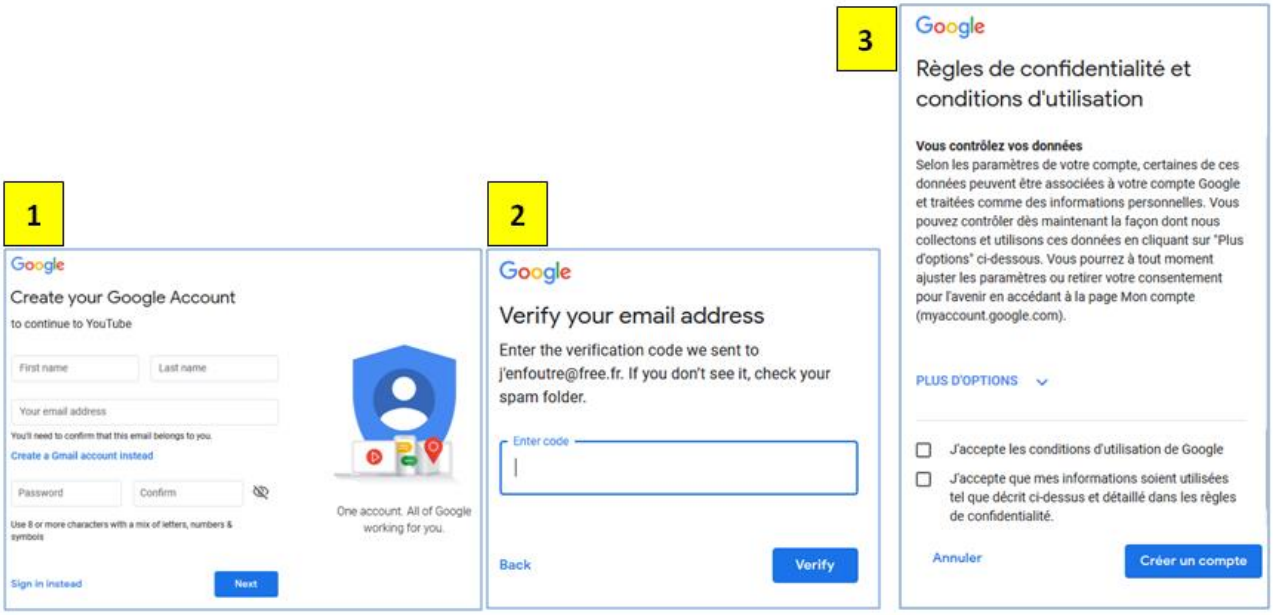
580 Facebook : règle de calcul du taux d'engagement : En ligne https://www.ladn.eu/entreprises-innovantes/parole-expert/facebook-regle-de-calcul-du-taux-dengagement/

Aucune manipulation technique n'est requise pour lire les commentaires. Il est possible de les classer suivant l'ordre d'écriture (« *les plus récents d'abord* ») ou suivant leur degré d'appréciation de la communauté (« *Top des commentaires* »), grâce à un calcul assez obscur du nombre de lectures et de likes. La popularité est l'option par défaut, ce qui oriente et suscite l'intérêt des éventuels lecteurs.
Pourtant, Vincent, un utilisateur de 29 ans que nous avons interrogé lors d'un entretien qualitatif « *trouve le système de réponse aux commentaires sur YouTube très mal fait. Même dans l'ergonomie par exemple, on ne peut pas taper un message assez long et puis revenir aux commentaires* ».
Toutefois, tout le monde peut lire les commentaires, même sans être inscrit sur la plateforme, ce qui n'est pas le cas pour ceux qui veulent en écrire et qui doivent s'inscrire en indiquant une identité rattachée à un mail validé par un code d'identification. Cette formalité est très rapide et ne nécessite pas plus d'une minute, mais elle oblige à se conformer à une procédure que certaines personnes peuvent refuser, par manque de temps, de peur d'être tracé, ou par indécision.

Lors de l'inscription, la plateforme Google demande de remplir trois cases concernant son identité. Les deux premières sont pour le prénom et le nom, la 3e étant allouée à un mail valide et à attribution unique (on ne peut créer qu'un seul compte par adresse mail). Une fois les informations données [1], il faudra entrer le numéro de vérification envoyé par la plateforme sur l'adresse mail indiquée [2], puis signer les conditions d'utilisation de Google et les règles commerciales d'utilisation des données [3].

Cette étape permet de se donner un pseudonyme en l'inscrivant en lieu et place du nom et du prénom demandés. La plupart des utilisateurs en usent pour entrer dans la communauté des commentateurs.

Figure 116 : Étapes de création d'un compte Google

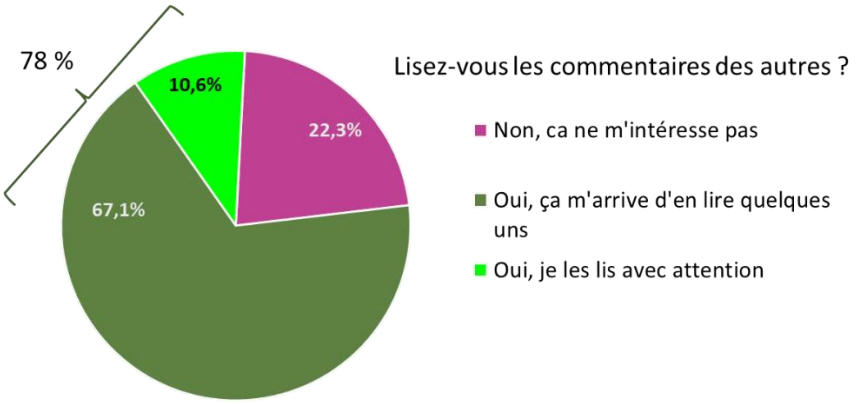


Captures d'écran lors de la création d'un compte Google/YouTube

5.2.5 Une lecture courante des commentaires

La lecture des commentaires est un élément important de la plateforme qui complète le contenu diffusé par les vidéos. Les webspectateurs n'ont pas tous la même perception à leur égard. Thomas déclare regarder systématiquement les commentaires des autres. « *Dès qu'il y a une vidéo avec un sujet qui m'intéresse, il va y avoir des gens pour et des gens contre avec un peu d'argumentation. C'est ce qui m'intéresse le plus* ». En revanche, Clément les perçoit négativement « *comme quelque chose d'assez anxiogène et néfaste avec beaucoup de personnes qui critiquent, beaucoup de personnes qui attaquent, donc, je n'y vais pas trop* ». Quant à Vincent, il lit les 10 premiers commentaires pour sentir comment la vidéo est perçue.

Figure 117 : pourcentage de lecteurs de commentaires



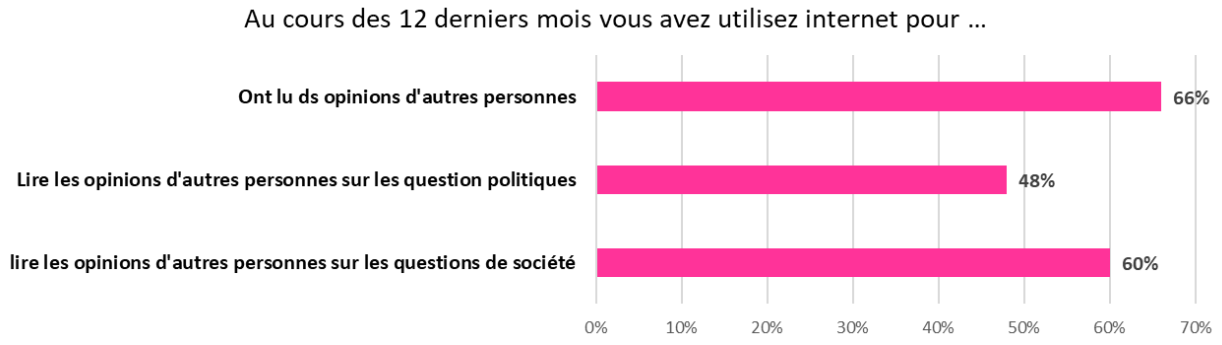
Sous population : répondants de 15/35 ans, redréssés suivant l'âge versus audience YT de DTG

Si seulement 10,6% sont comme Thomas et les lisent souvent, la grande majorité y jette un œil « *pour voir ce que les gens pensent* » comme le dit Rita, 17 ans. (Fig.117). D'autre comme Théophile, 26 ans. Il est issu d'une famille CSP+ (père photographe et mère styliste) se sentant proche des écologistes et de Hamon quand lui s'est décalé vers la France insoumise. Lorsqu'il ne trouve rien à redire à une vidéo, il témoigne : « *je vais chercher les commentaires négatifs qui vont me faire dire "ah, mais oui, c'est ça ou le truc auquel j'ai pas pensé !* ». Pour lui, les commentaires sont des éléments qui lui permettent de sortir de sa zone de certitude.

Seule une minorité de 22,3% ne les lit jamais ce qui est peu en comparaison des quelques 78**%** qui lisent parfois ou souvent les remarques des autres sur ce qu'ils viennent de regarder. C'est donc un phénomène important, d'autant plus que le baromètre de la jeunesse du CREDOC[581] en 2016 notait que **66%** des 18/30 ans avaient lu les opinions des autres durant l'année, avec 60% d'entre eux sur des questions de société et 48% sur des questions de politique (Fig.118). Les sujets de #DataGueule traitant des questions de société très politique, cette pratique caractérise les webspectateurs de la chaine.

[581]Baromètre DJEPVA sur la jeunesse, CREDOC, I. Aldeghi - N. Guisse - S. Hoibian - P. Jauneau-Cottet - C. Maes, Collection des rapports N°R332, juin 2016

Figure 118 :
Motivation des jeunes adultes à lire les opinions des autres entre les questions de société ou politiques



Source : Injep-Credoc, Barometre Djepva sur la jeunesse 2016 : Ensemble des jeunes de 18 à 30 ans

Comme pour l'utilisation du « Like », ce sont les jeunes peu ou pas encore diplômés qui lisent le plus les commentaires (Fig.119) : **14%** d'entre eux les lisent avec attention et **68%** les lisent de temps en temps, ce qui cumulé, revient à **82,3 %** de cette catégorie de jeunes. Ces pourcentages vont decrescendo avec le niveau d'étude et donc avec l'Age : c'est **79,3%** des Bac+3, **72,5%** des Bac+5 et **66%** pour les bac+8. Plus ils vieillissent et/ou plus ils sont diplômés, et moins les webspectateurs passent de temps à lire les commentaires, mais l'intérêt reste grand. Pour une grande majorité des webspectateurs, la lecture des commentaires semble donc faire partie du temps passé sur la chaine #DataGueule (Fig.119).

Figure 119 : Lecture des commentaires suivant le niveau d'étude.

Lisez-vous les commentaires des autres	Baccalauréat ou Avant Bac		Bac + 3		Bac + 5		Bac + 8		Total		
	Eff.	%	Eff.	%	Eff.	%	Eff.	%	Eff.	%	
Non, ca ne m'intéresse pas	94	17,70%	93	20,70%	134	27,50%	18	33,90%	339	22,30%	
Oui, ça m'arrive d'en lire quelques uns	362	68,20%	306	68,40%	319	65,30%	34	62,10%	1 021	67,10%	77,7%
Oui, je les lis avec attention	75	14,10%	49	10,90%	35	7,10%	2	4,00%	161	10,60%	
Total	531	100,00%	447	100,00%	488	100,00%	54	100,00%	1 521	100,00%	

Sous-population des répondants de 15/35 ans : redressement sur l'age versus chiffre Youtube

Ce phénomène participe au sentiment de communauté formée autour du programme[582]. Il s'agit, en lisant les écrits des autres, d'en avoir une représentation sociale et peut-être politique et de pouvoir ainsi se situer[583]. Lire ce que disent les autres à propos du programme permet de comparer ses impressions immédiates avec celles et ceux qui ont partagé la même expérience. « *Même si je ne commente pas forcément beaucoup, mais aussi parce que je suis les mêmes vidéastes depuis longtemps et qu'une proximité s'est créée, je pense que je fais partie de la communauté* », nous dit Romain, 20 ans.

582 PROULX, Serge et LATZKO-TOTH, Guillaume. La virtualité comme catégorie pour penser le social: l'usage de la notion de communauté virtuelle. Sociologie et sociétés, 2000, vol. 32, no 2, p. 99-122.

583 CARASSUS, David, DOSQUET, Frédéric, et al. Comment mieux connaître les membres de sa communauté virtuelle pour un parti politique. L'utilisation du concept de représentations sociales. Communication présentée au 14e congrès de la International Business Information Management Association (IBIMA), 2010, vol. 23.

Ce rapport tripartite entre le programme, le ou les auteurs et les commentateurs rompt le face-à-face qui peut être frustrant lorsqu'un individu ne peut pas partager ses interrogations. Pour autant, le sentiment d'appartenance à la communauté #DataGueule est très ténu. « Faire Communauté » renvoie aux communautés intentionnelles des communalistes des années 60. Mais lorsqu'il s'agit de communautés virtuelles, de personnes qui ne se rencontrent pas, le sentiment d'appartement est beaucoup moins évident : *« Je me sens plus faire partie de la communauté des gens qui recherchent les informations »,* explique Pierre, 23 ans. Faire partie d'une communauté implique de connaitre ses membres et avoir des relations plus directes. Matéo, 17 ans, nuance ce sentiment en disant *« Je fais un minimum partie de la communauté, mais pas activement ».* On pourrait définir ce sentiment de « communauté de pensées », d'un « nous » implicite et englobant[584] auquel se référer pour s'appuyer le cas échéant au moment d'exprimer ses idées.

5.2.6 Une minorité de rédacteurs hyperactifs

Si la lecture des commentaires parait importante dans les pratiques des webspectateurs de #DataGueule, le passage à l'acte de l'écriture semble totalement inversé. En effet, près de **78,9%** des répondants (1200) déclarent ne jamais en écrire, alors même que 76% les parcourent ou les lisent avec attention pour une minorité d'entre eux (**9,6%**). (Fig. 123 et 124)

Figure 120 : Fréquence d'écriture de commentaires

Avez-vous commenté une ou des vidéos ?	Effectifs	Fréquence
Ca m'arrive très souvent	32	2,10%
cela m'arrive parfois d'en lire qq uns	288	18,90%
cela ne m'est jamais arrivé	1 200	78,90%
Total	1 520	99,90%

Figure 121 : Parmi ceux qui ne commentent pas, quelle propension à lire les commentaires

	Avez-vous commenté une ou des vidéos ?	
Lisez-vous les commentaires des autres	cela ne m'est jamais arrivé	
Non, ca ne m'intéresse pas	324	23,80%
Oui, ça m'arrive d'en lire quelques uns	786	66,60%
Oui, je les lis avec attention	90	9,60%
Total	1 200	100%

Sous-population : jeunes 15/35 ans. Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg.

Pour savoir si la lecture se concrétise par écriture de commentaires, c'est-à-dire en une participation plus impliquante des lecteurs, nous avons croisé les réponses de ceux qui lisent les commentaires avec la question de savoir s'ils en écrivaient à leur tour. Les réponses montrent alors une décorrélation entre la lecture et l'écriture des commentaires. En effet, seul un quart des lecteurs (**25,9%**) écrivent parfois ou souvent des commentaires, ce qui réduit énormément la population des locuteurs dans la communauté #DataGueule, mais qui demeure encore importante (Fig 122)

[584] LE DU, Michel. « Du "nous" implicite au "nous" explicite ». Klesis-Revue philosophique, 2016, no 34.

Figure 122:
Part de commentateurs parmi les **lecteurs** de commentaires

Avez-vous commenté une ou des vidéos ?	Lisez-vous les commentaires des autres: Oui, ça m'arrive d'en lire quelques uns		Oui, je les lis avec attention		Total	
cela ne m'est jamais arrivé	786	66,50%	90	7,70%	876	74,10%
cela m'arrive parfois, mais assez rarement	224	18,90%	51	4,30%	274	23,20%
Ca m'arrive très souvent	12	1,00%	20	1,70%	31	2,70%
Total	1 021	86,40%	161	13,60%	1 182	100%

Sous-population : 1182 lecteurs de commentaire de 15/35 ans, Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg.

Parmi les lecteurs, une partie écrit aussi des commentaires avec plus ou moins d'investissement. Il faut donc distinguer ceux qui lisent quelques commentaires de temps en temps et ceux qui les lisent presque systématiquement. Et parmi ces lecteurs, il faut aussi distinguer ceux qui écrivent parfois un commentaire ou deux, et ceux qui s'investissent beaucoup et qui en écrivent presque après chaque vidéo. On peut donc distinguer 4 comportements de lecteur :

- Ceux qui lisent peu les commentaires et ne les commentent jamais sont très nombreux (66,5%)
- Ceux qui lisent peu les commentaires et écrivent en écrivent parfois (18,9%)
- Ceux qui lisent avec attention les commentaires, mais n'en écrivent pas ou peu (12%)
- Et ceux qui lisent avec attention les commentaires et en écrivent beaucoup (2,7%)

La majorité des webspectateurs sont donc des lecteurs. Et parmi eux, une minorité écrit des commentaires (24,9%) dont un tout petit groupe semble super actif (environ 2,7%).
Nous avons interrogé Thomas (30 ans, non diplômé) lors de nos entretiens qualitatifs. Son père est professeur de physique dans un lycée, il se situe au centre gauche (PS) et sa mère s'occupe du foyer et est plus proche de la droite (LR). Il explique pourquoi écrire est important pour lui : « *C'est autant la vidéo que les commentaires qui m'intéresse* […] *Si je ne suis pas d'accord sur 10 points dans la vidéo, ça fera 10 commentaires, et ensuite, je vais voir les réactions des autres pour discuter. Je trouve que mon point de vue doit être défendu* ». Les commentaires sont ici la concrétisation de sa pensée. Écrire un commentaire permet d'affuter ses raisonnements. Chercher à discuter avec d'autres, aide à renforcer son opinion, ou parfois même à la faire évoluer.

L'apprentissage de l'écriture et sa pratique quotidienne était un révélateur social fort comme l'a montré Bernard Lahire. Les pratiques textuelles scolaires étaient des pratiques à travers lesquelles se créaient les différences sociales[585]. Même encore aujourd'hui, dès l'école, les différences notables se font sentir entre les enfants de CSP+ et ceux de familles populaires. Les premiers maitrisant mieux les structures langagières, les techniques syntaxiques et grammaticales, le récit dans son ensemble et dans ses conclusions, tandis que les seconds cumulent les difficultés en accumulant les implicites qui rendent leurs textes peu compréhensibles. Par l'écriture, le scripteur s'adresse à l'autre, qu'il doit avoir intériorisé sous la forme d'un

[585] LAHIRE Bernard. L'inégalité devant la culture écrite scolaire : le cas de l' «expression écrite» à l'école primaire . In: Sociétéscontemporaines N°11-12, Septembre / Décembre 1992. Regards sur l'éducation. pp. 167-187

destinataire imaginaire ou une personne identifiée (l'auteur de la vidéo, un autre commentateur…) et cela s'apprend par une pratique régulière.

> *Pour réaliser un récit relativement explicite, le narrateur doit prendre conscience de son activité langagière et de l'économie interne qui unit les différents éléments du texte. Il doit prendre conscience du langage en tant que tel pour produire un petit univers autonome de sens.*
> Lahire, p.173

S'il a du mal à le faire, il aura tendance à ne pas risquer d'être exposé aux regards de ceux qui savent et pourraient le préjuger incompétent. Là est certainement une piste d'analyse qui pourrait suggérer pourquoi si peu d'internautes s'exposent par leurs écrits dans les commentaires déposés sous les épisodes de #DataGueule.

Mais l'écriture semble être un sujet ambivalent aujourd'hui, car elle subirait une transformation radicale. Si 75% des jeunes Français pensent toujours que l'écriture avec un papier et un stylo est irremplaçable[586], il semble que l'écriture électronique ait considérablement augmenté avec l'apparition des outils numériques d'écriture instantanée. Ainsi, comme le précisent David Jacques et Harmony Goncalves, 90 % des adolescents déclarent préférer envoyer des SMS plutôt que de parler de vive voix au téléphone[587]. Écrire donc, des SMS, plutôt que parler… Ces nouvelles pratiques entrainant une mutation du langage écrit, avec sa grammaire et son vocabulaire informel très expressif, qui pourrait se rapprocher de l'expression orale. Là où l'écriture manuscrite laissait apparaitre une différence sociale forte, l'écriture numérique semble aplanir ce fossé, car les contraintes technologiques obligent à condenser les mots pour gagner du temps et de l'espace (tels que les 280 signes de Twitter), ce qui fait naitre une nouvelle façon d'écrire abrégée où les fautes d'écriture perdent de leur acuité[588]. Une sorte de culture d'écriture web semble émerger, adoptée transversalement par toutes les classes sociales et qui se retrouve même dans les copies des étudiants d'université. Si les institutions craignent justement une baisse du niveau d'orthographe, Dominique Bucheton estime pourtant que la capacité d'expression s'est considérablement élargie grâce à l'écriture numérique et que les utilisateurs de tous milieux « *sont en mesure d'intervenir dans tous les débats, et sont en mesure de retoquer sur-le-champ les propos mensongers des dirigeants. L'écriture sur Internet a changé la scène du débat d'idées. Les réseaux sociaux l'ont démultiplié* »[589]. Thomas en est l'exemple parfait. Son écriture est presque oralisée lorsqu'il écrit « *y'a pas de dépense gratuite dans la vie y'a toujours un payeur* ». Il parle par écrit plutôt qu'il élabore des phrases construites bien calibrées.

Il est marquant de constater que plus de **74%** des lecteurs de commentaire, qu'ils soient occasionnels ou assidus, ne franchissent pas l'étape de la publication. La plupart viennent sur l'espace de commentaires pour regarder ce que les autres pensent, ce qu'ils ont apprécié de la vidéo, ou au contraire, ce qu'ils n'ont pas

---

[586] Étude Oxford/IFOP : les jeunes français de 12 à 25 ans et l'écriture manuscrite, 2016

[587] JACQUES David, et GONCALVES Harmony. « L'écriture électronique, une menace pour la maitrise de la langue ? », Le français aujourd'hui, vol. 156, no. 1, 2007, pp. 39-47.

[588] BENNOUIA Abdeldjalil. (2018). L'impact de l'écriture électronique sur la qualité d'écriture des étudiants de licence de français, 127-148. http://193.194.84.141/index.php/h/article/view/2884

[589] BUCHETON Dominique, Refonder l'enseignement de l'écriture, des recherches pratiques du primaire au lycée, Editions Retz, 2014.P.78

aimé et pourquoi. C'est une manière d'accorder ou de confronter son point de vue avec les autres. Existe alors une difficulté à exprimer une pensée personnelle sur un sujet donné. Violette, 22 ans, dont la famille est située à gauche de l'échiquier politique (LFI) révèle à ce propos : « *je pars du principe que mon avis ne doit pas être très intéressant et que je ne vais pas le partager avec des gens que je ne connais pas, j'aurais un peu l'impression de perdre du temps* ». Quand on est jeune, avoir un avis construit n'est pas une évidence, même si son père est menuisier et sa mère professeure de sciences économiques et sociales dans un lycée. Matéo se dit apolitique malgré que sa famille soit plutôt de droite (LREM et LR). Il est intéressé de « *savoir ce qu'ont pensé les gens. Je rejoins certains avis, parfois, je ne suis pas du tout d'accord, mais c'est comme dans la vraie vie* ». Vincent, plus âgé (29 ans). Il a un bac +2 et vient d'une famille aujourd'hui modeste, car son père de 50 ans est au chômage depuis longtemps après avoir occupé des responsabilités dans une société importante. Ses deux parents sont de droite nationaliste (LR et RN). Il décrit son processus de construction de pensée et raconte : « *J'essaye de construire au maximum ma pensée et ça m'aide d'ailleurs à construire un argumentaire avec les gens avec qui j'en parle en vrai. J'essaye toujours d'avoir des critiques construites et donc j'ai besoin de me référer aux commentaires* ». Les commentaires servent ceux qui les lisent pour construire leur pensée et leurs arguments, même s'ils n'en écrivent pas.

5.2.7 Approfondir les sujets traités par d'autres sources

Pour analyser les manières dont les webspectateurs s'investissent au-delà de la plateforme YouTube, concernant le sujet traité dans un épisode, nous leur avons demandé de définir les actions entreprises pour approfondir leur compréhension du sujet.

En effet, une de nos hypothèses est que l'engagement des webspectateurs s'exprime aussi par l'approfondissement des sujets traités par les vidéos. S'ils cherchent à compléter les informations délivrées par la chaine #DataGueule, puis à les transmettre, c'est pour mieux pouvoir en discuter avec leur entourage. Que ces discussions passent par des conversations en vis-à-vis ou qu'elles se déroulent en ligne dans les espaces de commentaires, cela participe à un apprentissage argumentatif qui permette de constituer l'armature idéologique des jeunes citoyens. Cette pratique n'est pas sans risque pour ceux dont les avis et les connaissances ne sont pas solidement ancrés ; les discussions pouvant aussi prendre l'aspect de joutes oratoires, dont l'enjeu sera de sortir gagnant, grâce à une argumentation efficace et pointue.

L'enquête fait apparaitre qu'une part importante de répondants (**55,6%**) recherche des références sur Internet à la suite du visionnage (Fig.123) grâce aux moteurs de recherche tels que ceux de Google ou de YouTube. C'est un moyen pour eux de confronter les informations de la vidéo avec celles récoltées sur d'autres sites. L'autre possibilité est d'aller lire les sources que les auteurs de #DataGueule ont mises en ligne. Il s'agit d'études, d'articles scientifiques ou de livres dont les informations ont servi à écrire la vidéo. Leur lecture peut être longue et développe des notions complexes que les vidéos ont rendues accessibles.

Ce résultat est une vraie réussite pour les créateurs du programme, qui depuis sa conception, ont toujours assumé un journalisme engagé, mais transparent. Il prouve que le public de #DataGueule est sensible à leur démarche journalistique et s'intéresse aux choix des sources et à leur crédibilité.

Figure 123 :
Actions entreprises pour approfondir un sujet

Qu'avez-vous fait pour approfondir le ou les sujets ?	Effectifs	Fréquence
Visionnage d'autres vidéos sur le même sujet	1 000	65,7%
Discussion avec votre entourage	989	65%
Lecture d'articles complémentaires	929	61,1%
Recherche de références sur le net	845	55,6%
Je n'ai rien fait	147	9,70%
Non réponse	133	8,7%
Ecriture d'article ou commentaires circonstanciés	43	2,80%
Livre /Achat de livres /Lecture de livre /Lecture de livres /livres	17	1,1%
Total / interrogés	1 521	

18,4%

Pourcentages calculés sur la base des 15/35 ans ;
Redressement sur l'âge versus chiffre YouTube

Seuls près de 10% d'entre eux déclarent n'avoir pas voulu approfondir leur réflexion auxquels nous pouvons ajouter les 9% qui n'ont pas répondu à la question. Au total, ce sont 18,4% des webspectateurs qui visionnent les vidéos sans réagir par une action telle que nous les avons définis. (Fig.123)

Mais cette implication des répondants ne s'arrête pas là : plus de **61%** affirment qu'ils lisent des articles sur le sujet après le visionnage de l'épisode. Les sources proposées par leurs auteurs n'étant pas toujours aussi limpides à interpréter, les articles trouvés en ligne sont alors une aide pour une meilleure compréhension. C'est le cas de Benoit, 28 ans, ingénieur, dont les parents votent blanc après avoir voté Chirac et Hamon. Lui se situe aujourd'hui proche de la LFI. « *J'essaye toujours de croiser les sources, pour minimiser les biais journalistiques. En cherchant d'autres sources qui ne sont pas citées, je peux me faire mon avis et voir dans quelle mesure la vidéo essaye de nous influencer* ».

Ce qui apparait clairement est le rôle joué par la plateforme YouTube pour approfondir le sujet. En effet, lorsque **65,7%** des interrogés déclarent visionner une autre vidéo sur le même sujet, on peut imaginer le rôle de l'algorithme dans ce processus. Celui-ci est conçu pour proposer des vidéos en lien avec celle visionnée, afin que l'internaute reste sur la plateforme. Cela peut placer le webspectateur dans une « bulle de filtre » censée répondre à ses attentes[590]. Or, les entretiens nous montrent que l'algorithme de recommandation de YouTube est totalement identifié. À l'image de Gaston, 17 ans d'une famille très écolo d'un père avocat indépendant et d'une mère assistante sociale. Il termine un bac pro dans la restauration et votera comme ses parents. Il confirme : « *J'ai bien sûr remarqué l'algorithme. Parfois, il tombe totalement à côté de la plaque, mais parfois, il y a des choses intéressantes* ». Parmi ceux qui ont répondu à nos entretiens, certains pensent qu'il est parfois nécessaire, alors que d'autres mettent en place des stratégies pour le rendre plus efficaces.

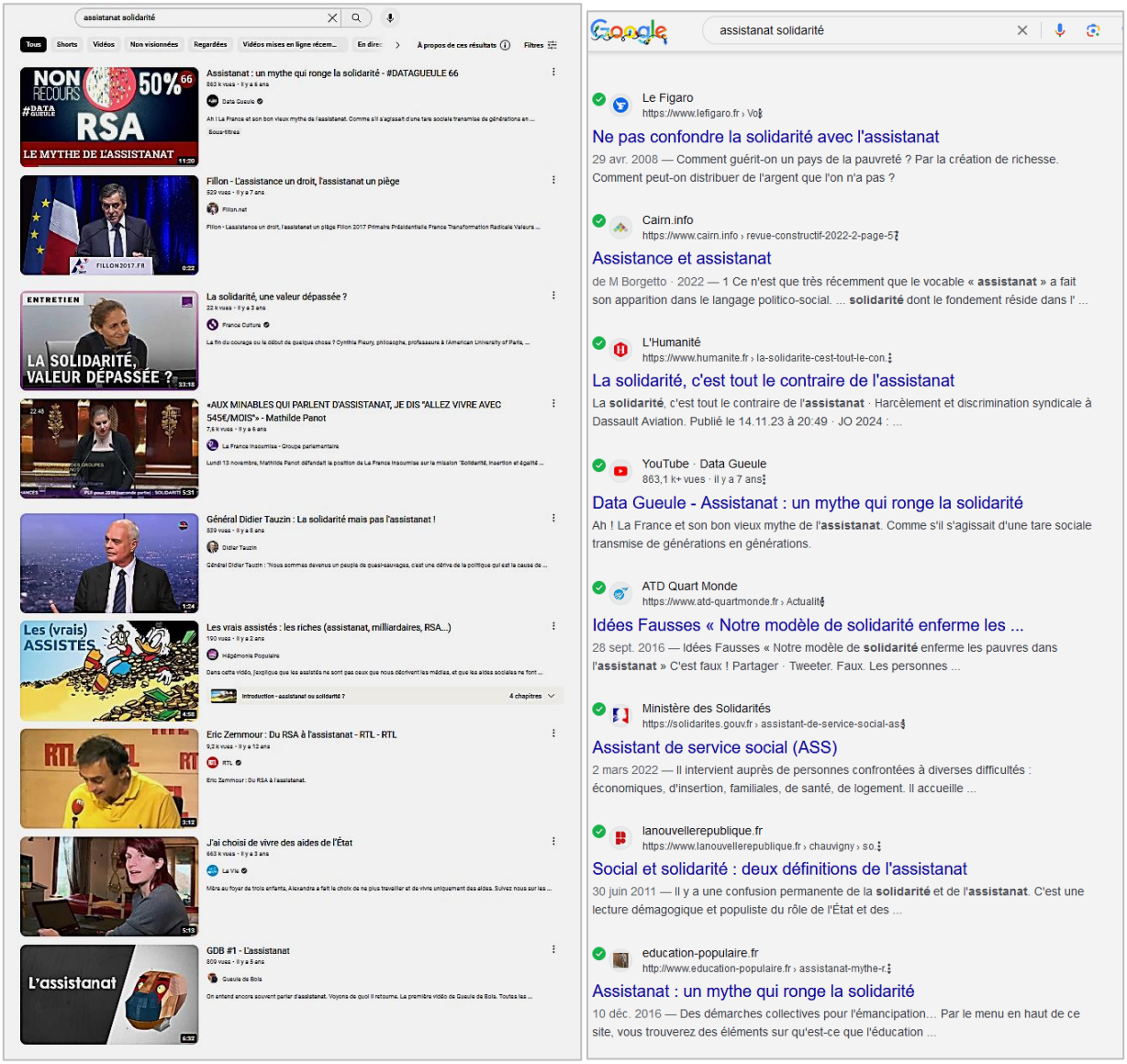
[590] DUFRASNE, Marie et PHILIPPETTE, Thibault. Les effets des «bulles de filtres» ou «bulles informationnelles» sur la formation des opinions. In : Journée d'étude pour le lancement du projet Alg-opinion. 2019.

Il existe sur YouTube une quantité très importante d'interviews et d'entretiens avec des spécialistes susceptibles d'apporter des explications et des mises en perspective de la thématique de l'épisode. Comme nous l'avons vu au chapitre sur YouTube, la masse considérable des contenus de connaissance (50% des vidéos) permet de couvrir presque tous les sujets. Il est donc facile de trouver une autre vidéo qui abordera la question soulevée dans l'épisode.

Pour l'expérimenter, nous avons cherché ce qui se rapportait au sujet de l'épisode 66 sur l'assistanat (Assistanat : un mythe qui ronge la solidarité). Pour ce faire nous avons tapé le mot "assistanat / solidarité" dans la barre de recherche Google et celle de YouTube, et avons obtenu un nombre conséquent de propositions. 9,5 millions de résultats sont annoncés sur Google et plusieurs centaines sur YouTube, bien que là, le nombre de résultats ne soit pas annoncé. Il s'agit d'articles de presse, d'articles scientifiques et d'associations, ou de vidéos traitant du sujet grâce à des témoignages, des reportages ou des documentaires, avec une variété de points de vue (Fig.124). Chercher d'autres sources d'information pour traiter un sujet permet d'avoir une vision plus large du sujet et de relativiser (ou conforter) le traitement de la vidéo.

Figure 124

Résultat de recherches « Assistanat , solidarité » dans les moteurs de recherche de YouTube et Google



Nous avons également vu dans un chapitre précédent que l'investissement cognitif nécessaire au visionnage d'une vidéo est moindre que celui nécessaire pour lire un article. De ce fait, la vidéo est un média plus aisé à appréhender. C'est la raison pour laquelle les répondants affirment y avoir recours majoritairement pour approfondir le sujet. Le temps passé n'est plus alors ressenti comme un effort et un engagement, mais comme un loisir éducatif. Les sites comme Thinkerview, les Éconoclastes[591], What The Fact[592], Hors-série[593], le Média[594], Blast[595]… permettent d'entendre des intellectuels et spécialistes de tous les domaines et de mieux comprendre un certain nombre de questions sociétales abordées dans #DataGueule.

Ce point de vue est renforcé par le fait que **80%** de ceux qui visionnent d'autres vidéos vont discuter ensuite du sujet avec leur entourage, et lire d'autres articles pour renforcer le sujet (Fig. 125). Cela ne serait pas le cas s'ils se laissaient « attraper » par les dispositifs de captation d'attention qui les rendraient plus passifs. Là, au contraire, les vidéos sont effectivement utilisées pour approfondir un sujet, mais elles viennent enrichir une réflexion et n'empêchent pas la lecture d'articles sur le sujet et la vérification des sources utilisées.

Les webspectateurs sont, dans leur ensemble, très largement actifs suite au visionnage d'une vidéo, comme l'indique François, 28 ans, instituteur syndiqué, issu d'une famille intellectuelle CSP+. Il assure « j'*adore les économistes atterrés et je suis leur travail, je fais des synthèses des vidéos que je vois, je les source et je les envoie à mon bureau syndical ».* Le tableau permet de constater que les actions d'approfondissement d'une vidéo s'additionnent.

Figure 125 :

Croisement des actions engagées à la suite du visionnage d'un épisode de #DataGueule

Qu'avez-vous fait pour approfondir le ou les sujets ?	Recherche de références sur le net		Lecture d'articles complémentaires		Discussion avec votre entourage		Visionnage d'autres vidéos sur le même sujet	
	effectif	% vis-à-vis cat d'action	effectif	% vis-à-vis cat d'action	effectif	% vis-à-vis cat d'action	effectif	% vis-à-vis cat d'action
Recherche de références sur le net	845	100%						
Lecture d'articles complémentaires	662	78%	929	100%				
Discussion avec votre entourage	650	77%	729	78%	989	100%		
Visionnage d'autres vidéos sur le même sujet	682	81%	740	80%	789	80%	1000	100%
% sur total répondants		**55,56%**		**61,08%**		**65,02%**		**65,75%**

Sous-population : jeunes 15/35 ans, Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg. 1521 individus.
(Total et % calculés sur effectifs redressés non arrondis)

Ceux qui discutent avec leur entourage lisent d'autres articles pour enrichir leur réflexion pour près de **78%** d'entre eux. Ils recherchent les références pour plus de **78%** d'entre eux (Fig.125), ce qui montre que les discussions sont nourries par le visionnage de l'épisode et par les recherches qui s'en suivent. Les discutants engagent donc leurs réflexions avec leur entourage, munis d'un bagage d'informations qui leur servira à poser leur interrogation initiale au centre du débat, et à influencer leur interlocuteur grâce aux analyses qu'ils ont pu en faire.

Enfin, il est intéressant de constater que les sujets exposés dans #DataGueule font l'objet de discussions hors connexion, avec l'entourage. Une large majorité d'entre eux (65% sur le total des répondants) dit échanger avec leurs proches sur l'épisode de #DataGueule. Sortir du face-à-face avec l'écran est un des buts des auteurs. C'est ce qu'exprime Benoit, 28 ans : « *j'aime bien en discuter, avec ma compagne, avec ma famille,*

591 @LeseconoclastesFr・12,5 k abonnés・27 vidéos : https://www.youtube.com/@LeseconoclastesFr

592 @WhatTheFact7・998 k abonnés・151 vidéos: https://www.youtube.com/@WhatTheFact7/featured

593 @hors-serie5965・8,04 k abonnés・437 vidéos https://www.youtube.com/@hors-serie5965

594 @LeMediaOfficiel・1,02 M d'abonnés・3,5 k vidéos https://www.youtube.com/@LeMediaOfficiel

595 @blastinfo・970 k abonnés・1,2 k vidéos https://www.youtube.com/@blastinfo

au travail, avec les gens que je côtoie tous les jours. Et je peux discuter du sujet plus que de la vidéo en elle-même. Je reprends les chiffres, les données de la vidéo pour discuter ». La vidéo sert ici de prétexte de discussion et apporte des chiffres pour les étayer.

Comme le décrit Habermas dans *Droit et Démocratie* cette appropriation des sujets de société par les citoyens facilite la participation à la vie démocratique en s'emparant et discutant collectivement de questions saillantes[596]. La parole permet de confronter ce que l'on a compris avec l'expérience des autres, de clarifier ses pensées, de modéliser certaines théories et de les appliquer au réel, dans un aller-retour qui permet de mieux les ancrer comme outils intellectuels. Sans eux, l'interprétation du monde est plus difficile et se limite aux seuls ressentis et frustrations émotionnelles. L'énonciation, comme la décrit Émile Benveniste est un acte d'appropriation dans lequel le locuteur devient le centre de référence interne, où la forme interrogative est un moyen de découvrir des réponses[597]. La discussion est un élément fondamental de compréhension des systèmes dans lesquels les citoyens font partie. Cela est conforté par les déclarations des répondants.

Comme on l'a vu au chapitre 2, la construction de l'identité passe par l'affirmation de ses convictions. Cela nécessite de convaincre ses interlocuteurs dans un exercice oratoire dont la vidéo peut être le sujet. Mais pour remporter ce jeu dialectique, il vaut toujours mieux se préparer. Patrick Charaudeau écrit « qu'*il n'est pas de relations sociales qui ne soient pas marquées par des rapports d'influence qui se jouent selon un rapport d'altérité* »[598]. Quand il y a discussion, les participants doivent convaincre leur interlocuteur, même si le risque d'échouer et d'être obligé de se dédire est présent. C'est une « menace » pour le locuteur, il a la nécessité d'imposer sa légitimité pour faire valoir sa crédibilité. La famille et l'entourage proche étant un terrain d'expérimentation relativement protégé, les jeunes discutants peuvent jouer d'influence en usant de stratégies discursives telles que le questionnement. Selon Jean Claude Ansocombe, une question posée dans un débat a toujours une valeur argumentative[599]. Celui qui connait les réponses peut facilement déstabiliser son "adversaire" si celui-ci ne les maitrise pas. Par ailleurs, une question posée oriente souvent la discussion dans une certaine direction. Cela évite d'en poser d'autres qui pourraient orienter différemment le débat. Les vidéos servent ici de support à la pratique discutionnelle des sujets et à l'utilisation d'arguments puisés dans les documents visionnés ou lus.

Ni l'âge ni le niveau d'étude ne sont des critères qui permettraient de distinguer les enquêtés sur leur façon d'approfondir un sujet. Ici, les webspectateurs agissent de façon très homogène (autour de 25% par tranche d'âge et de diplôme). Sont-ce des pratiques générationnelles ou une spécificité des webspectateurs de #DataGueule ? Il nous est difficile de répondre par une généralité.

Les réseaux socionumériques ne semblent pas non plus servir de sources. Une très forte majorité de ceux qui cherchent à approfondir un sujet ne le fait pas en se servant des réseaux sociaux tels que Snapchat ou Twitter. Plus de **64%** d'entre eux déclarent ne jamais utiliser Twitter, pour seulement 18% qui disent s'en servir

---

596 HABERMAS Jürgen, « *Droit et Démocratie, entre fait et normes* », Gallimard, 1997, p. 113,

597 BENVENISTE Émile; "L'appareil formel de l'énonciation." *Langages*, no. 17, 1970, pp. 12–18.

598 CHARAUDEAU, Patrick, "Le discours de manipulation entre persuasion et influence sociale", Acte du colloque de Lyon, 2009, lisible sur le site : http://www.patrick-charaudeau.com/Le-discours-de-manipulation-entre.html

599 ANSCOMBRE, Jean-Claude, and DUCROT Oswald ? "INTERROGATION ET ARGUMENTATION." *Langue Française*, no. 52, 1981, pp. 5–22

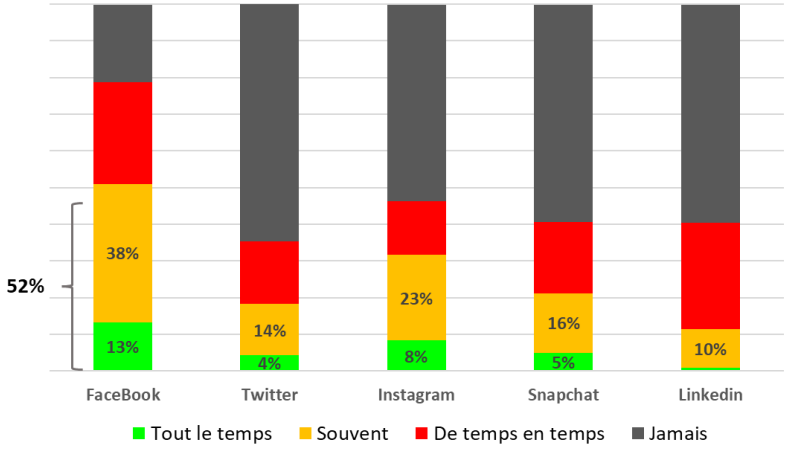
souvent ou tout le temps. Ce média, pourtant très prisé des journalistes français comme le soulignait Arnaud Mercier en 2014[600], ne l'est pas des webspectateurs de #DataGueule.

Les réseaux sociaux des jeunes citoyens de 15/34 ans n'ont pas le même usage que pour les journalistes. Si les seconds s'en servent pour communiquer et pour se suivre entre personnes de la même profession, les premiers cherchent les contenus qui éclairent leurs questionnements.

Très peu consommateurs des services de Twitter et Snapchat, les webspectateurs de #DataGueule qui tentent d'approfondir un sujet se portent plus favorablement sur les possibilités qu'offre Facebook, dont **27%** disent utiliser les services « de temps en temps et **51%** « souvent ou tout le temps » (Fig.126).

Ce réseau social offre en effet plus de possibilités de visionnage de vidéos et d'articles de presse. Comme nous l'avons montré au chapitre 2.3, bien que moins dense en informations que le texte (en termes de mots consommés par minute), la vidéo est mieux à même de créer un lien para-social entre la vidéo et le public, ce qui entraîne une rétention accrue du public[601].

Figure 125: Utilisation des réseaux sociaux par les webspectateurs de #DataGueule



Sous-population : jeunes 15/35 ans, Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg. 1521 individus.
(Question : À quelle fréquence utilisez-vous… ?)

C'est aussi une autre appréhension des commentaires qui distingue les deux plateformes, comme nous le dit Vincent, 29 ans : « *Pour YouTube, c'est peut-être une volonté aussi de ne pas avoir des commentaires comme sur Facebook qui s'emportent très rapidement, où les gens s'insultent sur des sujets politiques comme ça* ». En effet, l'entrée sur les commentaires se fait sur YouTube par les vidéos. Leur thématique, mais aussi l'accointance avec la chaine permet de filtrer les commentaires et de ne pas se sentir agresser. Tandis que sur Facebook, les commentaires défilent sur le fil d'actualité, rempli uniquement par l'algorithme. Beaucoup de commentaires peuvent donc venir percuter la sensibilité des utilisateurs qui n'auront pas pu filtrer le contenu. *« Je pense que les gens vont regarder ces vidéos parce qu'ils ont déjà une sensibilité par rapport à ça, alors que sur Facebook c'est un côté plus intrusif parce que ça va être les posts d'autres personnes qui n'ont pas leur position politique et qui vont prendre à parti dans un esprit plus clivant ou en tout cas, ils peuvent vraiment exprimer leur mécontentement »,* complète Vincent.

[600] MERCIER Arnaud. « Twitter l'actualité : usages et réseautage chez les journalistes français », Recherches en Communication, No 39, 2013. En ligne http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/view/8213/7343.

[601] HU, Mu, MINGLI Zhang, and Yu Wang. "Why do audiences choose to keep watching on live video streaming platforms? An explanation of dual identication framework." Computers in Human Behavior 75: 2017. 594-606.

Pour autant, l'utilisation de Facebook est très complémentaire de celle de YouTube, car Facebook permet de relier directement les usagers entre eux. Ceux qui utilisent ses services et qui ont visionné sur YouTube une vidéo de #DataGueule sont près de 51% à en discuter avec leurs proches, et près de 52% à visionner d'autres vidéos, 48% à lire des articles complémentaires et 43% à rechercher des références sur le Net (Fig.126).

Facebook permet aussi d'amplifier la propagation de la vidéo initialement diffusée sur YouTube. « *J'en ai partagé quand même deux ou trois partages sur Facebook* », nous confirme Pierre.

Figure 126 :
Actions prises de ceux qui utilisent Facebook pour approfondir une vidéo #DataGueule

Qu'avez-vous fait pour approfondir le ou les sujets ?

A quelle fréquence utilisez vous Facebook ?	Je n'ai rien fais	Lecture d'articles complémentaires	Visionnage d'autres vidéos sur le même sujet	Discussion avec votre entourage	Ecriture d'article ou commentaires circonstanciés	Recherche de références sur le net	Autres actions
Jamais	2%	13%	14%	14%	1%	12%	1%
De temps en temps/ régulièrement	5%	30%	33%	33%	1%	28%	4%
Souvent/Tout le temps	3%	18%	19%	18%	1%	15%	2%

Sous-population : jeunes 15/35 ans, Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg -1521 répondants .

En complément, certains répondants ont souhaité préciser par eux-mêmes d'autres moyens d'approfondissement mis en œuvre après le visionnage d'un épisode. Ils en avaient la possibilité, car une question ouverte était prévue : la lecture de livres se révèle être un moyen pratiqué par environ 4% d'entre eux. D'autres aussi (près de 3%) déclarent travailler en classe avec leurs élèves. Une certaine réflexion critique s'exprime par ces réponses (aller voir des avis divergents, m'engager politiquement dans ma municipalité, création d'une conférence gesticulée…). Elle montre que les répondants ont à cœur de s'exprimer sincèrement sur leur pratique d'engagement.

Si les webspectateurs utilisent Facebook pour regarder des vidéos, les diffuseurs historiques sont placés aux derniers rangs de leurs usages. Outre YouTube, dont les chiffres ici sont forcément biaisés par le fait que l'annonce de l'enquête ait été faite sur la chaine #DataGueule (mais qui représente cependant une réalité largement documentée), Facebook récolte le plus d'adhésion auprès des répondants pour visionner des vidéos. Ils sont près de 64% à utiliser cette plateforme (Fig.127).
Les sites de presse en ligne arrivent à la 3e position avec 54%, ce qui signifie que les enquêtés conservent un statut de référence à la presse professionnelle et à leurs productions. Si les jeunes adultes lisent moins de livres, les vidéos produites par les organes de presse sont pour eux une vraie source d'information. Car les sites tels que celui du journal *Le Monde* proposent de plus en plus de vidéo sur YouTube pour enrichir et diversifier leurs contenus. Celles-ci font office d'articles, au sens qu'elles leur fournissent l'information que les articles écrits pourraient leur fournir.
Les sites traditionnels de la presse écrite priment sur ceux des radios, et plus encore sur ceux de « l'audiovisuel » dont ceux des télévisions commerciales sont relégués aux dernières places dans leurs pratiques de visionnement vidéo. TF1 (23%) et M6 (18%) restent loin derrière.

Les sites du service public (France Télévisions) ont du mal à recruter le public averti de #DataGueule. Seule Arte semble résister avec ses 46% d'utilisateurs potentiels. Cette performance a certainement à voir avec ses antécédents de précurseurs vis-à-vis des programmes visionnables sur le web. Mais France Télévisions (37%),

Figure 127 : Utilisation des sites proposant des vidéos

A quelle fréquence utilisez-vous ces sites pour visionner des vidéos ?	YouTube	Dailymotion	FaceBook	Presse en ligne	Arte	Sites Radio	France Télévisions	TF1	M6
Jamais	0,2%	62,7%	36,2%	45,8%	53,8%	63,40%	63,1%	76,80%	82,2%
De temps en temps ou régulièrement	8,8%	37,0%	48,6%	47,5%	40,8%	32,90%	35,7%	22,60%	16,9%
Très souvent ou Tout le temps	91,1%	0,3%	15,2%	6,8%	5,3%	3,60%	1,2%	0,80%	0,8%
Total	100,1%	100,1%	100,0%	100,0%	99,9%	99,90%	100,1%	100,10%	99,9%

Sous-population : jeunes 15/35 ans, Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg. 1521 individus.
Question posée : À quelle fréquence utilisez-vous ces sites pour visionner des vidéos ?

Le changement est de taille : pour le public de #DataGueule, la vidéo est visionnée sur YouTube en priorité et beaucoup moins à la télévision. YouTube est devenu un nouveau canal de télévision personnalisée. Les webspectateurs peuvent se sentir leur propre programmateur. Ils sont fortement accompagnés par l'algorithme de la plateforme. Sandrine Philippe distingue 3 régimes de consultations des vidéos : la flânerie passive, la veille alimentée par les abonnements aux chaines et les requêtes détachées, pour lesquelles la barre de recherche est le symbole de liberté de programmation[602]. Même si la flânerie est fortement influencée par l'algorithme, nous avons vu dans les entretiens que les webspectateurs priorisent plutôt leurs abonnements et le moteur de recherche pour visionner ce qu'ils veulent visionner, au moment désiré.

5.3 Quelles actions concrètes pour quels types d'engagements ?

Pour mieux définir la pratique d'engagement des enquêtés, une série de questions leur donnait l'occasion d'expliciter plus précisément les choix de leurs actions concrètes. À ce stade, nous ne voulions pas notifier précisément aux répondants ce que signifiait pour nous le terme d'engagement afin que chacun puisse y investir ses notions et son vécu. Ils pouvaient ainsi se sentir libres de définir leurs actions selon leur propre grille de lecture.

En revanche, notre rôle de chercheur nous oblige à préciser ce que l'engagement représente pour nous et d'expliciter la grille d'interprétation dans laquelle nous analyserons leurs réponses. En effet, la notion d'engagement est utilisée dans des secteurs pour lesquels les interprétations diffèrent radicalement. Dans le management, le commerce, le sport ou la politique… l'engagement individuel a des objets parfois antinomiques. Jacques ion le déclinait au pluriel à l'intérieur de la sphère politique[603]. Il souligne comment l'individualisation portée par la modernité réflexive (Beck) accompagne les mouvements militants d'une

[602] PHILIPPE, Sandrine. « De recommandations en programmation ? L'expérience spectatorielle juvénile sur YouTube », *Télévision*, vol. 11, no. 1, 2020, pp. 57-75.

[603] ION, Jacques. L'engagement au pluriel. Université de Saint-Etienne, 2001.

transformation des rapports entre ce qu'il appelle l'intime et l'universel, entre le *Je* et le *Nous*, et nous ajouterons, entre le réel et le virtuel.

Si nous nous intéressons particulièrement à la chaine #DataGueule, le sujet des engagements suscités par une vidéo est forcément plus large en termes de contenus. Les webspectateurs ne se contentent pas d'une seule chaine YouTube, leur référentiel est forcément plus large et inclut des vidéos d'autres chaines. Il nous faut les prendre en compte.

Dans sa théorie de l'engagement, Robert-Vincent Joule pose que l'individu n'est pas engagé par ses représentations et ses convictions, mais par ses actes[604]. Il définit l'engagement comme étant le lien qui existe entre l'individu et ses actes, en précisant que seuls les actes engagent ceux qui les font, et que l'on peut être engagé à des degrés divers par ses actes. Pour mesurer l'intensité des engagements, Joule rappelle 3 conditions :

- La liberté totale d'exécuter ou non une action. Si une contrainte pousse à une action d'une manière ou d'une autre, l'engagement en sera amoindri d'autant.
- Les justifications de l'accomplissement : l'engagement est d'autant plus fort qu'aucune contrepartie morale, religieuse, économique, sociale… n'aura influencé l'acte.
- Le poids de l'acte : L'engagement est renforcé par les implications directes que l'action peut provoquer. Le temps passé, les sacrifices potentiels, les risques physiques et moraux… accentuent le poids que prendra l'acte. De même, l'aspect public à son importance et accentue la pression. Plus l'action est visible par un large cercle, plus l'engagement est puissant. Enfin, l'irréversibilité de l'intervention accroit le poids de l'engagement.

Joule décrit ensuite les effets que ces engagements produisent sur les individus. Le fait de commencer à s'engager accroit la possibilité de s'engager à nouveau, avec un impact progressivement plus important.

Si pour nous, *l'engagement est une participation effective à une action répondant aux convictions profondes de la personne, dans le domaine de la vie sociale, politique, religieuse ou intellectuelle*, *et impliquant un investissement personnel en temps et/ou en exposition sociale*, pour reprendre la définition du CNRTL[605], la liste des actions proposées dans le questionnaire pouvait orienter les enquêtés quant à une définition qui leur était propre. L'inscription à un parti politique ou la participation à une manifestation révèlent clairement un engagement politique. Le boycott ou la signature de pétition s'associe à un engagement plus citoyen, tandis que le partage d'information, ou le « like » se rapproche d'engagements plus sociaux.
À travers ces questions, nous voulions mesurer les actions engageantes préférées des webspectateurs dans leur vie quotidienne, celles-ci n'ayant pas nécessairement de lien avec le visionnage d'une vidéo. En effet, envisager qu'une vidéo puisse susciter une réaction engageante, oblige à analyser en amont si cette action bénéficie d'une prédisposition favorable. Les propositions de cette question de l'enquête sont là pour y répondre.
Volontairement, figuraient dans cette liste des actions dont l'implication personnelle pouvait varier sensiblement. Nous ne prétendons pas que « liker » une vidéo a la même valeur d'implication que l'inscription à un syndicat ou la participation à une manifestation. Mais en proposant sur le même niveau et

[604] JOULE, Robert-Vincent et BEAUVOIS, Jean-Lon. Une théorie psychosociale: la théorie de l'engagement. Perspectives commerciales. Recherche et Applications en Marketing (French Edition), 1989, vol. 4, no 1, p. 79-90.
[605] CNRTL définition de l'engagement : en ligne : https://www.cnrtl.fr/definition/engagement

dans un ordre aléatoire tous ces types d'actions, nous cherchions à provoquer une réflexion auprès des enquêtés sur des actions exécutées souvent sans s'en apercevoir, mais qui peuvent aussi s'apparenter à une forme d'engagement.

Notre volonté était d'étudier trois « temps » possibles, 3 types de lieux possibles ou les actions sociales, citoyennes et/ou politique peuvent s'exprimer.

- La première se situe dans l'environnement immédiat du programme #DataGueule et de celui de la plateforme YouTube (liker, partager)
- La 2e concerne l'environnement numérique en dehors de YouTube. Toutes les actions exécutées sur le Net telles que signer une pétition, ou vérifier les sources.
- La troisième se situe hors de l'espace numérique, là où les relations sociales se vivent en face à face, telle qu'une réunion d'un collectif, une association ou une action d'inscription de slogan sur les murs.

Les répondants pouvaient exprimer leur choix de multiples manières et cocher plusieurs propositions selon leur choix.

Figure 128 : Forme d'engagements préférés des webspectateurs de #DataGueule

Quelles formes d'engagement préférez-vous ?

Sous-population : jeunes 15/35 ans, Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg = 1521 individus.

L'action engageante qui rassemble une très large majorité est *la discussion avec son entourage* (77%). C'est l'élément premier associé à la notion d'engagement par les webspectateurs de #DataGueule. Mais ici, il ne s'agit plus d'approfondir le sujet d'une vidéo comme il était demandé dans une autre question, mais d'exprimer les formes d'engagement préférées. La discussion est alors interprétée comme un moyen d'argumenter et de convaincre son entourage pour le rallier à sa cause. Les théories de l'argumentation s'accordent à souligner que tout échange verbal repose sur un jeu d'influence mutuelle et sur la tentative d'utiliser la parole pour agir sur l'autre. L'exercice de la parole implique normalement plusieurs participants, lesquels exercent en permanence les uns sur les autres un réseau d'influences mutuelles[606] : « *parler, c'est échanger, et c'est changer en échangeant* ». L'âge des participants donne une indication sur le rôle de l'éthos et du pathos dans les conversations ; de la construction d'une image de soi dans le discours comme le décrit

[606] KERBRAT-ORECCHIONI Catherine, Les interactions Verbales, Ed Colin 1990 : 54-55

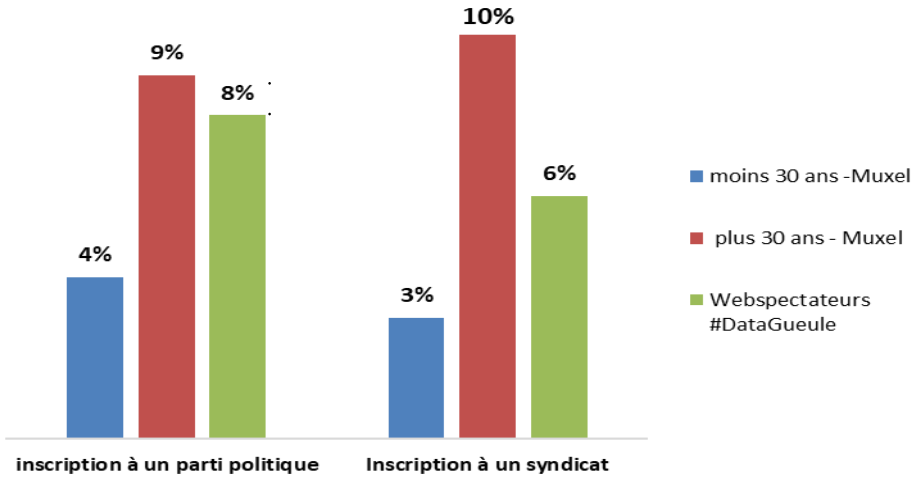
Ruth Amossy et de la construction de l'émotion que les locuteurs tentent de provoquer chez leurs discutants[607].

Pour Véronique Traverso, la conversation revêt clairement une dimension de négociation[608]. Qu'elle serve à coconstruire la situation dans laquelle les individus s'engagent, ou à résoudre des désaccords par une transaction négociée, qu'elle participe à une structuration des discours pour satisfaire la contrainte de "complétude interactionnelle" énoncée par Eddy Roulet, à savoir le sentiment de satisfaction propre à celui qui perçoit « sa victoire sémantique », elle participe toujours d'un engagement personnel, encadré par des garde-fous sociaux qui permettent d'exprimer son soi véritable tout en conservant le lien indispensable à son existence dans le groupe[609].

Ces résultats doivent être comparés à ceux du Conseil national d'évaluation du système scolaire[610], qui mesurait 71% d'adhésion à la signature de pétition chez les lycéens (versus 49% chez nos enquêtés), 62% d'adhésion pour participer à une manifestation (versus 31% dans notre enquête) et 58% d'accord pour boycotter un produit (versus 63% chez les webspectateurs de #DataGueule). Quand seuls les lycéens s'expriment, ils semblent plus enclins à affirmer leur engagement. Ici, peut-être parce que l'âge des répondants est supérieur à celui des lycéens du CNESCO, les affirmations semblent plus pondérées.

Le fait que les engagements auprès de syndicats ou de mouvements politiques restent en dernière position confirme la tendance mesurée par Anne Muxel de la désaffection des jeunes pour les fonctionnements politiques antérieurs[611]. Nos données se situant dans les fourchettes s'approchant de celles des plus 30 ans, montrent une certaine maturité du public de #DataGueule (Fig.129).

Figure 129 :
Proportion d'individus membres d'un parti politique ou d'un syndicat, selon l'âge.



Sources : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations des Français », 2016 & données de notre enquête

607 AMOSSY Ruth, Image de soi dans le discours, la construction de l'éthos, Delachaux et Niestlé, 1999

608 TRAVERSO Véronique, *La conversation familière*, Presses universitaires de Lyon L'Harmattan,1998

609 ROULET Eddy , *Variations sur la structure de l'échange langagier dans différentes situations d'interaction* ,Cahiers de linguistique française 9 / 1988, p 27-37

610 Ibid. Cnesco . Engagements citoyens des lycéens : enquête nationale réalisée par le Cnesco. 2018, en ligne : https://www.cnesco.fr/wp-content/uploads/2018/09/180906_Dossier_synthese_engagement.pdf

611 MUXEL Anne, « Chapitre 5 / Les jeunes et la politique », dans : Pascal Perrineau éd., La politique en France et en Europe. Paris, Presses de Sciences Po,

S'il est noté que les jeunes votent moins que leurs ainés, ils le font plus par dépit que par désintérêt pour la politique[612]. L'enquête du CREDOC de 2016 sur les conditions de vie et les aspirations des Français montre clairement le désengagement général pour les partis politiques et les syndicats[613].
Les jeunes adultes n'adhèrent pas à un syndicat ; Camille Dupuy explique que « *chez les moins de 35 ans, on compte 5% de jeunes travailleurs syndiqués alors que les moins de 25 ans n'en représentent que 2%, à comparer au taux moyen de syndicalisation qui est en France de 11%*[614] ». Une des explications est qu'ils sont précarisés dans leurs parcours professionnels. Toutefois, ils croient encore à l'action collective au sein de l'entreprise. Les jeunes ont des valeurs politiques qu'ils veulent défendre de manière individuelle et personnalisée, et ces valeurs s'expriment par le fait qu'ils refusent d'adhérer en bloc aux idéologies existantes, de remettre un chèque en blanc aux partis[615].
La préférence d'engagement des webspectateurs s'exprime davantage par des actions plus ponctuelles se déroulant grâce aux outils numériques (boycott, pétition, « like » ou partage de contenu) que par des actions plus concrètes qui nécessitent de sortir de chez soi et de se confronter aux autres, dans le sens de se positionner intellectuellement et physiquement. Il faut pourtant nuancer ces données, car leur implication dans une association ou la participation à une manifestation réunit plus de 30% des réponses. Même l'implication dans un collectif plus informel rassemble plus de 20% d'adhésion, ce qui est important, en comparaison à leur attachement aux partis politiques qui matérialisaient auparavant la force des actions collectives. Nous le verrons dans les entretiens, les mouvements « Friday For Future » et « Youth for Climate » ont été mentionnés lors des entretiens comme des collectifs très mobilisateurs.

Nous avons voulu savoir si des différences d'appréciation d'engagement significatives existaient du point de vue du genre. Le tableau N°130 montre peu de différences concernant les engagements numériques. En revanche, les femmes semblent légèrement plus sensibles à l'implication dans une association (+2,1%), la signature d'une pétition (+2,1%) ou même, dans la participation à une manifestation (+2,5%). Mais les deux groupes s'investissent davantage dans les actions numériques qu'à travers des actions dans le réel (12% versus 7%). Le numérique semble alors favoriser les actions directement accessibles par son environnement, à travers l'écran. En sortir demande une implication beaucoup plus lourde, pour laquelle il faut s'organiser et prendre un temps beaucoup plus important.

---

[612] MUXEL Anne, Avoir 20 ans en politique : les enfants du désenchantement, Seuil, 2010

[613] Baromètre DJEPVA sur la jeunesse, CREDOC, I. Aldeghi - N. Guisse - S. Hoibian - P. Jauneau-Cottet - C. Maes, Collection des rapports N°R332, juin 2016

[614] Extrait de l'interview de Camille Dupuy publié les 12/10/2017 dans me quotidien des représentants des personnels : https://www.actuel-ce.fr/content/les-jeunes-neprouvent-pas-de-defiance-legard-des-syndicats.

[615] BEROUD Sophie, DUPUY Camille, KAHMANN Marcus *et al.*, « Jeunes et engagements au travail. Une génération asyndicale ? », *Agora débats/jeunesses*, 2019/2 (N° 82), p. 7-25.

Figure 130 : Comparaison des choix d'engagement préférés selon le genre de répondants.

quelles formes d'engagement préférez-vous ?	Un homme		Une femme		Total	
	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%
La discussion avec votre entourage sur le sujet de votre engagement	859	20,20%	309	20,30%	1 169	76,90%
Le boycotte de produits ou services	707	16,60%	244	16,00%	951	62,50%
La signature de pétitions	524	12,30%	219	14,40%	743	48,80%
Le partage des vidéos	450	10,50%	156	10,30%	606	39,80%
Le Like ou le dislike	445	10,40%	129	8,50%	575	37,80%
L'implication dans une association	346	8,10%	155	10,20%	502	33,00%
La participation à une manifestation	315	7,40%	150	9,90%	465	30,60%
L'implication dans un collectif	239	5,60%	76	5,00%	315	20,70%
L'inscription à un parti ou mouvement politique	98	2,30%	16	1,10%	114	7,50%
Je ne préfère pas m'impliquer	98	2,30%	15	1,00%	113	7,40%
Inventer et écrire des slogans sur les murs	70	1,60%	21	1,40%	91	6,00%
L'inscription à un syndicat	69	1,60%	18	1,20%	87	5,70%
Autre type d'engagement	45	1,10%	13	0,80%	58	3,80%

Khi2=43,4 ddl=12 p=0,001 (Très significatif) V de Cramer=0,087 Sous-population : répondants de 15/35 ans Redressement sur l'age versus chiffre Youtube

	H	F
Moyenne d'implication des action dans le réel	6,69%	7,01%
Moyenne d'implication des actions virtuelles	12,45%	12,30%

Pour laisser la possibilité aux répondants de sortir du cadre des réponses proposées, une case ouverte leur permettait d'ajouter ou de préciser leur point de vue. 9% d'entre eux ont utilisé cette possibilité. Pour rendre compte de la diversité des possibilités d'actions engageantes, cet extrait représente une partie des propositions ayant récolté au moins trois participations. Si cela ne semble pas beaucoup, le fait que des individus aient écrit des propositions similaires dans un espace ouvert mérite d'être notifié :

- Créer un parti politique sous forme de RIC
- En tant qu'enseignante, agir et ne plus mentir à ses élèves. Les accompagnés dans leur réflexion avec des supports comme #DataGueule.
- Manifestations alternatives, comme les « cubes of truth »
- Actions non-violentes type ANV COP 21
- Financement de la production de l'information gratuite plutôt que modèles payants pour l'accès genre teepee
- Engagement financier

Ce qui ressort est la diversité de la notion d'engagement. Même si certaines actions demandent une implication importante (participer à une manifestation…), une multitude d'autres s'inspirent d'expériences individuelles et semblent indissociables d'une expérimentation. Cette notion a une portée à la fois critique et contributive[616]. Elle est souvent associée à une résistance, souvent politique, mais elle peut s'appliquer à une multitude de choix et d'actions personnelles. L'engagement est souvent conduit par une morale qui

[616] NICOLAS LE STRAT Pascal. « L'engagement à l'épreuve d'un « faire » », Vie sociale, vol. 27, no. 3, 2019, pp. 125-134.

refuse de contribuer à ce qui la heurte. Chacun, dans sa diversité, selon son histoire, pose des limites au-delà desquelles la passivité n'est plus possible. Et cette limite est directement liée à l'implication de la tâche à accomplir. Elle sera très basse pour liker une vidéo et beaucoup plus haute pour s'impliquer dans une association pour les migrants.

5.4 Lorsqu'une vidéo attise la manifestation

Enfin, une dernière question interrogeait les répondants sur leur participation à un rassemblement à la suite du visionnage d'une vidéo sur Internet. L'idée étant de chercher à voir si une vidéo peut être perçue par les webspectateurs de #DataGueule comme ayant un pouvoir d'entraînement pour une action qui nécessite un engagement fort hors des écrans.

Le résultat peut paraître de prime abord important. En effet, près de 19% des interrogés répondent par l'affirmative et 16,5% ne se sentent pas de répondre à cette proposition, se posant peut-être la question sans pouvoir y répondre catégoriquement (Fig.131).

Ce tableau montre aussi que la vidéo influence sensiblement plus les hommes à descendre dans la rue que les femmes.

Figure 131 : Comparaison par genre de celles ou ceux qui affirment avoir participé à une manifestation à la suite d'une vidéo.

Avez-vous déjà participé à des rassemblements à la suite d'une vidéo sur Interne	Un homme		Une femme		Total		
	Eff.	%C	Eff.	%	Eff.	%	%C
Non réponse	186	16,20%	65	4,2%	250	16,50%	16,50%
Non	743	65,00%	239	15,7%	983	64,60%	64,60%
Oui	215	18,80%	73	4,8%	288	18,90%	18,90%
Total	1 144	100,00%	377	24,8%	1 521	100,00%	100,00%

Sous-population : jeunes 15/35 ans, Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg = 1521 individus.

Il est vrai que le rapport entre le visionnage d'une vidéo, l'émotion et la participation à un mouvement de rue n'est pas toujours évident, bien que les révoltes suscitées après la mort de Nahel Merzouk à l'été 2023 montrent qu'une vidéo peut favoriser fortement une population[617]. Pour que cela puisse se produire, il faut que l'environnement social, l'historique et la subjectivité des individus aient été auparavant travaillés par des expériences que la vidéo pourra faire ressurgir. Pour autant, le fait que les répondants fassent le rapprochement entre le visionnage et l'action est intéressant.

Figure 132 : Comparaison par âge de ceux qui affirment avoir participé à une manifestation à la suite d'une vidéo.

	Non réponse		Non		Oui		Total	
15/18 ans	13	16,40%	56	69,10%	12	14,50%	80	100%
18/25 ans	115	15,20%	520	68,60%	123	16,20%	759	100%
26/35 ans	122	17,90%	407	59,70%	153	22,50%	682	100%
Total	250	16,50%	983	64,60%	288	18,90%	1 521	100%

Sous-population : jeunes 15/35 ans, Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg = 1521 individus.

[617] Wikipédia ; Émeutes consécutives à la mort de Nahel Merzouk, en ligne https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89meutes_cons%C3%A9cutives_%C3%A0_la_mort_de_Nahel_Merzouk

De même, l'âge influe sur la participation à une manifestation après le visionnage d'une vidéo. Il est plus difficile pour les mineurs, l'autorité parentale devant certainement freiner leur ardeur. Mais plus l'âge est important, plus l'autonomie et la manifestation prennent de réalité. 14,5% des participants ont moins de 18 tandis que 22,5% ont entre 26/35 ans (Fig.132).

Pour autant, il semble clair que ceux qui ont déjà participé à une manifestation ont une propension personnelle à le faire. 57% de ceux qui déclare affectionner manifester disent être déjà descendu dans la rue à la suite d'une vidéo. Pierre se définit comme engagé politiquement parce qu'il « *fait beaucoup de manifestations* ». C'est la raison pour laquelle il nomme la manifestation comme étant une forme d'engagement préféré, comme 30,6% des répondants. Ceci signifie clairement que pour ce groupe, la manifestation fait partie de sa culture politique et qu'il peut en user plus facilement que les autres.

Figure 133: Comparaison des choix d'actions préférées entre ceux qui ont participé à une manifestation et les autres webspectateurs

Ensemble des répondants		quelles formes d'engagement préférez-vous ?	Ont déjà participé à un rassemblement suite au visionnage d'une vidéo	
Eff.	%		Eff.	%
1 169	76,90%	La discussion avec votre entourage sur le sujet de votre engagement	236	82%
951	62,50%	Le boycotte de produits ou services	187	65%
465	30,60%	La participation à une manifestation	165	57%
743	48,80%	La signature de pétitions	176	61%
606	39,80%	Le partage des vidéos	139	48%
575	37,80%	Le Like ou le dislike	132	46%
502	33,00%	L'implication dans une association	113	39%
315	20,70%	L'implication dans un collectif	77	27%
91	6,00%	Inventer et écrire des slogans sur les murs	39	14%
114	7,50%	L'inscription à un parti ou mouvement politique	31	11%
87	5,70%	L'inscription à un syndicat	18	6%
58	3,80%	Autre type d'engagement	12	4%
113	7,40%	Je ne préfère pas m'impliquer	9	3%
1 521		total effectif	288	100%

Khi2=0,000 ddl=0 p=0,999 (Très significatif) Sous-population des 15/35 ans qui ont participé à un rassemblement suite au visionage d'une vidéo ; Redressement sur l'age versus chiffre Youtube

Cela peut venir de leur histoire sociale comme le souligne Anne Muxel, par loyauté familiale, ou par un militantisme construit en amont sur les luttes étudiantes antérieures[618]. En revanche, l'implication dans un syndicat ou un parti n'a que très peu d'influence sur la potentielle participation à une manifestation à la suite d'un visionnage (entre 6% et 11%). Si les formes historiques d'engagement politique rassemblent moins, elles ne parviennent pas non plus à mobiliser et déclencher une participation plus spontanée. Pour ce faire, il faut que les syndicats en soient les moteurs et qu'ils organisent l'évènement. S'ils se regroupent comme pour le mouvement des retraites, alors ils sont capables de mobiliser du monde.
À travers ces questions, nous avons pu identifier un groupe d'engagés actifs, que nous pourrons opposer à une population plus passive vis-à-vis des engagements citoyens ou politiques.

5.5 Entre les engagés impulsifs et les réticents, une majorité d'engagés réfléchis

Afin de distinguer des profils de comportements, nous avons procédé à une Analyse factorielle des correspondances (AFC) en prenant en compte la totalité des réponses de nos 1521 répondants. Trois catégories de répondants apparaissent alors : les engagés impulsifs, les engagés réfléchis et les réticents à l'engagement (Fig 134).

- Les premiers, **les engagés impulsifs** représentent **18,7%** des webspectateurs (285 individus). Ils sont légèrement plus jeunes avec une moyenne d'âge théorique de **24,2 ans**, comprenant une proportion de collégiens et lycéens plus nombreuse (**51%)** pour seulement **49%** de diplômés. Ils utilisent plus facilement les outils mis à disposition sur la plateforme pour liker, partager, commenter les épisodes de #DataGueule et signent plus facilement des pétitions en ligne. Ils lisent avec attention les commentaires des autres à **84,6**%, certainement pour renforcer leur avis encore un peu fragile. Pourtant, cet engagement numérique n'est pas en opposition avec un engagement plus réel ; ils sont plus nombreux à déclarer préférer l'adhésion à un parti politique et la participation à un collectif (34%versus 31% pour les engagés réfléchis), et, sont **28%** d'entre eux à déclarer avoir participé à une manifestation suite à une vidéo visionnée sur Internet (voir tableau en annexe).
  - À l'opposé de ce groupe, **les réticents à l'engagement** représentent **15,8%** des enquêtés (241 personnes). Leur moyenne d'âge théorique est de **25,1 ans**, comprenant une proportion de collégiens et lycéens de près de **34,4%** et de diplômés de **65,6%.** Ils utilisent très peu, voir jamais, le Like, le partage ou l'écriture de commentaires, mais pourtant, ils parcourent ce qu'écrivent des autres pour une grande majorité d'entre eux (**78,4**%). Ils sont donc intéressés par ce qui s'écrit sans que cela soit aussi nécessaire que pour les engagés impulsifs. Ce qui les caractérise le plus est leur manque d'engagement déclaré. Ce sont eux qui affirment le plus franchement ne jamais avoir manifesté à la suite du visionnage d'une vidéo pour **82,6**%.
  - Enfin, le groupe **des engagés réfléchis** est de loin le plus nombreux (**65,4**% de l'effectif global). Ces membres sont plus âgés de quelques mois, avec une moyenne d'âge théorique de **25,5 ans**. Ils sont près de **70%** à détenir un diplôme alors qu'il y a 30% de Collégiens ou lycéens. Ils sont près de **61%** d'actifs

[618] MUXEL Anne, « La politique dans la chaîne des générations. Quelle place et quelle transmission ? », *Revue de l'OFCE*, 2018/2 (N° 156), p. 29-41. DOI : 10.3917/reof.156.0029. URL : https://www.cairn.info/revue-de-l-ofce-2018-2-page-29.htm

(CSP+&CSP-). C'est le groupe qui lit et écrit le moins de commentaires, sans pour autant délaisser totalement les outils sociaux de YouTube. En revanche, c'est lui qui a le plus fort taux d'affinité avec les syndicats, d'implication dans une association, de boycott d'un produit et surtout qui met en avant la discussion avec leur entourage. Les épisodes de #DataGueule étant de très bons sujets de conversation et de débats entre amis ou collègues, ce groupe majoritaire intégré à la vie active semble s'intéresser au monde qui l'entoure et met en débat les grandes questions de société traitée par le programme.

➢

Figure 134 : Répartition en 3 groupes de webspectateurs en fonction de leur engagement

	Les engagés impulsifs		Les réticents		Les engagés réfléchis	
	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C
Quels types d'engagement préférez-vous ?		36,7%		18,3%		32,6%
Autre type d'engagement	20	7,0%	6	2,5%	31	3,1%
Je ne préfère pas m'impliquer	10	3,5%	71	29,5%	32	3,2%
L'inscription à un parti politique	26	9,1%	7	2,9%	81	8,1%
L'inscription à un syndicat	10	3,5%	3	1,2%	74	7,4%
L'implication dans un collectif	71	24,9%	13	5,4%	231	23,2%
L'implication dans une association	88	30,9%	40	16,6%	373	37,5%
La participation à une manifestation	100	35,1%	25	10,4%	340	34,2%
écrire des slogans sur les murs	40	14,0%	2	0,8%	49	4,9%
La discussion avec votre entourage	209	73,3%	123	51,0%	836	84,0%
Le boycotte de produits ou services	183	64,2%	106	44,0%	662	66,5%
La signature de pétitions	176	61,8%	70	29,0%	497	49,9%
Le partage des vidéos	156	54,7%	55	22,8%	394	39,6%
Le Like ou le dislike	175	61,4%	80	33,2%	320	32,2%
Lisez-vous les commentaires des autres		*45,1%*		*58,7%*		*38,5%*
Non, ca ne m'intéresse pas	119	41,8%	4	1,7%	229	23,0%
Oui, ça m'arrive d'en lire quelques uns	16	5,6%	189	78,4%	716	72,0%
Oui, je les lis avec attention	241	84,6%	94	39,0%	50	5,0%
Avez-vous commenté une vidéo		*40,5%*		*3,7%*		*3,6%*
Oui, très souvent	31	10,9%	2	0,8%	0	0,0%
Parfois	200	70,2%	16	6,6%	72	7,2%
Jamais	54	18,9%	226	93,8%	923	92,8%
Avez-vous déjà liké Datagueule ?		*48,8%*		*23,9%*		*35,7%*
Non, jamais	7	2,5%	126	52,3%	285	28,6%
Oui, souvent	259	90,9%	69	28,6%	489	49,1%
Oui, une fois	19	6,7%	46	19,1%	221	22,2%
Avez-vous déjà disliké Datagueule ?		*9,6%*		*2,7%*		*1,2%*
Non, jamais	230	80,7%	228	94,6%	971	97,6%
Oui, régulièrement	2	0,7%	4	1,7%	1	0,1%
Oui, de temps en temps	53	18,6%	9	3,7%	23	2,3%
Avez-vous déjà Partagé Datagueule ?		*35,8%*		*8,7%*		*26,7%*
Non, jamais	80	28,1%	199	82,6%	463	46,5%
Oui, régulièrement	117	41,1%	8	3,3%	255	25,6%
Oui, une fois	87	30,5%	34	14,1%	277	27,8%
Effectifs	285	18,7%	241	15,8%	995	65,4%
Indice moyen d'engamement	**41,4**		**18,5**		**28**	
moyenne d'âge	24,2 ans		25,1 ans		25,5 ans	

Sous-population : jeunes 15/35 ans, Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg = 1521 individus.

Un indice moyen d'engagement a été calculé en prenant en compte toutes les actions déclarées. Pour distinguer la fréquence des engagements, nous avons multiplié par deux les actions faites régulièrement plutôt que seulement de temps en temps. Cette méthode permet de révéler un indice moyen d'engagement de **41,4** points pour les engagés impulsifs, de **28** pour les engagés réfléchis et de **19,5** pour les réticents. Ces chiffres montrent ainsi les écarts d'implication de chaque groupe.

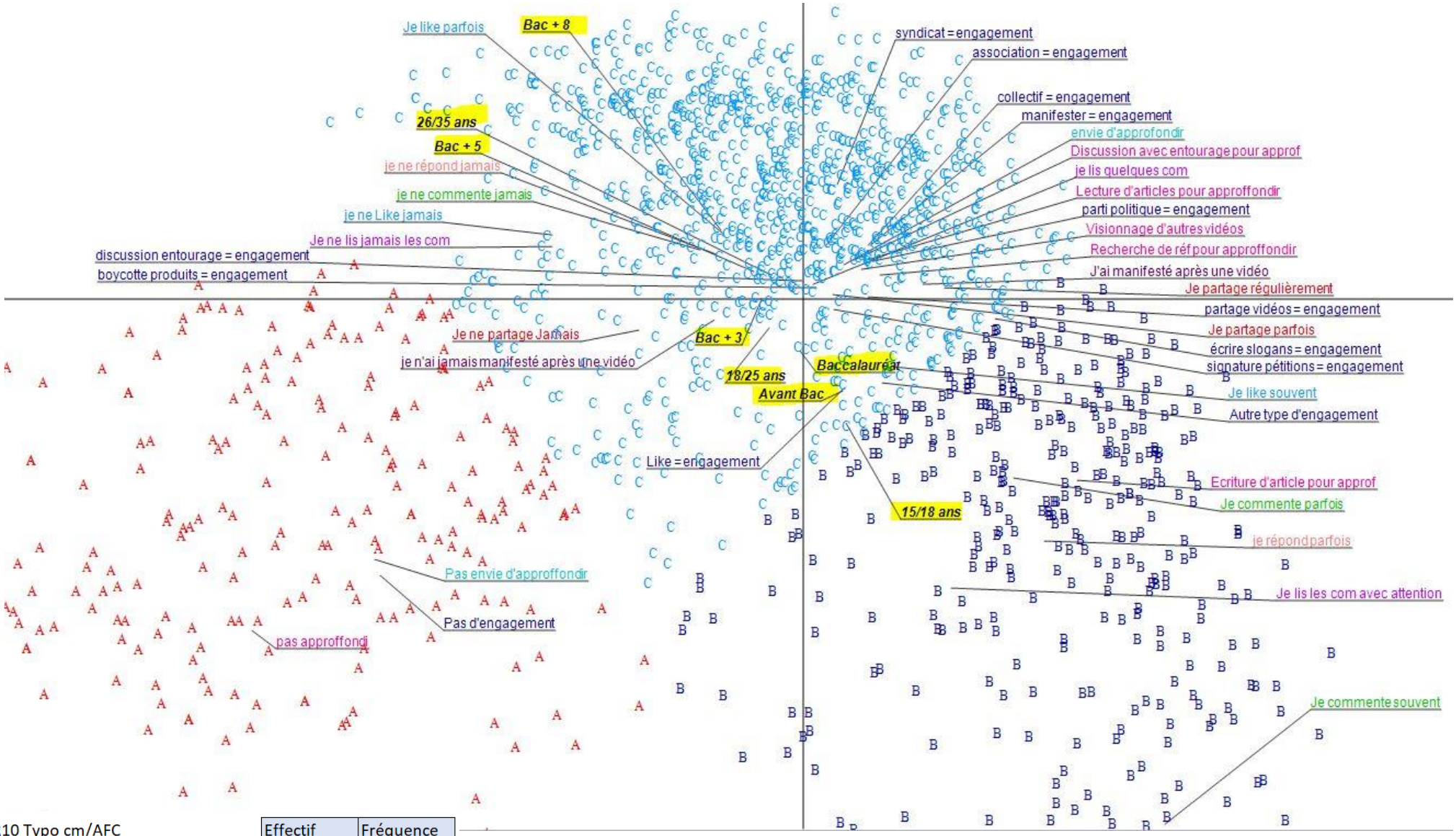
Afin de visualiser statistiquement l'ensemble des répondants, l'Analyse factorielle de Correspondances est un outil appréciable. Le tableau de données est considéré comme un nuage de points dans un espace mathématique ayant autant de dimensions qu'il y a de colonnes dans le tableau de données ; celles-ci se projettent sur des axes ou des plans appelés factoriels, de façon que l'on puisse en visualiser et rechercher globalement des corrélations en fonction de la forme. La spécificité de l'AFC est qu'elle considère en même temps un nuage de point représentant les lignes (individus) et un autre représentant les colonnes (variables). Chaque individu est positionné suivant l'ensemble de ses variables, et il lui est attribué des coordonnées décrivant et hiérarchisant les relations statistiques qui peuvent exister entre des individus placés en ligne et des variables placées en colonnes dans un tableau rectangulaire de données. Ces caractéristiques sont résumées dans le tableau placé en annexe VI.

L'AFC de nos répondants est claire et fait apparaître deux groupes positionnés autour un groupe central, constitué par les **engagés réfléchis**. Ce groupe est compact, c'est-à-dire que ses similitudes d'engagement sont fortes et qu'il aura tendance à agir de concert en cas de mise en mouvement. Les profils sont plus homogènes et ils sont beaucoup plus nombreux. Ils ont donc la capacité de peser dans le débat public si tous se mettent en mouvement simultanément. S'ils étaient conscients d'eux-mêmes, ils pourraient orienter les politiques publiques par leurs votes. Toutefois, ils ont besoin d'analyser la situation avant de s'impliquer plus avant. Et mesurer les risques peut aussi les freiner. La question de l'information est donc cruciale pour eux. Ils ont besoin d'être informés le plus précisément possible afin de pouvoir se faire leur avis et agir. Les médias ont donc un rôle important pour traiter les questions dans toutes leurs complexités. De même, les violences policières médiatisées auront tendance à les freiner. Ici, le rôle de #DataGueule et des autres médias alternatifs est essentiel pour proposer une analyse sociétale que les médias mainstreams auront tendance à ne pas traiter.

Les plus **impulsifs** peuvent être les moteurs des actions collectives. Prenant l'initiative, c'est eux qui vont entrainer les autres au risque de leur faire peur. Car contrairement aux réfléchis, leurs profils sont beaucoup plus disparates. L'AFC les positionne sur un espace plus vaste alors qu'ils représentent moins de 20% des répondants, ce qui révèle des tempéraments plus individuels. On pourrait les définir comme la minorité agissante, celle qui n'a pas peur de prendre des risques et qui a un niveau de tolérance morale très faible. C'est eux qui peuvent se retrouver impliqués dans les mouvements subpolitiques tels que *Youth for Climate*, le black bloc ou les ZAD.

Le groupe des **réticents** est le pendant de celui des impulsifs, son opposé, mais ceux qui le constituent sont encore plus disparates du point de vue de leur participation. Eux aussi sont situés dans un grand espace alors qu'ils représentent le plus petit groupe. Pour des raisons très différentes, ils ne souhaitent pas s'engager, ou ne croient pas à la possibilité de changer les choses par des actions concrètes.

Figure 136 : Analyse factorielle des correspondances des types d'engagements



46R10 Typo cm/AFC	Effectif	Fréquence
Type A : Les réticents	241	15,80%
Type B : Les engagés impulsifs	285	18,70%
Type C : Les engagés réfléchis	995	65,40%
Total	1521	100%

Sous-population : jeunes 15/35 ans, Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg = 1521 individus.

Si nous nous intéressons particulièrement à la chaine #DataGueule, le sujet des engagements provoqués par une vidéo est forcément plus large en termes de contenus. Les webspectateurs ne se contentent jamais d'une seule chaine YouTube, leur référentiel est forcément plus large et inclut des vidéos d'autres chaines. Il nous faut les prendre en compte[619]. Pour autant, les webspectateurs de #DataGueule paraissent structurés autour d'un pôle d'individus stables et réfléchis. C'est un élément important qui se retrouvera dans le ton des échanges des commentaires que nous analyserons dans le prochain chapitre. Ils semblent ressembler aux auteurs dans leur volonté de comprendre la complexité du monde et de mettre en commun leurs réflexions, sans tenter de les imposer aux autres.

5.6 Définir l'implication individuelle des engagements

Si nous avons défini la notion d'engagement à travers le travail de Robert-Vincent Joule et du poids de l'acte pour la personne qui l'exécute, il nous semble important d'en distinguer les formes et les répercussions afin d'en graduer l'implication individuelle.

Comme nous l'avons vu dans l'enquête, l'engagement peut prendre une multitude de formes. Du simple like, à la participation à des actions publiques ponctuelles ou sur le long terme, c'est son intensité qui variera.
Si nous avons mesuré les préférences de types d'engagement auprès du public de #DataGueule, se pose maintenant la question de savoir mesurer l'implication nécessaire pour effectuer une action potentiellement engageante.
S'engage-t-on avec la même intensité en likant une vidéo, en votant, ou en participant à une manifestation ? Bien sûr, le ressenti sera dépendant de l'histoire de chacun, de sa personnalité et de ses sensibilités. Mais chercher à capter une perception collective nous aidera à définir une image macroscopique de l'engagement de jeunes adultes grâce à YouTube.
Nous avons vu que la discussion avec ses proches était plébiscitée par près de 77% des enquêtés, tandis que l'inscription à un syndicat en mobilisait seulement 5,7%. Or, la préférence pour certains engagements et l'implication réelle indispensable pour les réaliser n'ont rien à voir. C'est pourquoi il nous est apparu essentiel de tenter de mesurer cette implication sur une série d'engagements auprès de personnes extérieures à l'environnement #DataGueule. Car si les enquêtés font partie d'un écosystème médiatique spécifique (c'est-à-dire qu'ils partagent le même attrait pour les vidéos #DataGueule), ils n'en sont pas moins des citoyens évoluant dans un environnement beaucoup plus large.

Nous avons donc élaboré une nouvelle enquête pour tenter de mesure l'indice d'engagement d'une série d'action dont la majorité a déjà été citée plus haut. Pour la réaliser, nous avons posté des annonces sur les réseaux socionumériques, fait jouer nos cercles concentriques de connaissances afin d'élargir le plus possible la visibilité du questionnaire et accroitre le nombre de répondants. Grâce à ce travail, nous avons pu recueillir le point de vue de 327 personnes extérieures à la première enquête. Ces personnes ont répondu en ligne à un sondage sur la plateforme framaforms.org, du 6 mars au 4 juin 2020. Hommes et femmes de 15 à 46 ans et plus, ils et elles devaient noter 26 actions potentiellement engageantes sur une échelle de 1 à 10 sur la

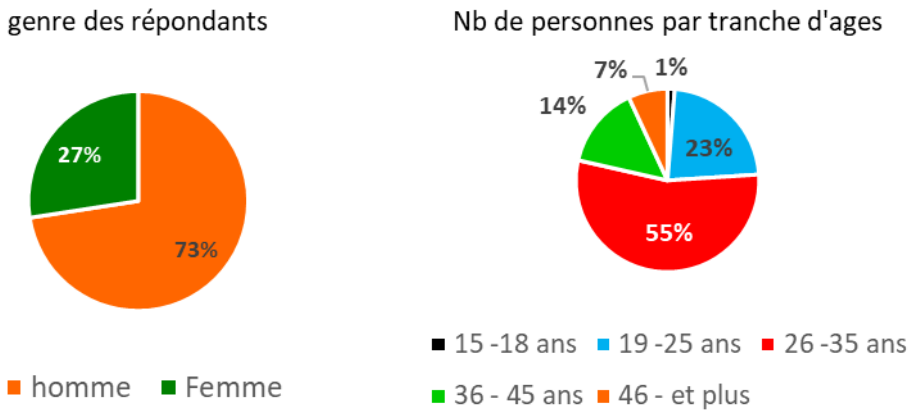
[619] Voir annexe 6 pour AFC spécifique à quelques questions isolées

base de leur ressenti personnel. 1 étant une action à faible impact, quand 10 indique que l'action implique fortement la personne la réalisant.

Cette enquête supplémentaire a plus valeur de test et mériterait d'être effectuée sur un échantillon beaucoup plus large. Mais nous pensons que ces résultats sont intéressants et qu'ils viendront enrichir la définition de l'engagement en attribuant à une série d'actions une note d'implication. Ce questionnaire n'est qu'une base de réflexion et devrait être mené à plus grande échelle.

Ici, la surreprésentation des hommes pourrait sembler biaiser les résultats (73%/27%). Cependant, en les comparant selon le genre, nous constatons que les femmes surévaluent légèrement leurs notations (+0.2 environ), mais que l'ordre des engagements ne diffère pas.

Figure 137 : % de genre et répartition d'âge des enquêtés



En revanche, l'appréciation des engagements peut différer selon la tranche d'âges dans laquelle se retrouvent les répondants.es. Toutefois, le faible nombre de jeunes des 15/18 ans biaise les résultats et empêche d'interpréter ces écarts. Nous nous contenterons par conséquent de la moyenne des notations afin d'établir une gradation qui suive l'implication exprimée de chacune des actions proposées. En effet, 78% des répondants ont entre 18 et 35 ans, cible de notre recherche autour des jeunes adultes.

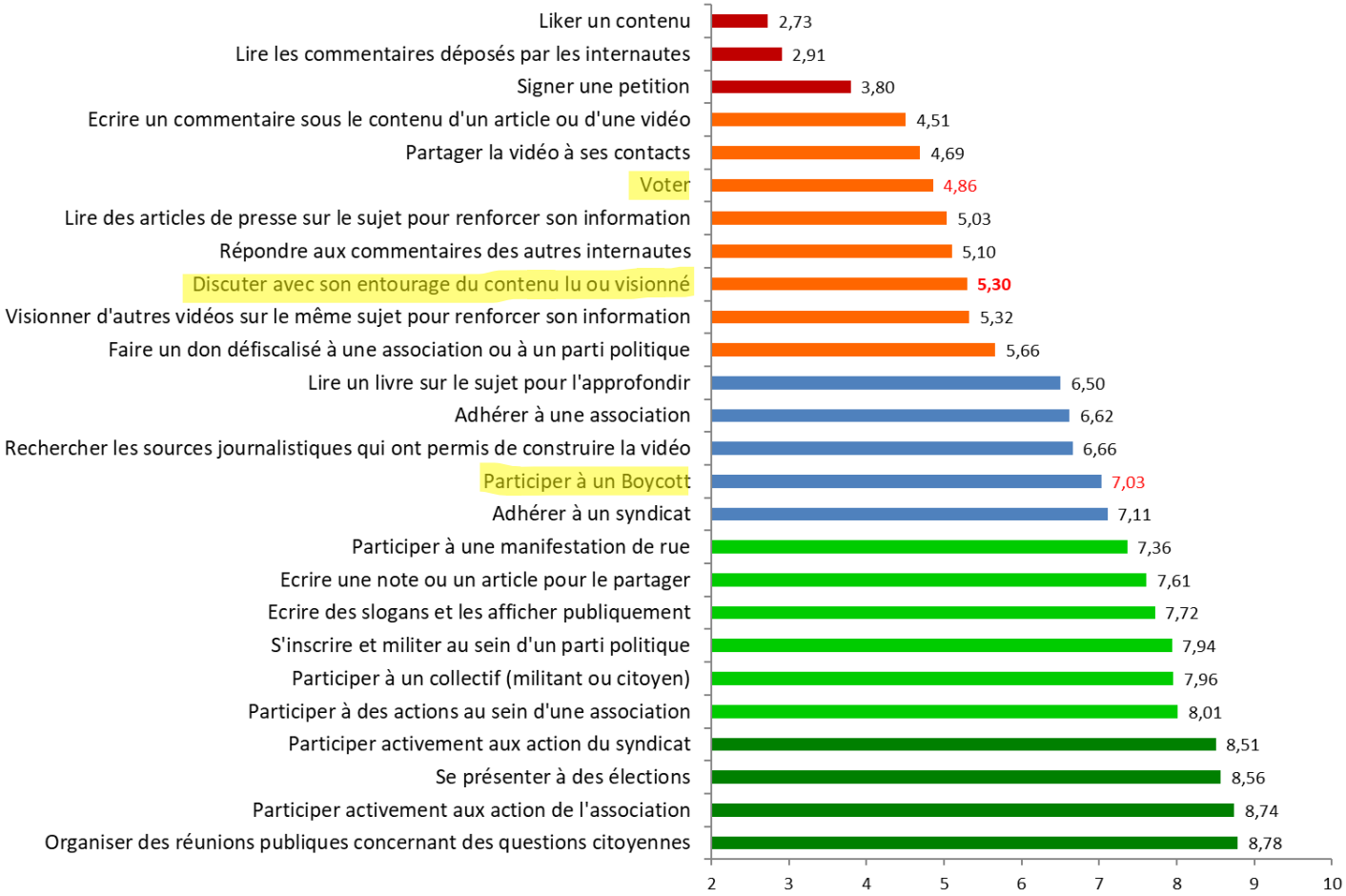
Confirmant notre intuition, le fait de liker un contenu est l'action qui semble le moins solliciter d'engagement (2,73/10). Effectivement, même si cette action peut revêtir du sens pour ceux qui l'exécutent (comme Matéo et Clément qui affirment souvent liker pour influer sur l'algorithme et booster la vidéo), cliquer sur un « bouton » ne présente pas de difficulté. Pourtant, près de 40% des webspectateurs de #DataGueule déclaraient apprécier ce type d'engagement. Le décalage est fort. Cliquer sur le bouton like donne l'impression aux utilisateurs de conduire l'algorithme, de l'orienter. Il s'agit là d'une encapacitation de l'utilisateur, qu'il apprécie pour ce qu'elle est.

Voter est placé en 21e position, confirmant que chez les jeunes, cet acte n'est plus considéré comme un devoir. On peut interpréter ce résultat comme un « à quoi bon voter » qui se généralise d'élection en élection. Si voter est un devoir, cette action ne semble pas impliquer l'individu qui l'exerce et cette action est une sorte de formalité (Fig.138).

La discussion avec les proches, alors qu'elle remportait les suffrages dans la première enquête avec près de 77% de préférence, ne récolte ici qu'une faible note de 5,3/10, à la 18e place.

En revanche, participer à un boycott était apprécié par 62,5% des webspectateurs de #DataGueule ; il obtient ici une note de 7/10. On perçoit dans cet alignement, la prise de conscience du consommateur vis-à-vis de son pouvoir auprès des marques. Flore Traumann donne l'exemple d'un boycott réussi contre Danone suite à des licenciements en 2001. Elle explique que *« l'action par la consommation est alors moins utilisée pour la défense de causes, que comme mise à distance de la société de consommation elle-même »*[620]. Le boycott met en avant la question du choix et du pouvoir de l'individu. Mais cela implique de faire des choix dans sa vie quotidienne, dont certains peuvent être contraignants. C'est certainement la raison qui le place 12e position.

Figure 138 : Moyenne des notes sur 10, exprimées selon une série d'actions potentiellement engageantes.



Les actions qui paraissent le plus exigeantes en termes d'engagement sont celles qui exposent et prennent du temps confirmant les conclusions de Robert-Vincent Joule. Elles impliquent des actions *in situ*, dans des collectifs formels ou informels dans lesquelles les individus s'exposent physiquement. Organiser des réunions publiques, participer activement aux actions d'une association ou d'un syndicat, etc… ne se situe pas dans le monde virtuel du numérique, mais bien dans la réalité physique, celle où le corps entier est sollicité, en prenant du temps. Alors que visionner des vidéos, faire un don défiscalisé ou répondre aux commentaires

[620] TRAUTMANN, Flore. « Pourquoi boycotter ? Logique collective et expressions individuelles : analyse de systèmes de représentations à partir du cas Danone », *Le Mouvement Social*, vol. nº 207, no. 2, 2004, pp. 39-55.

sur une plateforme… se fait derrière un écran, ne mobilisant qu'une faible proportion physique. Ces actions se retrouvent avec de faibles scores. Même si elles restent des engagements dans l'esprit des webspectateurs de #DataGueule, il faut donc relativiser le poids de ces interventions. Pourtant elles peuvent avoir une utilité en termes d'initiation, d'enseignement et de pratiques citoyennes.

Les résultats de ce sondage viennent éclairer ceux de l'enquête. En effet, si les types d'engagements les plus impliquant ont été désignés comme ceux les moins appréciés par les webspectateurs, c'est peut-être justement qu'ils impliquent une forte mobilisation individuelle, qu'ils prennent du temps et qu'ils exposent les individus face aux groupes.
C'est peut-être la limite de la vidéo, pour laquelle l'écran à un caractère ambigu. Autant il donne à voir comme une sorte de fenêtre ouverte sur le monde réel, autant il ne lui donne pas un accès direct et immédiat. YouTube aurait aussi une position contradictoire de faire connaitre, de satisfaire la curiosité, d'apporter du savoir et de la connaissance, mais au risque d'hypnotiser son utilisateur par la lumière de ses images, afin de la faire rester le plus longtemps sous son emprise. Une contradiction indépassable que les télévisions historiques ont vécu avant elle.
C'est aux webspectateurs qu'il revient de se détacher de l'écran quand il faut passer à une action plus physiquement impliquante. C'est une des questions que nous nous posons vis-à-vis des vidéos, à savoir si leur visionnage peut favoriser ces actions et dans quelle mesure ce processus favorise l'encapacitation politique ou subpolitique des jeunes adultes ? Pour cela, il faut les rencontrer.

5.7 Des entretiens pour préciser les pratiques d'engagement des webspectateurs de #DataGueule

Si nous avons commencé à évoquer les entretiens qualitatifs à travers quelques verbatims (il venant enrichir les données de l'enquête sur les pratiques d'engagement des webspectateurs de #DataGueule), nous allons maintenant analyser de façon systématique leur contenu.
À la fin du questionnaire, les répondants avaient la possibilité de laisser leurs coordonnées pour prolonger la réflexion par une discussion en face à face. Près d'un tiers se proposaient de le faire (529) en laissant leur mail pour les recontacter. Parmi eux, nous en avons rencontré 23.
Ces 23 entretiens qualitatifs donnent corps aux lettres **A**, **B** et **C** indiquées sur la représentation graphique de l'AFC de la page 276. Derrière chacune d'elles se cache en effet un individu, avec son histoire, son environnement proche, une trajectoire qui lui sont propres. Faire émerger leur parole permet d'appréhender plus finement les rouages de leur pensée et de leurs actions.
La typologie des répondants nous permet de documenter l'ensemble de ces trois classes d'engagement. Ils et elles ont entre 17 et 28 ans avec une moyenne d'âge légèrement supérieure à 22 ans. Ils sont différemment diplômés, mais la plupart ont fait des études supérieures ou sont en train de les faire. Ils appartiennent à des catégories socioculturelles variées qui les placent sur l'ensemble de l'échelle sociale. Leurs profils semblent représentatifs de notre échantillon d'enquête bien qu'il soit difficile de le résumer avec 23 personnes (Fig.139)

Figure 139 : Tableau de profils des répondants

Nom	age	Ville	activité	Niveau d'études	CSP	affinité politique des familles	affiliation politique des répondants	intérêt pour la politique
Alban	25	Juvisy/Orge	Etudiant ingénieur	Bac+4	CSP-	PS	LERM	3
Benoit	28	Puy en Velay	ingénieur	Bac+5 ingénieur	Classe moyenne	RPR / PS	LFI / NUPES	2
Camille	28	Lyon	en reprise d'un master philosophie	Ingénieur + doctorat	CSP+	PS	EELV / NUPES	4
Clément	20	Strasbourg	Etudiant	Bac+3	CSP+	MODEM	NPA / NUPES	5
Elias	17	Perpignan	étudiant	Bac+1	CSP++	PS	PS mais pas voté	5
Emmanuel	20	Aujourd'hui à Paris après	étudiant	Bac +3	CSP+	MODEM	EELV / NUPES	5
Fahra	20	Montfermeil	Etudiante	Bac+2	CSP-	PS	Apolitique	1
François	28	Paris	Instituteur	Bac +7	CSP++		NPA / NUPES	5
Gaelle	26	Juvisy/Orge	Employée	Bac+3	Classe ouvrière	RN	EELV / NUPES	3
Gaston	17	Grenoble	Etudiant	Bac pro	Classe moyenne	EELV	EELV mais pas voté	3
Ghislain	18	Sèvre	étudiant	Licence droit	CSP+	LR	PS mais pas voté	4
Guillaume	20	Chatenay Malabry	étudiant	Bac+2	CSP-	LERM	le ♥ à gauche, la tête à droite	4 local et -5 national
Leillie	18	Melin	Etudiante	Bac+2	CSP+	PS/Ecolo	EELV mais pas voté	4
Loic	27	Antony	recherche travail	Bac+5	CSP+	LR / LERM	PS /MODEM	4
Matéo	17	Lilles	étudiant	Bac	CSP+	LR	Apolitique	2
Pierre	23	Paris	Se prépare à migrer en Australie	bac	CSP++	LERM	LFI / NUPES	5
Raphael	16	Landes	étudiant	terminale	CSP+	PS	PS mais pas voté	5
Rita	17	Marseilles	étudiante	terminale	Classe moyenne	PC	PS mais pas voté	4
Romain	20	Quiperlé	étudiant	Bac+2	4	LR / EELV	NPA / NUPES	4,5
Théophile	26	Paris	Juriste	Bac+5	CSP+	PS/Ecolo	LFI / NUPES	2
Thomas	30	Dole	chômage	pas de bac	CSP-	PS / LR	RN royaliste pas raciste	0
Vincent	29	Bois d'Arcy	developpement web	Bac+2	CSP-	LR / RN	NPA versus Soral pas voté	5
Violette	22	Alsace	étudiante	Bac+2	CSP-	LFI	NPA / NUPES	5

D'un point de vue politique, nous les avons interrogés sur leur environnement politique familial afin de mesurer s'il y avait une évolution ou une reproduction idéologique. Alors que leurs parents ont des affinités politiques plutôt de centre droit (PS-MODEM, LREM), les répondants ont des sensibilités plus sociales et écologistes marquées sensiblement plus à gauche (NPA, LFI, EELV, PS-NUPES), mis à part 2 se situant en dehors du champ politique et plus proche du RN ainsi qu'une personne se situant à droite (LREM). Il y a un glissement politique vers la gauche qui peut s'expliquer par la jeunesse des enquêtés. Confirmant les

résultats des élections législatives 2022 d'une majorité des 18/34 ans votant Mélenchon au 1er tour des élections présidentielles de 2022 (36%)[621] ou de la Nupes (38%).
Il faut noter leur fort intérêt pour la chose politique. Les enquêtés devaient le définir sur une échelle de -5 (rejet total) à 5 (très fort intérêt). Seul un d'entre eux rejette le système en place et exprime une forte défiance tout en se revendiquant « *royaliste identitaire, mais pas raciste* ». 14 d'entre eux (60%) se déclarent très intéressés par les questions politiques (entre 4 et 5) tandis que 5 se situent dans la fourchette basse de -1 à 2 (20%). Si l'on considère que #DataGueule traite de questions sociales et politiques, on retrouve le même élan chez les webspectateurs.
Les 23 entretiens se sont déroulés entre janvier et mai 2020, pour un tiers en face à face tandis que les autres ont été menés en distanciel. D'une durée d'une heure trente environ, tous ont été enregistrés et retranscrits avant d'être analysés à l'aide du logiciel MaxQDA.

Les questions que nous avons tenté d'approfondir suivent le déroulé de cette thèse. Dans un premier temps, nous avons voulu chercher dans la réalité des enquêtés les implications des réflexions d'Ulrich Beck sur la société du risque et de la modernité réflexive. Nous avons voulu évaluer leur rapport aux livres et à la lecture pour le comparer aux pratiques informationnelles soutenues pas les vidéos. Puis nous avons exploré leurs usages à l'intérieur de la plateforme YouTube (ses outils d'interaction, ses algorithmes) en nous focalisant ensuite sur le programme #DataGueule (leur perception des sujets, de leur traitement…). Pour finir, nous avons questionné ces webspectateurs sur leurs engagements et l'influence que des vidéos peuvent avoir sur leurs actions.

5.7.1 La perception d'un risque réel

Ce qui frappe chez les enquêtés est la conscience aiguë des risques que l'avenir leur réserve, confirmant la thèse d'Ulrich Beck. Une minorité pense que « *ça commence à se débloquer* », et conserve sa confiance dans les solutions que les humains trouveront pour éviter le pire. Le développement durable et l'adaptation étant les arguments de leur optimisme relatif.
Pourtant, les risques qu'ils énoncent sont nombreux, en majorités environnementaux, liés au réchauffement climatique et à la perte de la biodiversité. Mais leurs conséquences sont pléthore : risques sociaux dus aux inégalités territoriales et de revenus, pouvant engendrer une guerre civile, baisse des services publics, hôpitaux inopérants, flux migratoires, guerre nucléaire mondiale, le tout teinté d'inaction politique et d'une dérive autoritaire… « *Dans 20 ans, beaucoup de personnes mourront à cause de l'effondrement de nos sociétés* », prédit Vincent, 29 ans, qui vit encore chez ses parents suite à une maladie qui lui a fait arrêter ses études en licence. « *Le monde sera écroulé* » renchérit Romain, 20 ans, dont la famille est plutôt favorisée et vit en Bretagne. L'effet extrême étant incarné par Clément qui est « *sujet à de l'éco anxiété et en ce moment, hospitalisé pour dépression* », mais dont l'action lui sert d'antidote. « S*i moi j'agis avec mon anxiété, et bien il y aura d'autres personnes qui agiront* » optimise-t-il.

[621] Injep : Le vote et l'abstention des jeunes au prisme de leurs valeurs et de leur situation sociale

Certains s'interrogent aussi sur leur situation professionnelle. Ghislain pose *« la question du travail qui est le risque majeur* ». Au diapason, Pierre aborde la question de l'investissement individuel pour faire de bonnes études et pense que « *c'est assez flippant et assez risqué* » de s'endetter pour cela, car les remboursements pèseront lourdement, dans un contexte où le travail bien rémunéré se raréfie. Tandis que Camille, qui a fait les études les plus longues, tente de bifurquer de sa trajectoire technophile. Après un diplôme d'ingénieur, puis une thèse en physique optique, elle reprend un master en philosophie des sciences pour redonner du sens à sa vie. *« Ne pas trouver de sens à ce que je faisais et le risque de me sentir mal, […] je ressens un devoir moral de me bouger pour l'urgence écologique ».* Le risque est ici associé à un désir d'action permettant de trouver un équilibre personnel.

Les risques ne sont pas ressentis également par chacun, mais plus de la moitié avoue avoir peur de l'avenir, dont la moitié redoute de grandes difficultés pour les autres, moins favorisés qu'eux. « *Je me fais vraiment beaucoup plus de souci pour les classes populaires* » déclare Romain, 20 ans né dans une famille plutôt aisée. Les inégalités sont un facteur aggravant. *« Cette idée du "social et de l'écologie, même combat", moi ça me touche particulièrement »* prolonge François. Rita se sent aussi plus protégée personnellement. Pourtant, cette appréhension « *serait plus quelque chose de global et de collectif.* […] *Je ne m'inquiète pas tellement pour moi en fait. C'est plus pour les gens* ». Romain est plus pessimiste malgré son environnement social favorisé. Il se voit directement impacté : « *ce n'est pas nos enfants, c'est carrément nous. En fait, nous, on ne pourra pas vivre !* ».

La question locale du risque est également évoquée à travers la culture. Pour Guillaume, la perte de la biodiversité est aussi culturelle. Originaire du sud-ouest, il regrette la disparition de toutes les composantes régionales « *Mes enfants, je ne pourrais pas leur transmettre cette culture, qui porte beaucoup de valeurs* ». C'est un fondement anthropologique qui semble se déliter. Théophile énonce même l'idée de ne pas faire d'enfant pour « *ne pas voir mon gamin qui va mourir dans mes bras avant l'âge de dix ans* », quand Guillaume admet que le réchauffement climatique « me *fait peur pour mes enfants* ». François se pose le même dilemme : « *Avec mon frère, on a beaucoup d'inquiétudes pour le futur de nos familles et d'ailleurs on a pour l'instant qu'un seul enfant. On hésite beaucoup à cause de ça, c'est une préoccupation grave* ». Ces affirmations sont sérieuses dans un contexte de baisse de la natalité européenne.

Sur la notion de collapsologie, médiatisée par Pablo Servigne et son livre *Comment tout peut s'effondrer*[622], les répondants n'adhèrent pas nécessairement à la thèse d'un effondrement général. Camille « *ne met pas forcément une très grande probabilité à ce que tout s'effondre d'un coup comme ça* ». Violette se sent « *dubitative […] la notion même d'effondrement me semble toujours un peu étrange. On peut imaginer juste d'aller vers une autre société, ce ne serait pas un effondrement, ce serait une transition* ». Pierre « *a l'impression que c'est un peu une prophétie qui va arriver, mais qu'il y a des solutions* ». Alban « *ne pense pas que ce soit la bonne méthode de faire peur aux gens. Créer la peur, c'est créer la haine* ». François a une lecture plus critique et stratégique du concept de collapsologie. « *L'idée du local, de l'embryon qui grossit en plein de petites zones indépendantes, ça se fait écrabouiller par le capitalisme et surtout ça incite les gens à*

[622] SERVIGNE Pablo, STEVENS, Raphaël, Comment tout peut s'effondrer, Petit manuel de collapsologie à l'usage des générations, Le Seuil, 2015

se regrouper sur eux-mêmes alors qu'on a besoin d'une action collective ». Il évoque ainsi le mouvement survivaliste qui se prépare à un affrontement de tous contre tous.
C'est la temporalité du phénomène qui laisse perplexe. Emmanuel évoque l'histoire de l'Empire romain et d'une « *histoire qui se répète* » alors qu'Elias « *ne croit pas à l'effondrement de la société. C'est plutôt un phénomène lent, qui surviendra après ma mort* », mais précise que « *si ça doit arriver, ce sera plutôt avec une guerre ou une épidémie très rapide* ». Pour Leillie, 18 ans, la notion d'effondrement « *c'est lourd à porter. Il n'y a pas besoin de penser que tout est fini pour agir et pour changer les choses* ». Parce que pour tous, si ce risque maximal est incertain, transformer la société semble une nécessité.

Sur les engagements politiques, la question des institutions traditionnelles telles que les partis ou les syndicats est évoquée. Seulement deux personnes interrogées se sont rapprochées d'un syndicat ou d'un parti : Emmanuel a tenté de militer auprès de Benoit Hamon pendant les présidentielles. « *Malheureusement, le truc des actions militantes, c'est surtout du recrutement. L'impact est nul* ». Il continue aujourd'hui, car il aimerait bien « *bosser dans le milieu* [*politique*] », et profite de certaines réunions pour approfondir ses connaissances. Maitriser son sujet est une préoccupation.
Dans un autre domaine, François, aujourd'hui instituteur à Paris, a pris des fonctions syndicales au sein de Force Ouvrière. Très investi, il est de tous les mouvements sociaux. *« J'ai préparé une séquence sur le réchauffement climatique et je l'ai envoyée à ma circonscription pour qu'elle le partage auprès des écoles et collèges du coin* ». Pour lui, cet engagement est ressenti comme « *une corvée nécessaire qui appelle en moi beaucoup de passions, de compassions et de colère* », qu'il tente d'apaiser en jouant de la Viole de gambe.

Quatre autres ont choisi des mouvements subpolitiques pour s'engager pour le climat. Des mouvements souvent auto organisés et de gestion horizontale. Clément est devenu un militant climat très actif au sein de Sciences Po Paris. Tout a commencé par un rassemblement autour de Greta Thunberg qui lui a donné envie de creuser le sujet. La révélation des problèmes actuels a précipité son anxiété, mais ses actions auprès *d'Extinction Rébellion* l'aident à surmonter sa colère. *« Je suis formé aux blocages et je me mets juste derrière les black blocs ».* Il s'est présenté en 2020 sur la liste « Strasbourg anticapitaliste et révolutionnaire » sans avoir obtenu de mandat. *« Je suis partisan de plus de démocratie locale, d'autogestion, d'une totale autre manière de vivre, mais je suis aussi très internationaliste, dans le sens où je pense que c'est un problème mondial »* déclare-t-il en forme de programme. La frontière entre la politique institutionnelle et les mouvements ou actions subpolitiques est moins étanche qu'il n'y parait.
Gaston est un exemple de jeune particulièrement engagé, militant dans le mouvement *Friday for climate* et *Extinction rébellion* à Grenoble. Il est ce que Geoffrey Pleyers nomme les alter-activiste[623]. Il a regardé les valeurs dans la *charte de Grenoble*[624], dans laquelle l'autogestion, l'horizontalité, l'équité, l'anticapitalisme et l'antilibéralisme sont les principes socles pour réduire la croissance dans un esprit de solidarité. Les vidéos sur la collaspologie l'ont *« motivé à me bouger* ». Lui qui souffre d'un spectre autistique assure que « la disparition des humains ne lui fait rien, *« l'important est de sauver les espèces qui n'ont pas provoqué le*

[623] PLEYERS Geoffrey,« Engagement et relation à soi chez les jeunes alteractivistes ", Agora débats/jeunesses 2016/1 (N° 72), p. 107-122.
[624] Charte de Grenoble Youth for climate. En ligne https://youthforclimate.fr/qui-sommes-nous/charte-de-grenoble/

désastre, et que les humains survivent ou pas, n'est pas si important ». Comme lui, Rita s'est engagée auprès de Youth for Climate. Sa sensibilité à la nature lui vient de sa grand-mère et de sa tante documentariste animalière. Elle discute de questions écologiques avec ses parents depuis longtemps et en cherchant ses propres informations, à la fin de sa 3e , « *j'ai compris qu'il y avait vraiment des problèmes. Et que tout était lié quoi. Par exemple l'écologie, le social, la politique, l'économie, tout est lié ».*

Pour Raphaël, 16 ans, son intérêt pour la politique a été le moteur pour que d'autres jeunes s'investissent politiquement. Avec un groupe de passionné, il a monté l'association « Demain Citoyens ! » pour laquelle il interviewait des hommes et femmes politiques sur leur vision de la jeunesse.

C'est donc 6 personnes (26%) qui s'impliquent dans des actions militantes, qu'elles soient historiquement structurées ou plus spontanées. Nous retrouvons ici la proportion des jeunes adultes qui manifestent et s'impliquent dans un collectif pour agir.

Toutefois, pour presque tout le monde, le mouvement des Gilets jaunes a posé de bonnes questions. Moins structurés dans leurs engagements, Vincent, Pierre et Théophile se sont beaucoup mobilisés avec les Gilets jaunes pour lesquelles les revendications tournaient autour de « *la démocratie, et ce système de référendum d'initiative citoyenne* ». Mais Théophile a pris alors conscience de la répression policière contre le mouvement et a eu peur. Pour lui, la question des libertés n'est pas assez débattue. « *il y a moins d'engouement dans mes cercles d'amis et de famille autour des questions de liberté et de sécurité qu'autour de l'environnement. C'est hyper flippant* ». Loïc fait une analyse qui met en perspective les effets du néolibéralisme et ses effets dans la vie quotidienne : « *Les gens qui veulent « abattre » Macron ? En fait, ils ne réfléchissent pas forcément à telle ou telle politique, par exemple la réforme des retraites. Ce n'est pas cette loi en soi, c'est plutôt un cumul qui s'est produit ces dernières décennies. Les gens en ont assez, c'est du ressenti en fait. C'est un ras-le-bol, ils le disent* ». Si Violette ne s'est pas du tout reconnue dans les formes de manifestation des Gilets jaunes, elle a commencé « *à apprécier le mouvement au moment où ils ont proposé le RIC*. […] C'est *une proposition qui est démocratique et belle* ». Car cette proposition citoyenne fait échos aux vidéos #DataGueule sur la démocratie, qui questionnaient déjà dans les épisodes N° 57, 72 et 74 notre « *régime représentatif, mais de quoi* », comme le titre une vidéo #DataGueule[625]. En prenant en compte les abstentionnistes, ces vidéos révèlent des députés élus avec 30% des inscrits, aucune parité entre les hommes femmes, 1% de députés d'origine populaire, 4% de jeunes de 25/40 ans alors qu'ils sont près de 20% dans la population. Dans ces conditions, *« le référendum d'initiative citoyenne, faire en sorte qu'on soit plus écouté, qu'il y ait plus de démocratie et que ça mène à quelque chose, toutes ces manifestations »,* affirme Pierre en écho à ce que montrait #DataGueule. Si le personnel politique ne représente pas les électeurs, aux yeux des répondants il ne semble pas répondre aux difficultés de chacun et les populations doivent se débrouiller comme elles peuvent.

Thomas est un cas à part. Pour lui, le modèle démocratique s'illustre à travers l'interface des commentaires, « *le meilleur moyen d'exprimer ses idées* ». Il a monté une chaine YouTube[626] et « *essaye de faire des vidéos qui contredisent les présupposés* ». Marginal excentrique, il représente le côté agitateur de la sphère

---

[625] #DataGueule N° 72, « Régime représentatif, mais de quoi ? », en ligne https://www.youtube.com/watch?v=Ih5HnS395Hs
#DataGueule N°57 « Démocratie représentative : suffrage, Ô désespoir ! » ##DATAGUEULE 57
#DataGueule N°74 « Des mots, des mots... Démocratie ? » - ##DATAGUEULE 74

[626] Chaine YouTube Toto International en ligne https://www.youtube.com/@totointernational3493

YouTube, pour qui la plateforme est un moyen d'expression presque existentiel qui le pousse parfois à une sorte de provocation stimulante. S'il se déclare climatosceptique, son attention est plus portée sur les minorités et la difficulté d'exprimer toutes les opinions. C'est la raison pour laquelle il se définit comme identitaire royaliste en ayant une analyse très critique de l'organisation de la société.

Les enquêtés qui ne revendiquent pas d'engagement fort, ne sont pas désinvestis pour autant et travaillent sur leurs comportements individuels. Ils pratiquent les petits gestes, font attention au tri, achètent en vrac, économisent l'eau, compostent, évitent le plastique, en espérant que « *des petites actions cumulées peuvent aider* », comme dit Ghislain. Beaucoup se focalisent sur le local, pour avoir prise sur la réalité quotidienne et se voir acteur de changement à l'image de Guillaume qui « *agit, mais à une échelle plus locale, ce que je peux toucher, et avoir du coup une conscience que j'agis dessus* ». Face à un sentiment d'impuissance parfois exprimé vis-à-vis de l'immensité des difficultés, fonder ses actions sur l'ici et le maintenant est plus concret. Cela permet de voir directement les conséquences des initiatives menées.

Nous avons longuement évoqué les travaux d'Ulrich Beck. Il est ici frappant de constater les effets directs de la modernité réflexive sur les jeunes adultes interrogés ici. Les risques semblent se rapprocher et se concrétiser. Ils viennent perturber leur vie. La conscience de grandes difficultés qui s'annoncent (dérèglement climatique, perte de la biodiversité, vie professionnelle et personnelle difficile) est palpable chez les répondants. Certains sont très pessimistes alors que d'autres tentent de se rassurer et ne veulent pas être guidés par une peur, aussi rationnelle soit-elle. Mais peu imaginent un effondrement soudain. Si les théories des *collaspsologues* se sont infiltrées dans leur champ de conscience, ils veulent en combattre les effets, parfois en les relativisant, parfois en s'engageant dans des actions individuelles ou collectives. Ceux qui se mobilisent ne choisissent que très peu les mouvements institutionnels comme les partis ou les syndicats. Sont préférés les mouvements plus horizontaux dans lesquels chacun peut trouver sa place en fonction de ses disponibilités et de ses affinités.

5.7.2 Les enquêtés préfèrent les vidéos pour s'informer.

Afin de questionner les enquêtés sur la baisse de la lecture documentée au chapitre 2, nous leur avons demandé leur manière d'appréhender la lecture de livres.
Pour la moitié d'entre elles de grands ou moyens lecteurs de livres ; les autres en lisent très peu, voire aucun. Leurs familles ont souvent joué un rôle déterminant comme pour Elias qui a une famille de lecteurs et qui lit de gros livres de fiction, ou à l'inverse, Farha qui avoue qu'elle n'est pas « *dans une famille qui lit beaucoup, donc je pense que c'est pour ça aussi que moi, ça m'a pas poussé à lire* ». Ces témoignages corroborent peu ou prou ceux du ministère de la Culture que nous avons passé en revue au chapitre 2.
L'école et les études poussent à la lecture de livres. Les enseignants incitent leurs élèves à s'imprégner de littérature classique et leur imposent des échéances pour le faire. « *Du coup, j'ai beaucoup de livres qui s'empilent à côté de mon lit : Montaigne, La Princesse De Clèves* », décrit Rita, ce qui fait qu'elle lit plusieurs livres en parallèle pour allier devoir et plaisir, comme Ghislain qui lit tous les soirs une heure et alterne plusieurs livres simultanément. Plus que la lecture en tant que telle, c'est la littérature classique qui est pointée du doigt, illustrant la tendance à la mainstreamisation culturelle abordée précédemment à propos

des cultures populaires[627]. Romain est capable de lire le nouveau livre de la série Hunger Games en une nuit, mais admet simultanément que les livres qui font « *partie de ce qu'on appelle la littérature, j'ai beaucoup plus de mal à les lire, je suis moins intéressé* ». Citant le Procès de Kafka que son école lui demande de lire « *bien que ça m'intéresse et que je trouve l'écriture assez intéressante et particulière, mais au bout de 25, 30 pages lues, ça m'est difficile. C'est pas que ça m'énerve, mais je sens un peu un rejet. Je ne me sens pas aussi intégré dans l'histoire que pourraient le faire des romans jeunesse* ». Est-ce « la flemme » comme le propose Matéo ? Pas uniquement. Camille s'était spécialisée à outrance durant sa thèse et elle a le sentiment aujourd'hui de ne rien connaitre. « *J'ai envie d'apprendre trop de trucs, et du coup, j'ai l'impression que si je lis un livre de pure fiction. Ben je n'apprends rien, j'ai l'impression de perdre mon temps* ». La littérature ne correspond plus à ses aspirations et à sa curiosité.

Pour Clément et ses difficultés de concentration, l'audiobook a été le moyen de diversifier ses liens avec les livres. « *Le livre sera le soir, alors qu'un audio book, ça peut être en marchant, dans les transports en commun. Je n'ai pas le même plaisir à lire qu'à écouter, c'est différent* ». Il remet aussi en question la quantité d'information que peut contenir un livre, sans que toutes lui paraissent indispensables à une compréhension plus générale. « Un livre va aussi aller trop en profondeur. C'est énormément d'information qu'on n'a pas envie d'absorber sur le moment, alors que mes recherches sur internet, les vidéos peuvent largement suffire à m'informer. Les infos des livres peuvent être trop compliquées alors qu'une vidéo va les simplifier pour les rendre accessibles, citant l'exemple du rapport du GIEC largement décrit par les vidéos et que peu de gens ont vraiment lu. « *Lire est plus fatigant qu'écouter un audiobook ou regarder une vidéo* » conclut-il.

De son côté, Camille lisait énormément quand elle était au collège, mais sa quantité a baissé en entrant au lycée. Durant la prépa, puis en école d'ingénieur, le temps et la demande n'étaient pas pressants et le travail intense. « *Après en école d'ingénieurs, il y avait plein d'autres trucs quoi : Les associations...Trop de sollicitations. Voilà, je n'ai pas pris le temps de lire. Et mon master pareil. Ensuite, en thèse, j'ai découvert YouTube ».*

Les vidéos sont explicitement nommées comme un média concurrentiel de la lecture. Romain admet qu'à « *partir du moment où j'ai commencé à regarder des vidéos, je pense que j'ai beaucoup moins lu* ». Ce constat pourrait aussi être fait avec la télévision. Les journées n'étant pas extensibles, les heures passées sur les écrans, ne le sont pas à lire.

Concernant l'information, les vidéos accentueraient la concentration grâce à l'oralisation. Elles apportent une présence et favorisent l'attention. « *J'ai l'impression que subjectivement, ça nous rappelle finalement des discussions entre amis ou même ou des engueulades, des débats, etc…* » se rappelle Romain. Elles permettraient de faire comprendre des concepts de façon plus intuitive, grâce aux schémas et animations. Certains préfèrent les vidéos du Monde plutôt que la lecture des articles, souvent payants. Pour Vincent, la lecture rend souvent les propos plus compliqués à assimiler alors qu'une vidéo peut servir de *Reader's digest*. « *La pensée de François Bégaudeau ou des Pinçon-Charlot, je vais regarder leurs vidéos parce que je sais qu'ils vont parler des sujets essentiels. J'ai besoin d'aller à l'essentiel et le format vidéo me permet d'avoir ça* ». Pour Romain, l'écrit aurait également une symbolique plus élitiste qui pousserait les auteurs à compliquer leurs explications. Sans les vidéos, la réussite de son Bac aurait certainement été compromise pour Farha. Pour

[627] Voir page 103 « Quand la culture populaire remplace la culture classique »

réussir son brevet, puis son Bac quelques années plus tard, l'aide de vidéos, puisées sur YouTube, a compensé ses lacunes de lecture et a été une aide précieuse. « *Je regardais beaucoup de vidéos YouTube pour apprendre mes leçons parce que c'était beaucoup plus facile pour moi* », explique-t-elle. Pour elle qui a du mal à se concentrer, la classe n'est pas le milieu le plus propice. Trop de sollicitations, trop de perturbations, les enseignants s'adressent au groupe ou à un autre élève, sans répondre à ses propres questionnements ou incompréhensions. Quand « *la prof, elle parle à plusieurs personnes, elle va forcément se connecter sur une personne, donc du coup, je vais peut-être un petit peu moins me sentir concernée par le cours* ». Les jeunes étudiants ont encore besoin de créer une relation affective avec leurs professeurs. La vidéo est presque comme un cours particulier. Il y a une dimension affective forte. Le "professeur" étant à la disposition de celui ou celle qui le suit. Les possibilités techniques lui donnent aussi la main. *« J'écoutais mon cours, je mettais pause quand je voulais noter ça, c'était beaucoup moins stressant, beaucoup moins brouillon ».* Farha est un profil particulier impossible à généraliser sans une enquête spécifique. Mais il illustre une pratique qui s'intègre progressivement dans la manière de travailler des lycéens.

Même si #DataGueule n'est pas un programme de littérature comme pourraient l'être des youtubeurs (ou booktuber) passionnés de littérature, ce que disent les répondants vient étayer ce que nous avons décrit dans le chapitre 2. Le rapport à la lecture est assez faible malgré le niveau d'étude plutôt élevé. Ceux qui sont encore scolarisés suivent les listes données par leurs professeurs ou les livres à succès, et peu apprécient encore la littérature dite « classique » dont ils ont du mal à apprécier le style. Les lecteurs plus âgés considèrent la lecture comme un moyen d'apprendre et d'approfondir ce qui les intéressent plutôt que comme un moment de détente. Les non-lecteurs ont des difficultés à se concentrer et préfèrent les vidéos qui se focaliseront sur les informations importantes, beaucoup plus faciles d'accès. Certains font même le lien entre la baisse de leur lecture avec l'arrivée de YouTube dans leur vie. La vidéo rendrait plus agréable l'apprentissage, d'autant plus que les images qui la constituent focalisent l'attention directement sur le sujet traité. Il serait intéressant pour confirmer ces résultats, d'entreprendre une enquête sur ce sujet auprès d'une chaine populaire de Booktube telle que Bulledop[628].

5.7.3 La télévision, pivot référentiel de la vidéo

Les personnes interrogées s'informent en moyenne 7h30 par semaine, oscillant de 30 minutes par jour pour les moins informés à 2h quotidiennes. Se pose ainsi la question des usages informationnels et des médiums utilisés pour le faire.

Afin de classifier les ressources informationnelles selon un ordre de fréquence d'utilisation et de temps passé à s'informer, nous avons classé les propos des répondants selon un barème de temps d'utilisation (Fig.143) et avons calculé la moyenne générale d'utilisation par média, allant de la lecture minimale de blogs à l'utilisation très importante des vidéos YouTube (Fig.144).

Figure 143 : Barème d'évaluation de la consommation médiatique

jamais utilisé	de temps à autre	régulièrement	très souvent
0	0,5	1	1,5

[628] @Bulledopjournal · 71 k abonnés · 249 vidéos https://www.youtube.com/user/bulledop

Figure 144 : Moyenne de la consommation par type de média des personnes rencontrées

Blog	podcast / audiobook	presse papier	radio	Réseaux Sociaux	télé	presse numérique	vidéos
0,02	0,2	0,3	0,4	0,6	0,6	0,9	1,1

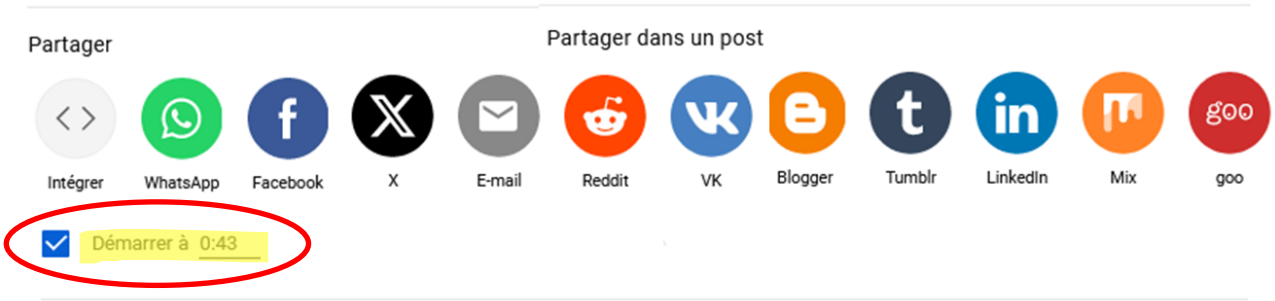
François est le plus littéraire. Il est le seul à lire le **blog** de Médiapart. Les blogs n'ont plus l'attrait qu'ils avaient au début du Web.

Les podcasts (ou livre audio) sont encore largement minorés. Camille est celle qui en écoute le plus, mais Benoit, Romain et Théophile aiment parfois en écouter aussi. Seul Clément a presque remplacé les livres par des audiobooks, ce qui lui permet de marcher en écoutant des récits ou des essais.

La presse papier est utilisée pour les magazines thématiques auxquels certains sont abonnés, ainsi que la lecture du Monde diplomatique que 3 personnes lisent régulièrement, dont Benoit qui lit un article à la fois de manière active, « *en essayant de bien le comprendre. Et le lendemain, je vais chercher un autre article du même sujet sur un autre média, pour enrichir mon point de vue* ».

La radio est écoutée par la moitié des personnes interrogées, souvent le matin. 75% d'entre elles se tournent vers les radios du service public pour le faire. France Inter représente 40% de parts de marché pour les auditeurs de ce panel. Les autres écoutent RTL2, RMC ou Nostalgie comme un bruit de fond et ambiance.

Les Réseaux socionumériques (RSN) sont largement utilisés pour plus de la moitié d'entre eux. Twitter sert de source d'information grâce au partage d'articles de la presse mainstream et des journaux plus spécialisés ou à des comptes de leaders d'opinion, d'associations ou même d'institutions plus académiques. Pour Violette ou Clément, « *c'est comme une revue de presse* ». Camille les utilise de la même façon. Si elle est abonnée au journal *Le Monde*, au lieu d'ouvrir le journal*, « je vais voir un peu sur Twitter ou LinkedIn, voire Facebook. Je ne défile pas très longtemps, et en général, je vais tomber sur des trucs intéressants. Donc je m'arrête, je clique et puis je vais lire »*. C'est aussi un moyen de suivre l'activité des vulgarisateurs scientifiques dont le travail l'intéresse particulièrement. Elle a créé un groupe sur Facebook avec quelques amis qui se partagent leurs articles intéressants et en discutent ensuite. C'est d'ailleurs grâce à un partage sur ce groupe qu'elle a connu #DataGueule, ce qui illustre une des manières de partager un contenu. Pour en faciliter l'efficacité, YouTube propose en effet à ses utilisateurs une méthodologie simplifiée avec sa fonction de partage. Cette fonction permet de choisir l'instant du démarrage pour aller directement à la séquence désirée.



C'est aussi grâce à Facebook que Pierre a découvert le mouvement des Gilets jaunes. Certains y découvrent des personnes-ressources telles que le *journaliste Hugo Clément*[629]. Sur Twitter (X), des journalistes indépendants, des agences de presse ou des militants activistes donnent à lire leurs articles. C'est une manière d'obtenir des points de vue beaucoup plus diversifiés. Ils permettent aussi le contact direct avec des spécialistes. François raconte comment il a pu échanger avec un membre des économistes atterrés[630] qui a répondu à une de ses questions directement.

Pour d'autres, les RSN sont souvent un « lieu d'errance », une relation ambigüe d'amour et de haine, pour laquelle François sait perdre son temps quand il est fatigué. Ils peuvent aussi être ressentis comme un risque de mésinformation ou même de désinformation. Vincent relate les relations houleuses qu'il a eues avec son père à ce propos : « *Il me dit « ouais, les feux en Australie, c'est les islamistes ». Je suis tombé de haut […] et j'ai un ami qui est tombé dessus par hasard l'autre jour sur Twitter. Et c'était Valeurs actuelles ! ».* Alban refuse de s'y rendre parce il en a peur. Par conséquent, il n'a pas installé les applications sur son téléphone. Elias raconte même son expérience de harcèlement via les réseaux sociaux et son attitude radicale pour y mettre un terme. Sa crainte est aussi de se faire voler ses données personnelles et les articles qu'il a lus sur ce sujet ont confirmé son choix de ne pas avoir d'activité dessus.

En revanche, YouTube est placé à part. La plateforme ne semble pas faire partie des RSN pour les enquêtés, car son rôle est avant tout de diffuser des vidéos et non pas de créer des liens entre les utilisateurs, même si cela se produit. Si les usagers peuvent communiquer entre eux, ce sont les vidéos qui sont mises en avant et non les utilisateurs comme sur Facebook ou Instagram. Par son fonctionnement, Facebook impose des posts indésirables d'inconnus, alors que les filtres des commentaires YouTube passent par les vidéos. YouTube concentre les discussions et façonne la thématique des discussions, ce qui atténue les risques de confrontation. Ce rapport à la plateforme est donc différencié des autres RSN. Son utilité semble reconnue par les personnes interrogées.

La télévision est encore regardée par environ 40% des personnes interrogées dans nos entretiens, mais son image est assez écornée. Elle semble encore incontournable, et c'est pour cela qu'elle est vivement critiquée et qu'une forte défiance s'exerce à son égard. BFM est cité 19 fois pour énoncer une opinion assez négative dans l'ensemble ; « *Je n'aime pas BFM, ce qui les intéresse, c'est le buzz* » dit Gaëlle. Seule Arte semble résister aux critiques grâce au journal "28 minutes", cité par 6 personnes. Les jeunes adultes interrogés ressentent de la méfiance vis-à-vis du travail journalistique télévisuel. Romain parle de simplification de l'information. Ses années de prépa l'ont ouvert sur la sociologie et l'économie. Elles lui ont fait réaliser la complexité des causes, trop souvent minorées par les journalistes. Thomas va jusqu'à dire que « *les journalistes télé ne font pas leur travail correctement. Ils travaillent pour le pouvoir, le gouvernement. Ils font de la propagande* ». La verticalisation de la transmission pose aussi problème, surtout si les journalistes cherchent à manipuler l'audience. Les récepteurs n'ont aucun pouvoir d'action, tandis « *qu'avec YouTube, on a plus de pouvoir* » affirme Thomas. Pour Pierre, « *plus on arrive à avoir d'autres sources d'information,*

[629] Page Instagram d'Hugo Clément : https://www.instagram.com/hugoclementk/?hl=fr

[630] Les économistes atterrés sont la voix d'un mouvement économique. En ligne : https://www.atterres.org/ ; Page facebook https://www.facebook.com/atterres/?locale=fr_FR

plus on voit qu'il y a certains reportages de France 2 ont pour but d'influencer, ou du moins d'orienter, en omettant des chiffres qui ne vont dans le sens de la réforme, par exemple ».

Avec #DataGueule, coproduit par France Télévisions, les sentiments vis-à-vis du service public sont plus confus et contradictoires. « Alors France Télévisions, je trouve ça très mauvais dans l'absolu » décrète Vincent tout en nuançant son point de vue : *« J'allais dire, je ne sais pas sur quel pied danser, parce que les rares qui prennent le contrepied comme Élise Lucet ou comme l'équipe de #DataGueule par exemple, font un travail que je trouve formidable* ». Le rapport qu'il entretient avec ce média oscille entre Intérêt et rejet. S'il déclare regarder la télévision de temps en temps pour « *avoir envie de la casser* » et pour « *prendre la température du niveau de sa déconnexion des reportages vis-à-vis de la vie des gens* », Vincent raconte aussi sa découverte de certains programmes de France 5 très intéressants dont un « qui parlait de collapsologie, avec Hubert Reeves, Cyril Dion et Pierre Rabhi[631], « *je me disais finalement qu'à la télé, il y a toujours quand même des émissions intéressantes* ». Théophile va dans son sens en donnant comme gage de qualité le fait que France Télévisions soit reliée à #DataGueule. « Avoir ce cachet France Télévisions apporte une crédibilité, surtout dans le partage avec les amis, avec les proches, avec la famille ». D'autant plus que Romain relaie les propos des auteurs « passé deux fois sur Thinkerview[632]. « *Ils nous ont expliqué que les thèmes et la manière dont les thèmes sont abordés ne sont pas du tout impactés par France Télévisions* ». Pour Leillie, le groupe public semble se distinguer par les vidéos YouTube qu'il produit. « *Ils financent des programmes de jeunes réalisateurs, à vocation plutôt féministe... C'est plutôt intéressant* ». France Télévisions ne se contente pas de produire uniquement. « Cash Investigation », cité 5 fois, même si l'émission est regardée sur YouTube plutôt qu'en direct. Benoit et Romain sont aussi vigilants sur l'aspect sensationnaliste de l'émission. Ce dernier rapporte que « s*a défiance s'est focalisée aussi sur Cash Investigation à la suite du visionnage de vidéos de zététiciens*». Le doute s'est immiscé partout.

La télévision est une sorte d'étalon. Elle reste le média de référence, même si les jeunes adultes ne la regardent plus autant. Elle semble parfois idéalisée et sujette à une grande déception, car son pouvoir d'influence semble encore opérant. Le groupe public est donc perçu de manière ambigüe par les webspectateurs. D'un côté, il semble être un gage de qualité, mais de l'autre, il est soupçonné d'être un organe gouvernemental pour faire passer ses messages.

Quand la télévision essaye d'apporter de l'interactivité à ses émissions, cela ne marche pas, car le média n'est pas calibré pour cela. « *Sur France 2, ils font réagir avec des tweets et tout, mais c'est difficile parce qu'ils sélectionnent les tweets, donc l'interactivité est biaisée* » atteste Pierre, qui suggère « *qu'on peut se faire son interactivité soi-même en allant directement sur Twitter et parler avec les autres* ».

Enfin pour Gaëlle, qui regarde régulièrement la télévision quand elle rentre chez elle le soir, « *la TV n'est pas assez intéressante pour les jeunes* […] *C'est des programmes qui nous abrutissent, qui ne vont rien nous apprendre et qui sont là juste pour passer le temps* ». Benoit dit la même chose avec d'autres mots et enrichit ses propos par son expérience de jeune parent qui ne veut pas que son enfant regarde la télé. De plus les horaires ne lui correspondent plus et à force de ne plus la regarder, il finit par l'oublier. Quand l'habitude se

---

[631] La grande librairie, S12, spécial « sauvons la planète. Diffusée le 27 novembre 2019. Extrait : https://www.youtube.com/watch?v=JMuc8mehWqE&t=18s

[632] Thinkerview du 6 février 2017 en ligne : https://www.youtube.com/watch?v=507HStKtw-I&t=271s et Un monde malade : quelles sont les pistes ? #DataGueule, diffusé le 3 juin 2020, en ligne https://www.youtube.com/watch?v=Fd0_wdle4Ts

perd, les usages des générations passées ne se répliquent plus. Théophile a même pris une *box* avec Internet seul sans les programmes télé, « *Donc du coup, si j'ai une télé, mais c'est juste un écran* ». À 26 ans il fait donc partie des 25% de sa tranche d'âge qui n'ont pas de télévision chez eux (Fig.26 page 86).
Pour autant, jamais dans l'histoire, un média en a remplacé un autre. La télévision est celle qui rassemble la plus forte audience lors d'évènements exceptionnels diffusés en direct. Si la télévision de Benoit « *est plus un écran qu'une télévision* », il admet que « *les seuls programmes que je regarde en direct, c'est le sport* ». Rita évoque les débats électoraux et la période du Covid durant laquelle la télé servait de catharsis nationale lors des déclarations du président. Seule la télévision peut réunir autant de monde simultanément. C'est le média de masse par excellence.
La télévision est également le média du collectif. Pour Théophile « *la télévision, c'est quand on est deux. Quand je suis avec ma copine et qu'elle est à la maison, je vais me mettre plutôt sur la télévision que sur l'ordinateur, par souci de confort ».* La distance qui sépare la télévision des téléspectateurs est plus grande que celle de l'écran de l'ordinateur (et *a fortiori* du smartphone) et de son utilisateur. *« Mon ordinateur me suffit et il est proche de moi et je me sens moins seul qu'avec la télévision, on est plus proche* ». Ce rapport de distance métrique n'est pas anodin. L'utilisation de son ordinateur et le visionnage de vidéos sur son téléphone sont des activités solitaires, tandis que la largeur de l'écran de la télévision permet de regarder ensemble, plus confortablement, et de pouvoir échanger en même temps ses impressions. Et ce rapport social est primordial dans un évènement en direct.

La presse en ligne n'est pas toujours identifiée comme telle. Les articles sont souvent lus via les réseaux socionumériques. Ce sont les sujets qui comptent, plus que la rédaction qui les a écrits. Sur Google Actualités, les noms des journaux sont minorés au profit de leurs titres. Cet agrégateur permet à Pierre « *d'avoir un aperçu global de ce qui se passe. Après, j'aime bien Le Monde, j'aime bien Ouest-France. Donc voilà c'est les journaux qui me viennent en tête* ». Sur la quantité de médias dont se sert la plateforme, c'est peu. C'est la diversité des sources d'information qui plait aux utilisateurs. Pour se faire leur propre avis sur une question, beaucoup vont chercher plusieurs articles sur le même sujet afin d'en avoir une vision la plus exhaustive. Benoit fait référence à la subjectivité de journalistes et son besoin de la dépasser. « *Tous les journaux portent une idéologie, et du coup, j'ai besoin de croiser les sources pour diversifier les points de vue.* Sa lecture est active, il ne prend pas les informations telles quelles, mais a besoin de les conforter les unes avec les autres. La défiance exprimée par certains jeunes peut aussi se traduire par une recherche moins consensuelle. Vincent se sert du site d'extrême droite "Égalité et Réconciliation" d'Alain Soral comme d'un agrégateur d'information. Ce site propose une revue de presse sélectionnant des articles d'autres médias, pas ou peu visibles sur les agrégateurs populaires[633]. « *J'ai trouvé chez Soral un franc-parler que je n'avais jamais avec la télé. Et puis je n'ai jamais été d'accord avec lui sur tout, j'ai toujours trouvé que c'était un gros con sur plein de plans, mais j'ai trouvé qu'il avait une justesse d'analyse sur certains trucs.* […] *Il m'a permis d'ouvrir les yeux sur plein de sujets qui ne m'intéressaient pas auparavant.* […] *parce qu'ils mettaient en ligne beaucoup d'articles de la presse traditionnelle et c'est ce qui me permettait de me dire que je n'étais pas en train de m'embarquer dans des théories du complot, il avait des analyses qui se basaient sur des articles de la presse*

[633] E&R, Revue de presse. En ligne : https://www.egaliteetreconciliation.fr/-Revue-de-presse-.html

traditionnelle. Il en avait une autre lecture et c'est ça qui m'intéressait ». Les propos de Vincent expriment l'influence que les contenus peuvent avoir sur leurs lecteurs. Ainsi, pour compenser son exposition aux informations et points de vue dominants (ou ressentis comme tels), il cherche des analyses lui permettant de trouver un équilibre lui laissant le choix de ses conclusions.
Le cas "Soral" est particulier, car il semble pouvoir capitaliser et détourner les défiances et colères éparses par un discours antisystème comme le montre Lucy Raymond[634]. Pour autant, assez peu de sites de presse alternatifs sont évoqués par les personnes interrogées lors de nos entretiens. Seul François cite bastamag[635]. Si Médiapart est cité par 5 personnes, pour Benoit, c'est pour dire qu'il a stoppé son abonnement, car il trouvait leur traitement trop « *sensationnaliste* ». Gaston a profité d'une offre de 6 mois pour 1 euro, et les autres y sont abonnés ou profitent de l'abonnement d'un proche. Le journal Le Monde est cité 3 fois, Camille est abonnée, mais ne le lit pas souvent « *je lis quelques articles par mois et je trouve que ça vaut le coup* ». Pour l'information, la presse est encore là pour faire son travail même si celui-ci est pris avec réserve.

Sans surprise, **les vidéos** sont le moyen préféré d'information des jeunes interrogés, ce qui est prévisible, car leur recrutement s'est fait grâce à une chaine YouTube. Tous utilisent des vidéos pour s'informer, certains exclusivement et intensément, d'autres régulièrement et avec plus de distanciation. Pour autant, « *YouTube n'est pas une source d'actualité, mais plutôt une source d'information scientifique, de débats, pour voir des sujets de fond, des ITV, des choses comme ça* » précise Clément, même s'il existe des chaines d'actualité en direct et mises en avant par YouTube, telles que France info[636], France24[637], Euronews[638] et beaucoup d'autres.
Violette explique que les vidéos vont enrichir et développer sa connaissance. *« Je vais avoir tendance à regarder des sujets de fond qui vont me permettre de mieux appréhender l'actualité. Par exemple l'écologie ou le problème du sable qui est traité dans une vidéo. J'en avais entendu comme actualité, et j'étais contente de trouver un écho sur YouTube* ». C'est donc vers YouTube que les personnes interrogées se tournent pour découvrir ou approfondir un sujet.
C'est cette profusion que les personnes interrogées apprécient, à l'image de Matéo qui constate que *« c'est la plus grosse plateforme où on trouve tout le contenu disponible »*, acceptant comme un fait l'hégémonie de la plateforme, et se satisfaisant de sa suprématie : « *Comme je regarde uniquement YouTube, je ne connais pas les autres plateformes qui proposent des vidéos ».* YouTube est un carrefour central, ce qui n'empêche pas de bifurquer sur d'autres médias, d'autres supports.

Le nombre d'abonnements choisi par les enquêtés est souvent très important et témoigne de leur curiosité. « *J'ai une grosse liste d'abonnement sur YouTube* » affirme Pierre, à tel point que Guillaume *« met la cloche pour voir les notifications, je mets des « j'aime » aussi, et donc je peux les retrouver* ». Ces abonnements aident à faire le tri dans une masse énorme de contenus, à organiser les visionnages.

---

634 RAYMOND Lucie. « De la colère à la haine dans les discours « antisystème » : la rhétorique du ressentiment chez Alain Soral », *Quaderni*, vol. 104, no. 3, 2021, pp. 63-88.
635 Basta! Media indépendant d'investigation. En ligne : https://basta.media/
636 Franceinfo – Direct TV, en ligne : https://www.youtube.com/watch?v=Z-Nwo-ypKtM
637 France 24 en direct, en ligne : https://www.youtube.com/watch?v=gxG3pdKvlIs
638 Euronews français en direct, en ligne https://www.youtube.com/watch?v=NiRIbKwAejk

À l'opposé, Pierre ne veut pas accumuler les abonnements « *parce que sinon j'ai un flot de vidéos et j'ai l'impression que je vais perdre ma vie, que je ne lirais plus et ne ferais plus de musique* ». Avec trop de sollicitations, le risque de s'y perdre est grand. Le tri des abonnements devient alors parfois inefficace lorsqu'il y en a trop. Pour ses recherches, Pierre s'en émancipe. « *Et quand je cherche un #DataGueule en particulier, je ne vais pas dans mes abonnements parce que j'en ai trop et que je vais perdre mon temps à chercher. Je vais directement sur la chaine #DataGueule, je trouve la vidéo et puis voilà, c'est tout* ». Rompus à l'exercice, les utilisateurs aguerris connaissent leur "stock" de vidéos, ou savent trouver facilement celle qu'ils ont envie de visionner.

A contrario des titres de presse, les répondants peuvent citer de nombreuses chaines de leurs abonnements. Benoit le justifie par la volonté d'ouvrir ses sources d'information pour être le plus juste possible dans ses jugements. Elias « *regarde des chaines informatives, de science et d'actualités : Vox*[639]*, le Monde*[640]*, #DataGueule, NotaBene*[641]*, beaucoup d'histoire, science étonnante*[642]*, green engineering* » ; Violette cite « Stupid économics [643]» qui va l'aider à comprendre des sujets complexes en les vulgarisant. Vincent mentionne Le Media[644] et Usul[645] ; Thomas regarde greg Guillotin[646] qui fait des caméras cachées et El Rayhan[647] qui propose des micros-trottoirs ; Raphaël se rappelle du Studio Bagel[648], de Hugo décrypte[649], des chaines de musique, des youtubeurs très connus, de France inter[650], #DataGueule, et d'Acropolis[651], chaine de décryptage des débats parlementaires ; Clément parle des amis des lobbies[652], de Bolchegeek[653], de dirty biology[654], du roi des rat[655], de thinkerview[656] et tant d'autres…
Toutes ces chaines ont au minimum 100.000 abonnés, la plus importante (studio Bagel) en accumule même plus de 13 millions. C'est la confirmation de la domination des chaines de plus de 100.000 abonnés, que nous avons montrée en chapitre 3, qui captent près de 70% des abonnements et 62% du nombre de vues. Les petites chaines disparaissent dans la masse et il leur faut se distinguer très fortement pour en émerger. Une prime à l'ancienneté joue également : les deux chaines créées le plus tardivement en 2018 et 2019 (l'ami des lobbies et ElRayhan) se plaçant à la traine d'Acropolis la chaine animée par Jean Massiet, active depuis 2015, mais sur un sujet très spécialisé.

---

639 @Vox : 11,4 M d'abonnés, 1,5 k vidéos depuis le 2014
640 @lemondefr : 1,58 M d'abonnés, 2,4 k vidéos depuis 2006
641 @notabenemovies : 2,3 M d'abonnés, 538 vidéos mises en ligne depuis 2014
642 @ScienceEtonnante : 1,31 M d'abonnés, 129 vidéos depuis 2011
643 @StupidEco : 273 k abonnés, 111 vidéos depuis 2015
644 @LeMediaOfficiel : 935 k abonnés, 3,1 k vidéos depuis 2017
645 @MrUsul2000 : 184 k abonnés, 13 vidéos, depuis 2014
646 @gregguillotin : 4,14 M d'abonnés, 130 vidéos depuis 2016
647 @ElRayhan : 118 k abonnés, 71 vidéos depuis 2018
648 @StudioBage : l3,56 M d'abonnés, 611 vidéos depuis 2012
649 @HugoDecrypte : 2,04 M d'abonnés, 2,1 k vidéos depuis 2015
650 @FranceInter : 1,01 M d'abonnés, 33 k vidéos depuis 2014
651 @JeanMassiet : 90,5 k abonnés, 183 vidéos depuis 2015
652 @Amideslobbies : 123 k abonnés, 50 vidéos depuis 2019
653 @bolchegeek : 143 k abonnés, 61 vidéos depuis 2013
654 @dirtybiology : 1,15 M d'abonnés, 124 vidéos depuis 2014
655 @LEROIDESRATS : 1,47 M d'abonnés, 79 vidéos depuis 2011
656 @thinkerview : 1,13 M d'abonnés, 305 vidéos depuis 2012

De l'importance des sources

Ce qui apparait est le besoin de pouvoir vérifier les sources des journalistes. Ce travail est plus difficile à faire avec la presse écrite, car elle se pose elle-même comme une source fiable, sous-entendant que le travail de ses journalistes est digne de confiance. Mais la question de l'éducation aux sources est un enjeu qui s'est développé depuis la montée des réseaux socionumériques et les risques de propagation de fausses informations. *« Il faut faire attention aux sources »* nous dit Théophile, *« c'est un truc sur lequel on n'a pas été éduqué et qu'on a dû apprendre sur le tas. Mais la génération de mon petit frère qui a 18 ans, lui, je pense qu'il sait plus faire attention à ça ».*

L'analyse de Raphaël est pertinente concernant la consommation médiatique de sa génération comparée à celle de ses parents : *« Les plus âgés seront plus sensibles à des articles dans un média de renom, alors que les plus jeunes seront davantage sensibles à ce que peuvent dire les youtubeurs qu'ils suivent. Un article très sourcé dans un grand journal les intéressera moins qu'une vidéo de vulgarisation* ».

Les sources vont également renforcer une argumentation par leur caractère sérieux. Ainsi si Romain « *avance une idée qui est émise par #DataGueule, si quelqu'un n'est pas d'accord avec moi, il va forcément me dire que c'est faux, etc., et donc là les sources sont assez utiles pour essayer de retranscrire la pensée de la vidéo ».*

La mise à disposition des sources a également un autre effet, « ça donne envie de s'informer plus sur les sujets » ajoute Gaëlle. Leillie précise : « *quand je veux vraiment creuser le sujet et que c'est un truc vraiment important où je veux être sûre et certaine. Oui, je vais dans les sources, dans la biographie de la vidéo* » (Fig.145). Guillaume regrette qu'elles ne se trouvent pas directement dans la description ; « *j'ai du mal à les trouver. Ils mettent un lien sur leur wiki, et ensuite il va falloir chercher. C'est peut-être plus chiant pour eux ? Mais c'est plus long de trouver les sources quand il faut aller sur un autre site que de les avoir directement sous la vidéo. Du coup, c'est compliqué à utiliser dans un débat* ». La raison est que tel un texte académique, chaque source correspond à une partie précise du texte, et les placer sans leur référence brouillerait immanquablement leur congruence. C'est ce que fait le wiki en publiant le texte intégral de chaque épisode, accompagné des sources en note de bas de page. Ainsi, les webspectateurs en vérifier la pertinence et approfondir le sujet.

Figure 145 : Exemple de sources sur le wiki de l'épisode 66 : « Assistanat : un mythe qui ronge la solidarité »[657]

Sources principales

1. ↑ http://www.inegalites.fr/
2. ↑ https://www.insee.fr/fr/statistiques
3. ↑ http://drees.solidarites-sante.gouv.fr/etudes-et-statistiques /open-data/minima-sociaux/les-minima-sociaux/article /nombre-d-allocataires-des-minima-sociaux
4. ↑ http://drees.solidarites-sante.gouv.fr/IMG/pdf /minima2015.pdf#page=62
5. ↑ http://www.assemblee-nationale.fr/connaissance /constitution.asp
6. ↑ http://www.securite-sociale.fr/La-fraude-sociale#ancre_3
7. ↑ http://www.securite-sociale.fr/La-fraude-sociale#ancre_2
8. ↑ https://www.publicsenat.fr/lcp/politique/rsa-seul-1-des-foyers-beneficiaires-fraude-1374093
9. ↑ https://www.publicsenat.fr/lcp/politique/rsa-seul-1-des-foyers-beneficiaires-fraude-1374093
10. ↑ http://www.persee.fr /doc/caf_1149-1590_2008_num_91_1_2354
11. ↑ 11,0 11,1 et 11,2 http://www.persee.fr /doc/caf_1149-1590_2008_num_91_1_2354
12. ↑ http://www.securite-sociale.fr/La-fraude-sociale#ancre_3
13. ↑ http://www.securite-sociale.fr/La-fraude-sociale#ancre_2
14. ↑ 14,0 et 14,1 http://www.doyouspoc.com/attente/
15. ↑ https://www.atd-quartmonde.fr/produit/en-finir-avec-les-idees-fausses-sur-les-pauvres-et-la-pauvrete/
16. ↑ https://www.atd-quartmonde.fr/produit/en-finir-avec-les-idees-fausses-sur-les-pauvres-et-la-pauvrete/
17. ↑ https://www.cmu.fr/fichier-utilisateur/fichiers /ODENORE_BRSG_septembre%202014.pdf
18. ↑ http://www.inegalites.fr/spip.php?article343
19. ↑ http://www.inegalites.fr/spip.php?page=article& id_article=270&id_groupe=9&id_mot=76&id_rubrique=1
20. ↑ 20,0 20,1 20,2 et 20,3 https://www.atd-quartmonde.fr/produit /en-finir-avec-les-idees-fausses-sur-les-pauvres-et-la-pauvrete/
21. ↑ https://www.insee.fr/fr/statistiques /2384083?sommaire=2384132
22. ↑ https://factsreports.revues.org/1218
23. ↑ http://www.at-entreprise-pauvrete.org/toutes-nos-publications/les-penalites-de-pauvrete-en-france-comment-le-marche-aggrave-la-situation-des-populations-pauvres-facts-reports-2012/

[657] Page wiki de l'épisode 66 : « assistanat, un mythe qui ronge la solidarité ». En ligne : https://wiki.#DataGueule.tv/Assistanat_:_un_mythe_qui_ronge_la_solidarit%C3%A9_(EP.66)

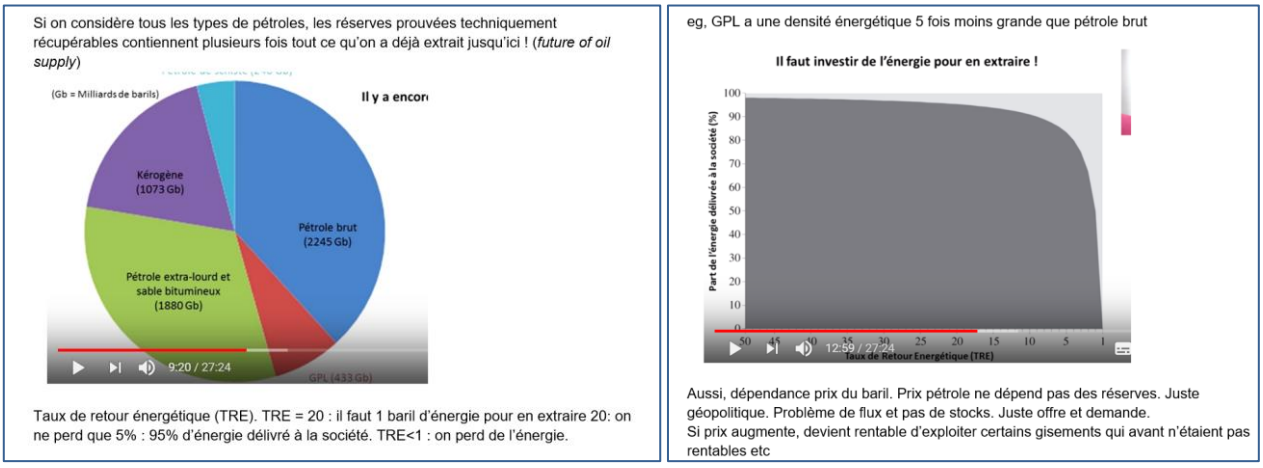
La manière dont les jeunes interrogés s'en servent varie selon chacun. Théophile décrit à quelle occasion il peut les regarder ; « *quand j'avais des doutes, je me disais ''où est-ce qu'ils ont trouvé ça ?'' Et j'allais voir la source* ». Pour autant, savoir que les sources sont accessibles lui suffit à créer un climat de confiance qui le dispense de les fouiller à chaque fois. Emmanuel abonde dans son sens, « *sans avoir une confiance aveugle envers le programme, les gens qui sont derrière, ça se voit quand même que c'est un truc assez sérieux. Je ne vais pas aller vérifier les moindres sources autant qu'il y en a beaucoup* ». Le travail méticuleux des auteurs est reconnu. Ils n'ont pas besoin de les lire, les auteurs l'ont fait pour eux, et la vidéo en condense les passages importants « *La vidéo est plus dynamique, et on ne fait pas la démarche d'aller chercher l'information. Il y a quelqu'un qui l'a déjà fait pour nous ».* La confiance est ici renforcée par l'affichage des sources.

Une appropriation de la connaissance par les utilisateurs

Pour mémoriser, Camille (docteure en science et ingénieure), a besoin de prendre le temps et être sûre de bien comprendre. Sur le bureau de son ordinateur, elle a placé un dossier sur lequel « *je prends des notes et parfois je prends des captures d'écran quand il y a des schémas intéressants* » (Fig.146). Elle met la vidéo en pose, résume ce qui est dit, copie les schémas importants et se crée ainsi une base personnelle de connaissance. « *Ça m'a servi quelquefois dans des discussions avec mon copain par exemple. Mais en fait c'est juste que je sais qu'elles sont là et que ça m'aide à mémoriser* ». Sa démarche est active et lui permet de mieux maitriser les sujets qui l'intéressent.

Avec les vidéos d'histoire, Fahra mémorise les dates grâce à des frises très claires, très ordonnées qui lui facilitent la chronologie et sa mémorisation, « *alors qu'en cours en fait, c'était des dates par-ci par-là. Il fallait les retrouver dans son cahier, c'était beaucoup trop compliqué*. Là, elle peut figer la vidéo, recopier les graphiques et mieux les mémoriser. Pour parler de sa pratique, Fahra parle même « *d'apprendre des vidéos* » comme on apprend son cours. Elle a intégré qu'une vidéo peut s'apparenter à un cours, donné par l'intermédiaire d'un écran. Et ses amis semblent faire comme elle sans pour autant s'en parler. « *Pour tout le monde, c'est normal maintenant de regarder des vidéos pour t'aider* ». Une assertion qui mériterait tout de même d'être explorée plus avant, pour la généraliser.

Figure 146 :
Extraits de notes prises par Camille d'après une vidéo sur le pic pétrolier publiée par Le Reveilleur[658]



[658] Le réveilleur : « Le pic Pétrolier » en ligne : https://www.youtube.com/watch?v=TU3KZ7VUhwU

Pour Violette, sa démarche est différente. Si elle a du mal à comprendre les propos d'une vidéo, les sources ne vont pas lui être utiles. Puisque la vidéo est déjà le fruit d'un travail de vulgarisation, lire les articles scientifiques qui ont servi à la produire ne fera que la perdre un peu plus. « *Je pars du principe que si je regarde la source avant la vulgarisation, je vais encore plus être perdue. D'où le fait que j'appelle des gens pour qu'ils m'expliquent, ou je vais regarder d'autres vidéos (par exemple "stupide économics" ou des choses comme ça) qui vont vulgariser d'une autre manière le même problème. Et je me dis qu'à force d'avoir des explications, je vais finir par comprendre* ».
Ces exemples ne sont pas généralisables, mais ils montrent que certains webspectateurs et webspectatrices ne restent pas passifs devant leur écran. Ils cherchent, ils veulent comprendre, ils veulent que cela puisse éventuellement leur servir à une autre occasion. La vidéo vulgarise des notions complexes que les textes (ou d'autres vidéos) peuvent ensuite approfondir.

Ces verbatims montrent la YouTubisation de la connaissance. Son dispositif aide à creuser les sujets en utilisant les ressources de la vidéo, sa bibliographie et d'autres vidéos venant en renfort de la compréhension, en abordant le sujet sous des angles variés. La profusion de chaines offre la possibilité de trouver de quoi satisfaire leur curiosité.
L'information est une pratique très individualisée. Suivant la situation personnelle de chacun, son niveau de connaissance initiale, sa personnalité, tous les jeunes interrogés cherchent à mieux comprendre le monde. YouTube est le lieu principal autour duquel les autres médias seront consultés. Si les Facebook ou Twitter jouent aussi ce rôle, les risques d'agression numérique les en éloignent au profit de YouTube. En effet, les sujets des vidéos servent de filtre à la présence d'individus déstabilisateurs et les commentaires qui y sont écrits sont mieux maitrisés. Nous les analyserons au prochain chapitre.
Même si les usages sont très diversifiés, ce qui relie tous ces jeunes adultes est leur curiosité et leur autodidaxie. Chacun élabore sa propre méthodologie, ses propres sources, ses stratégies personnelles, mais tous veulent comprendre comment le monde fonctionne et comment ils peuvent s'y intégrer en y trouvant du sens.

5.7.4 YouTube, une nouvelle télévision interactive

Si YouTube propose un grand nombre de divertissements, les répondants font bien la distinction entre ces contenus plus légers et ceux qui transmettent de la connaissance. Romain va jusqu'à différencier le type de contenu en fonction de ses écrans, chacun étant connecté à un compte distinct. Son téléphone lui sert pour la vulgarisation scientifique tandis qu'il utilise son ordinateur pour les contenus sur les jeux vidéo et autres vidéos ludiques. Théophile « *ne regarde plus trop de divertissement. Il y a tellement de trucs hyper bien faits comme #DataGueule ou comme d'autres formats qui vous apprennent des choses type "Le saviez-vous ?*[659]*. J'aime bien ce genre de vidéo bien illustrée qui vous apporte des informations sur un domaine qui a l'air hyper complexe et qui simplifie tout avec des petits dessins, ça, j'adore !* ». Matéo aimerait travailler dans les jeux vidéo et se sert de ce type de vidéos pour mieux connaitre l'environnement professionnel. La frontière entre le divertissement et l'information n'est pas aussi franche qu'elle n'y parait. Comme à la télévision où

[659] Le Saviez-vous, en ligne https://www.youtube.com/watch?v=YfuJllRn11s&list=PL0gnn0oZmYHPsjIKdPFJtehhzCLRturf9b

l'infotainment fait de bonnes audiences, le genre se prolonge sur YouTube avec des chaines comme celle de l'émission Quotidien de Yann Barthès cité par 20% des interrogés.

Les habitudes de consommation se rapportent à celles de la télévision, avec des plages horaires élargies aux transports et aux temps de pose au travail. 60% des interrogés regardent des vidéos le soir. Elias le dit clairement. Si la journée « *c'est avec mon téléphone, je regarde #DataGueule un peu comme de la télévision, le soir devant ma télé* ». De son côté, Violette pose son ordinateur sur la table lorsqu'elle prépare son repas et regarde des vidéos. Matéo a des habitudes plus tardives et emmène son écran dans son lit avant de se coucher. Outre que le terminal se trouve dans la poche et peut être utilisé n'importe quand, Thomas précise que *« ça a remplacé la télé, sauf qu'avec la télé on ne peut pas communiquer »*. L'avantage de YouTube est de pouvoir faire bénéficier d'interviews plus longs, comme le dit Théophile. *« Plutôt que de regarder une émission pour tomber sur l'invité qui va parler pendant une minute, pendant laquelle on va poser les questions qui ne m'intéressent pas trop. Là, je vais pouvoir aller choisir l'invité et pouvoir voir directement son interview longue de 30 minutes faite par un mec que j'aime bien et avoir le choix entre ces deux interviews ».* Mais parfois, devant la profusion de propositions, les mêmes sentiments apparaissent devant la télévision quand on zappe sans s'arrêter sur un programme, « *si j'abuse de cette télévision YouTube, après, je m'en veux parce que je me considère que j'ai perdu du temps* » avoue François avec lucidité.

Les abonnements sont les soubassements de ces nouveaux « directeurs de la programmation » que sont les utilisateurs et utilisatrices. Violette a un panel de chaines qu'elle suit *« et s'ils sortent quelque chose, le soir en rentrant du travail, je vais regarder ».* Les propositions sont ainsi stockées dans l'attente d'être ou non visionnées. Chacun se fait sa propre grille de programmes, en puisant dans sa réserve ou dans le flux de propositions activé par l'algorithme de recommandation.

5.7.5 Des algorithmes clairement identifiés

Mais d'algorithmes, YouTube en a plusieurs pour gérer des actions distinctes : le ciblage de la publicité, le moteur de recherches et le fil de recommandations.
Comme l'algorithme PageRank de Google, le moteur de recherche de YouTube permet de trouver les vidéos selon des mots clefs. Beaucoup s'en servent pour trouver des compléments d'information, tel Ghislain qui affirme : « *si le sujet m'intéresse, je peux chercher d'autres vidéos sur le même sujet* ». Matéo fait « *une recherche sur un sujet que je veux creuser et je tombe sur une chaine qui me plait et je m'abonne* », c'est comme cela qu'il s'est abonné à la chaine de Jami : « j'en avais entendu parler par ailleurs, je l'ai cherché et je me suis abonné ». Clément fait de même quand il a épuisé son « *stock, je retourne sur la page d'accueil ou je vais chercher des vidéos sur un thème qui m'intéresse pour obliger l'algorithme à me proposer d'autres contenus* ». De même, Farha a passé son brevet et son baccalauréat grâce au moteur de recherche de YouTube. En math, où elle sent avoir de grosses lacunes « *je marquais "théorème de Pythagore / vidéo cours" par exemple dans la barre de recherche et ça me mettait. Après, je cliquais, je regardais, puis voilà* […] *même si ça, c'est toujours pas fameux aujourd'hui, mais ça m'a quand même beaucoup aidé* ». Pour certains, l'algorithme est manipulé en conscience. C'est un outil efficace qui sert à trier une quantité trop importante de contenus.

En revanche, la publicité est très mal supportée. Pierre et Théophile tentent de s'en prémunir en installant des bloqueurs, comme 44% des Français[660], mais cette opération n'est pas possible sur l'application YouTube. C'est pourquoi Clément fait la distinction et l'accepte quand même pour soutenir les auteurs qu'il apprécie. « *j'aime bien utiliser mon téléphone pour les quelques chaines qui utilisent la rémunération avec la pub, ça les aide. Je suis plein de petites chaines, par exemple des chaines d'histoire, ou artistiques qui font des petits trucs, elles ont besoin de la rémunération YouTube, donc, j'aime bien utiliser mon téléphone à ce moment-là. Plutôt que d'utiliser un bloqueur. Pour moi, regarder la pub, c'est ma manière de "payer" les vidéastes* ». Pour autant, les publicités qu'il reçoit le choquent souvent. « *Ce que je n'aime pas dans l'algorithme c'est qu'il me montre des pubs qui sont contre mes convictions (pour l'armée, pour manger de la viande…) alors que je suis végétarien et anti militariste* ». Les autres avouent gérer difficilement la publicité : « *je n'aime pas la pub quoi. Mais parce qu'on ne peut pas la sauter, il faut attendre cinq secondes minimum avant de pouvoir la sauter. Donc j'essaie de me détourner, soit en ne la regardant pas, en coupant le son* », explique Pierre. « *C'est comme à la télé, comme TF1* » résume Guillaume en se référant à la 1ère chaine française comme repoussoir.

Si le moteur de recherches de YouTube est plutôt valorisé par les webspectateurs, ils éprouvent une grande méfiance pour l'algorithme qui gère le fil des propositions, tout en les suivant, ou en usant de stratégies pour en réduire les biais. Toutes et tous se connectent sur leur compte YouTube pour accéder aux contenus. Ne se déconnectant presque jamais en quittant la plateforme, leur IP est reconnu quand ils y retournent. Quand on parle de l'algorithme YouTube, c'est souvent de celui-ci qu'il est question. Il filtre les millions de propositions disponibles dans le but de satisfaire la curiosité des utilisateurs et de les faire rester le plus longtemps possible sur la plateforme. Mais il faut reconnaitre que sans lui, chercher les vidéos qui correspondraient aux attentes des utilisateurs serait très compliqué.
Mais ce qui frappe les interrogés est le fait que les propositions soient caricaturalement proches des visionnages passés. Comme s'il était incapable de faire de nouvelles propositions intéressantes.
Se nourrissant de la consommation des webspectateurs, de leur like 👍, dislike 👎, et du temps passé à visionner chaque vidéo, l'algorithme définit les goûts et les attentes des utilisateurs pour leur proposer d'autres contenus susceptibles de les faire rester sur la plateforme. L'objectif est commercial et sa démarche est conscientisée par presque toutes les personnes interrogées. « *YouTube veut juste que le public regarde des vidéos et pas forcément qu'elles soient intéressantes quoi* » regrette Romain. Les biais de l'algorithme sont nombreux et aussi identifiés. L'exemple de Gaëlle est probant à ce sujet. Alors qu'elle aime la diversité culturelle, sociale et politique pour enrichir ses points de vue, cette « *jeune femme féministe blanche et obèse* », comme elle se décrit elle-même, a identifié que le fil de recommandations peut vite se rétrécir à ces quelques termes restrictifs, et l'enfermer dans un flux dont elle ne veut pas. *« Si on reste dans un cercle de femmes blanches obèses et qui ont les mêmes idées que moi, je n'arriverais pas à sortir dans certains cercles d'informations en fait, parce que j'aurais tout le temps les mêmes choses qui seraient proposées […] Je suis abonnée à la chaine "Gras politique" et en ce moment, et ils me proposent que des contenus de femme obèses alors que ce n'est pas ce qui m'intéresse. J'ai l'impression qu'ils savent beaucoup de choses sur moi. Je ne veux pas des comptes de féministes obèses. Je veux des féministes qui luttent contre l'excision même si je ne suis*

[660] Étude Digital Repport : En ligne : https://www.cbnews.fr/etudes/image-44-francais-utilisent-bloqueurs-publicite-49496

pas concernée, je veux des féministes qui se battent pour que les femmes puissent porter un voile ou non si elles le souhaitent ! » On voit bien que l'algorithme la caricature, et qu'il n'arrive pas à sortir des typologies caricaturales que les programmeurs ont tenté de définir. Pour renforcer sa démonstration, Gaëlle raconte que l'algorithme proposait à une de ses amis noirs, et féministe comme elle, seulement des vidéos faites par des femmes noires traitant de « *l'excision, alors qu'elle ne s'intéresse pas qu'à cette branche-là du féminisme*. […] *Ça m'avait assez choquée parce qu'on a exactement les mêmes centres d'intérêt, on regarde les mêmes choses. Et en fait, la seule chose qui diffère entre nous, c'est notre couleur de peau* ». Cette information, l'algorithme l'avait notée lors de visionnage de tutoriels pour peaux noires qu'avait fait son amie. On comprend alors la méfiance des utilisatrices. Cette discrimination est difficile à vivre, et chercher des moyens pour s'en extraire parait important pour celles et ceux dont les profils peuvent plus facilement être sujets à ce genre d'amalgame.

Pour éviter ces biais infamants, la stratégie de Gaëlle consiste à se servir du groupe d'amis qui l'entoure (peut-être sujets à ce genre de préjugés ?), pour remplacer l'algorithme par un échange mutuel et fournir de propositions de contenu : « *Vu que j'ai de la chance d'avoir un cercle d'amis très diversifié, avec des gens de différentes cultures, différents milieux et tout ça, on se partage pas mal les vidéos. Donc au final c'est comme ça qu'on trouve différentes sources d'informations* ». Sa stratégie d'utiliser ses proches pour faire le travail de l'algorithme. Gaston fait de même pour se concentrer sur les seules vidéos qui ont un intérêt pour son activité militante.

Benoit réagit aussi fortement à sa manière : « *J'ai bloqué mes données et mon historique pour que YouTube ne puisse pas s'en servir pour les recherches. Je me méfie des algorithmes et des fins qu'ils visent* ». Mais cette stratégie à un coût. « *Pour retenir les chaines qui m'intéressent, je le note dans des mémos sur mon téléphone* ». Mais son blocage ne doit pas être très efficace, car l'algorithme « *me propose quand même des vidéos qui parfois m'intéressent. J'avoue que je suis bluffé, mais de toute façon, je ne clique pas dessus. Donc, je ne sais pas si ça sert à grand-chose. Je résiste à l'algorithme de YouTube, un peu par principe* ». Bloquer ses données n'est pas simple et Google ne facilite pas la tâche. S'il est possible de protéger en partie ses données personnelles[661], le faire n'est pas si simple et complique ensuite l'utilisation de certaines applications Google. Si Benoit visionne ses vidéos connectés à son compte, l'algorithme n'est pas désactivé pour autant et lui propose des vidéos basées sur son historique.

Guillaume a aussi remarqué que lorsqu'il visionne une ancienne vidéo, l'algorithme « *va me proposer toutes les anciennes vidéos que j'avais déjà vues il y a longtemps. Là, avant de vous rencontrer, j'ai regardé des épisodes de #DataGueule, et maintenant, j'ai plein de suggestions #DataGueule alors que ce n'est pas forcément ce que j'ai envie de regarder* ».

Violette est celle qui a la réaction la plus forte avec l'algorithme. Ayant des affinités pour les mouvements de gauche radicale, « *je me suis rendu compte qu'on me proposait que des vidéos de la France Insoumise, de François Ruffin et tout* », ce qui la coupait de pensées antagoniques à la sienne. Pour déjouer l'algorithme, elle se déconnecte de la plateforme et utilise un VPN qui fera croire à la plateforme qu'elle se trouve à l'étranger. Cela lui donne accès à des vidéos que son profil habituel ne lui permet pas de visionner. *« Quand*

[661] France 3 Tuto : comment empêcher Google de collecter mes données ?en ligne : https://france3-regions.francetvinfo.fr/bourgogne-franche-comte/cote-d-or/dijon/tuto-comment-empecher-google-collecter-mes-donnees-1656990.html

je sais que je vais regarder quelque chose qui est très politisé par exemple, je vais me connecter sous de l'adresse IP d'un autre pays, parce que je sais que sinon, ils vont pas me proposer que des choses de gauche parce que je suis de gauche […] *Je n'aime pas l'idée qu'on me propose que des choses qui me ressemblent ».*
Cette stratégie semble fonctionner dans ces conditions, car l'algorithme lui propose parfois des vidéos d'extrême droite. « *C'est justement quand je me remets sur mon propre compte. Des fois, il me propose des choses qui sont à l'opposé de mes idées politiques et je me dis "tiens, j'ai réussi mon coup" puisqu'il arrive à me proposer des choses qui à priori il ne m'aurait pas proposé ».*
Si le résultat semble probant, c'est plus parce que Violette s'est déconnectée que parce qu'elle fait croire à l'algorithme qu'elle est dans un autre pays. Mais peu importe, cet exemple est significatif des tentatives d'échapper aux algorithmes par des stratégies actives mises en place par une utilisatrice. L'algorithme est perçu par toutes et tous, mais la compréhension de son fonctionnement reste encore floue.

Il est difficile d'ignorer l'algorithme. Beaucoup d'ailleurs apprécient son travail et sont satisfaits de ses propositions. Pour Clément et Thomas, l'algorithme leur correspond bien, les connait bien. Vincent a pris le parti de nourrir l'algorithme pour qu'il lui propose des contenus adaptés. « *Je sais qu'une vidéo qui va avoir des likes, qui va être commentée, ça va aider l'algorithme* ». Cela permet aussi de mémoriser les vidéos et de les retrouver plus facilement, en les plaçant dans une sorte de "panier" de vidéos likées.
D'autres l'utilisent pour promouvoir les vidéos et les chaines qu'ils apprécient. « *Plus il y a de likes, plus une vidéo va apparaitre* » disent François et Matéo, chacun avec leurs mots. Ce type d'actions aide les vidéos à remonter dans les listes de propositions. Une manière de partager au plus grand nombre. Il y voit même un puissant moteur de conscientisation. La puissance de l'algorithme pourrait jouer un rôle pour que l'humanité se transforme. « *Je pense que l'algorithme a un vrai rôle à jouer dans tout ce qui est prévention. Par exemple, si on modifiait un tout petit peu l'algorithme de YouTube pour le forcer à proposer des vidéos tournées vers la science ou vers l'écologie, ou tout du moins vers la connaissance, pour que les gens s'informent sur le monde* » cela pourrait avoir un fort impact. Si l'algorithme est décrié pour faire « consommer de la vidéo », celui-ci pourrait avoir un rôle beaucoup plus positif et faire en sorte d'informer sur les grands défis que l'humanité a à affronter. Dans un monde aux ressources limitées, ne plus consommer avidement est un impératif. Les programmeurs pourraient travailler à faire la promotion du bien commun, de la sobriété et d'actions civiques. Comme tous mes médias, une réflexion sur leur influence doit avoir lieu par la société civile. Les algorithmes ont un rôle indéniable à cet égard.

Malgré les réticences qu'ils évoquent, les webspectateurs ont connu #DataGueule grâce à lui. Dans ce cas-là, on peut parler d'efficacité, car il fait des propositions pertinentes qui dureront dans le temps. 20% d'entre eux ont connu la chaine grâce à un de leurs enseignants. Ceux qui n'ont pas profité de ces propositions ont connu la chaine en faisant une recherche par thématique (15%) ou par un partage amical (10%) comme Gaëlle et Gaston.
L'algorithme est donc l'outil le plus puissant pour faire la promotion des chaines. Cela explique que moins de 0,4% des chaines captent 70% des webspectateurs. Ce résultat valide la pertinence technique et commerciale de la plateforme. YouTube cherche à fidéliser, non pas à forcer ses utilisateurs à rester à tout prix dans son seul espace. Faisant partie intégrante de la constellation Google, l'important est de satisfaire l'utilisateur, lui apporter le maximum de ce qu'il est censé attendre, afin de capter le maximum d'informations sur son

fonctionnement intime et vendre ensuite autant de résultats personnalisés à des annonceurs dont les performances publicitaires sont l'objectif.
On le voit, l'algorithme est identifié, autant pour ses effets délétères lorsqu'il enferme et réduit le profil à une caricature, que pour son rôle d'utilité pour la découverte de contenu intéressant. Mais pour que cela se passe ainsi, les usagers le manipulent, l'orientent ou le fuient. Les jeunes adultes ne semblent aucunement victime de ces outils algorithmiques. Ils les ont intégrés dans leur pratique informationnelle. Ses biais de fabrication apparaissent clairement à ceux qui sont caricaturés, comme les minorités de genre ou de culture. Pourtant, la plateforme leur permet aussi de trouver des vidéos qui les intéressent, mais leurs stratégies pour les trouver s'appuient sur leur communauté.

5.7.6 Le style plébiscité de #DataGueule,

La motivation principale des webspectateurs de #DataGueule est mieux comprendre la société grâce à des sujets peu traités ailleurs. Pour l'exemple, Pierre cite le business des prisons[662]. La vidéo lui donne des arguments pour défendre ou conforter ses idées avec des données fiables. Pour Vincent, sa première vidéo traitait du cannabis[663] et de l'inefficacité de la diabolisation et de la répression : 39% des moins de 16 ans l'ayant déjà utilisé[664]. Le sujet est sensible au sein des familles. La vidéo cumule aujourd'hui plus de 1,1 million de vues. Théophile souligne le côté polémique de certains sujets, comme celui-là, pouvant donner l'impression de chercher à capitaliser sur une audience avide de controverses. Mais son analyse diffère. Pour lui, les auteurs cherchent à rétablir une compréhension juste d'un sujet dont les politiques ont caricaturé le traitement à des fins politiciennes. « *Et eux reviennent basculer un peu tout ça avec des vrais chiffres. Et j'ai souvent l'impression que c'est des réactions à des politiques ou à des moments médiatiques et des cafouillages pour venir recentrer le débat* ».

Dans les deux tiers de nos entretiens, les personnes situent politiquement #DataGueule proche d'une gauche écologiste et humaniste, alors que moins de 15% le perçoivent clairement à gauche et 20% au centre de l'échiquier politique. Rapporté à leurs affinités politiques, le programme vient donc conforter une vision du monde écologique et sociale. Elias a observé « *qu'en général, le programme prend plus une position vers les gens que vers le système* ». Théophile souligne avec malice « *Le fait que je sois toujours d'accord avec les conclusions est un peu un indice* ». Thomas est plus proche des complotistes. Pour lui, #DataGueule est *« un programme qui sortait du lot dans le sens où on avait un peu l'impression de découvrir tout un tas de choses qu'on nous avait cachées jusqu'à maintenant ».* Loïc, rapporte ce phénomène aux réseaux socionumériques et à la libération de la parole profane et citoyenne. Plutôt que de parler de complot, il analyse la situation comme une libération de la parole et à la révélation d'informations qui ne trouvaient pas d'expression auparavant. *« Avant on n'était pas aussi informé parce que voilà, il n'y avait pas tous les réseaux sociaux ».* Plus que la couleur politique du programme, l'important est surtout l'information qu'il donne et la compréhension politique et sociétale qu'il révèle. « Il *n'y a pas d'idéologie* » rectifie Pierre pour tenter de

[662] #DataGueule 61 : "Prisons : l'écrou et le vices. En ligne https://www.youtube.com/watch?v=AtI_CQuBxlI

[663] #DataGueule 11 : « Cannabis, la drogue douce dont l'hypocrisie dure » En ligne : https://www.youtube.com/watch?v=ohVvJGCwYKM

[664] MILDECA. En ligne ; https://www.drogues.gouv.fr/lessentiel-sur-les-jeunes-et-le-cannabis

sortir du biais idéologique que ce type de désignation pourrait laisser entendre. Camille était pourtant tiraillée par la manière dont étaient traités les sujets. Ils bousculaient ses certitudes, ce qui la faisait douter de l'honnêteté des auteurs. Mais c'est en plongeant dans les sources qu'elle a apprécié la valeur du programme et son intérêt.

Les analyses développées par les auteurs soulèvent toutefois quelques critiques. Loïc n'aime pas toujours « *leur façon de pointer du doigt certaines choses. Je ne sais pas, mon but moi, c'est d'apprendre la complexité. Mais parfois je trouve que c'est presque trop facile, la manière de présenter certaines choses, dans le sens où ils éliminent un peu de complexité* ». Il critique aussi « *une espèce de ton un peu accusateur, un peu anti élite* ». S'il se sent proche des idées de la gauche, « *il y a un moment donné où ça ne va plus, parce que je trouve qu'il y a trop ce genre de jugement, de relent populiste qui m'agace en fait, cette espèce d'anti élite, d'opposition farouche à des classes. C'est ça qui ne me plaît pas en fait* ». Si #DataGueule cherche à stimuler l'esprit critique, son but est servi, même à leurs dépens.

Cet avis fait référence au ton de la voix off, parfois sarcastique, qui « *a ce petit côté insolent. Enfin, quand il fait les "Ben Voyons". Ça peut donner l'impression qu'il prend parti* » selon les termes de Pierre, « *qu'il s'amuse avec ces informations* ». « *C'est une manière de dire : "maintenant, vous savez. Vous en faites ce que vous voulez, mais vous savez". Ça veut dire : "il faut agir !"* » ajoute Clément énonçant ici le message subconscient des auteurs. On se rappelle les propos du réalisateur de #DataGueule Henri Poulain, « *de lancer un pavé dans une mare qui permet d'ouvrir un débat et pourquoi pas, de délibérer* ». Mais à ce stade, le ressenti exprimé par Clément amorce ce processus. À la manière de Romain qui, lui, y voit un enseignant, tentant d'expliquer avec des mots simples des informations complexifiées par leur nombre et leur densité. « *Si on avait les données brutes, en tant que néophyte, on ne comprendrait rien* ». La scénographie aide aussi à en saisir le sens. Emmanuel y décèle un petit côté théâtral, où les schémas, les animations, les chiffres plantent le décor d'une narration jouant avec ces objets pour former une conclusion visuelle, un objet totem, résumé de l'épisode par une forme finale.

« *C'est très utile d'avoir le visuel lié à l'auditif quand le rythme est très rapide* » formule Leillie. Pour la pédagogie, décliner l'information par l'écrit, la voix et le dessin permet d'optimiser son accessibilité, « *ça renforce clairement la mémoire et la compréhension* » constate Romain, *« je pense que je retiens beaucoup mieux les vidéos avec des images que celles avec seulement de la parole »*, à tel point que Pierre pense qu'il ne regarderait pas les vidéos de #DataGueule à chaque fois, s'il n'y avait pas d'illustrations.

Mais ces questions de forme ne doivent pas dissiper le fait que pour certaines des personnes interrogées, les vidéos peuvent aussi être perçues comme des objets de consommation. Benoit avoue « qu'il y a souvent une consommation des vidéos » parmi le public de YouTube. Guillaume explique qu'une grande partie des utilisateurs consomme de l'information, comme ils consommeraient n'importe quel produit jetable *« C'est une critique que j'ai par rapport à la vidéo […] Il doit y avoir des gens qui regardent parce qu'il y a plein de chiffres et d'animations rigolotes, mais ensuite, ils oublient ; ça ne doit pas plus les motiver que ça ».* Cette réalité est effectivement à prendre en compte. Si la vidéo permet d'élargir l'assiette des apprenants, de leur offrir des voies de compréhension d'informations complexes, un grand nombre peut se contenter d'une lecture superficielle et seulement ludique du contenu. Cependant, lorsque Guillaume fait ce constat, il ne rejette pas totalement le phénomène. La consommation peut être nécessaire nous dit-il. « *Il faut bien*

manger dans la vie ! » Pour reprendre l'étymologie du terme donnée par le CNRTL[665], du latin "*consummaciun*" signifie « état de ce qui est mené à son accomplissement, à sa perfection ». Il y a une bonne consommation nous indique Guillaume, « *celle qui va pouvoir me faire réfléchir. Même si c'est pour me divertir, il y a une pensée derrière. Il faut que ça me stimule* ». Le divertissement n'est pas incompatible avec le fait d'apprendre et de comprendre n'importe quel sujet. Et #DataGueule ferait partie de cette catégorie. « *C'est une proposition de consommation intéressante. Je ne risque pas de perdre mon temps, ou si je le perds, je n'aurais pas été roulé dans la farine* ». Si s'exprime ici une grande méfiance des médias, se cache derrière cette remarque la reconnaissance d'une démarche honnête des auteurs de #DataGueule, qui ne cherchent pas uniquement à capter l'attention des webspectateurs, mais aussi à leur transmettre leurs réflexions sur divers sujets après les avoir méticuleusement travaillés.

Des réactions mitigées sur la partie interview du format

L'ajout de l'interview à la 5e saison en revanche, ne fait pas l'unanimité. Si 16 interrogés apprécient cette seconde partie, 7 ont du mal à l'écouter. Le style contraste avec la première partie très directe et rapide. Elle crée une rupture qui déstabilise certains. Les détracteurs évoquent une question de rythme. Habitués à une vidéo de 4 minutes, les 10 minutes supplémentaires paraissent longues, « *je me dis "je n'ai pas le temps"* » admet Théophile. « *Le fait qu'ils soient tout seuls à parler, que ce soit plus lent et que ce soit un langage, on va dire un peu plus expert, ça encourage moins à regarder* » surenchérit Romain, quand Loïc soupçonne la production d'avoir rallonger le format pour des questions économiques en réduisant la partie montage.

Pour les partisans comme Leillie, c'est la partie qui l'intéresse le plus. Elle qui utilise parfois les vidéos pour ses cours, ces entretiens ont de la valeur « *parce qu'on peut mettre un nom derrière l'explication d'un mécanisme, on peut dire untel qui est docteur au CNRS, explique ça de telle manière*… ». Pour crédibiliser des informations, en incarner la source peut être une valeur ajoutée. Cette dimension humaine rassure aussi Guillaume dans la mesure où les données délivrées dans la première partie semblent provoquer chez lui un sentiment d'impuissance individuelle. Cette impuissance est alors relativisée par l'apport humain de l'entretien, qui déporte les possibles solutions sur une globalisation des réponses à apporter.

L'interview permet aussi de revoir les informations de la première partie appliquées à la vie réelle. Alors que les données se sont succédées très rapidement dans la première partie, les réentendre énoncées dans la bouche d'une personne experte, mais d'une manière différente, permet d'en renforcer la mémorisation. Car pour beaucoup, la densité des informations délivrées, si elle peut être appréciée comme un style, avec ses animations, sa voix off et son graphisme, ne permet pas de tout retenir et de mémoriser.

Pour que les informations s'impriment dans la mémoire et puissent être réactivées le moment venu, regarder une 2e fois la vidéo ou la mettre sur pause, peut s'avérer utile : « *Je les regarde souvent une deuxième fois, parce que ça va très vite...* », nous dit Théophile. Pour ne pas passer à côté de quelque chose et de pouvoir reprendre à son compte les analyses, revenir en arrière est fréquemment nécessaire. « *C'est pour ça aussi que j'évite de les regarder dans les transports parce qu'il y a plein d'informations qu'on est obligé de revoir chez soi* ». Il lui faut donc des conditions de visionnage optimales. Pour Romain aussi, la rapidité est un élément important. Lui qui visionne beaucoup de vidéo en vitesse accélérée (X2), revoir le vidéo est une méthode pour rétablir l'équilibre. « *Du coup, l'avantage de la voir et la revoir en vitesse X2, ça fait comme si*

[665] Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. En ligne : https://www.cnrtl.fr/definition/consommation

je l'avais regardé une fois en vitesse normale, sauf que ce qui est retenu est vraiment beaucoup plus intéressant ».
Chacun sa méthode, l'important est de comprendre et de retenir. Revoir un passage, faire pause sur un schéma ou un chiffre sont des tactiques d'optimisation pédagogique qu'offre très simplement la vidéo, et les usagers s'en servent naturellement. « *Je mets la vidéo sur pause et je prends des notes* » nous dit Leillie. « *Je prends tous les arguments qui sont mis en avant, J'en crée une sorte de condensé que je fais dans ma tête, pour m'en faire mon propre avis, même si mon avis suit en quelque sorte celui de la vidéo. Et après, pourquoi pas, en parler avec des amis* », complète Matéo.

Pour les personnes interrogées, les vidéos ont souvent besoin d'être partagées. Quand on a été choqué par quelque chose, il est naturel de vouloir exprimer autour de soi ce qu'on a ressenti. C'est une réaction qui transforme la passivité de la réception en une action libératoire, une encapacitation dont les mots sont les outils ; « *le moment où l'on se dit « "ah super, j'ai une nouvelle corde à mon arc pour convaincre tel ou tel ami sur tel sujet" avec des chiffres qui sont fiables parce que c'est #DataGueule, et que #DataGueule tout le monde sait que c'est hyper sérieux et hyper sourcé* » explique Théophile. Alors, il partage la vidéo à ses proches dont il sait qu'une discussion peut suivre, « *l'intérêt, c'est d'en discuter derrière* » prolonge-t-il. Vincent s'en sert presque systématiquement lors de ses débats avec ses amis. *« Dans les discussions que je peux avoir, je me sers quasiment toujours des vidéos. Soit on en discute : "Il faut que je te montre cette vidéo parce que je ne peux pas te résumer la chose. C'est trop bien dit". Mais ça peut être des vidéos politiques, mais aussi de vidéos qui n'ont rien à voir. C'est vraiment le format que j'affectionne le plus sur Internet ».* Chacun à leur manière fait preuve d'engagement. Chercher la discussion pour défendre un point de vue est une démarche qui implique la personne. C'est se mettre en porte-à-faux, remettre ses idées en jeu au risque de se les voir contré par des arguments plus forts.

Le style de #DataGueule fait l'unanimité. Les rafales de chiffres et de données semblent sidérer dans un premier temps les webspectateurs, mais ne les laisse pas indifférents. Jugées parfois un peu excessives et légèrement populistes pour certains, les vidéos provoquent un choc qui enclenche la volonté de se positionner à leur suite.
L'humour sous-jacent de la voix off active la curiosité et stimule l'attention. La volonté des auteurs de provoquer de grands débats est amorcée et nous verrons plus bas ce qu'ils produisent. Mais les commentaires sont ici une nécessité pour prendre le temps d'ingérer les informations en lisant ce qu'en disent les autres. Pour les plus curieux ou les plus intéressés par la question traitée, les sources seront utiles, ainsi que le visionnage de vidéos additionnelles.
Les pictogrammes sont une ressource qui aide à synthétiser les propos. Certains s'en servent pour mémoriser les points forts. Ils accompagneront les discussions ou d'éventuels travaux scolaires.
La partie interview n'est pas appréciée de tous. Elle rompt en effet le rythme initial en apportant le point de vue d'une personne d'expérience. Pour ceux qui l'apprécient, c'est aussi l'occasion de faire le lien du constat soulevé avec une réalité de terrain plus concrète.
#DataGueule répond donc parfaitement au cahier des charges des initiateurs de France Télévisions et des auteurs. C'est même un cas d'école difficile à reproduire.

5.7.7 De la vidéo à la manifestation

Afin de conforter les résultats de l'enquête en ligne sur la participation à une manifestation à la suite du visionnage d'une vidéo, nous avons abordé cette question lors de nos entretiens. Pour cela, nous ne souhaitions pas nous cantonner aux seules vidéos de #DataGueule, mais voulions élargir cette possibilité à toute vidéo.

Sur nos 23 entretiens, 9 personnes pensent qu'une vidéo peut provoquer une action hors des écrans, si elle est faite dans ce but. Les autres le pensent aussi, mais dans un processus moins immédiat dans lequel les vidéos jouent un rôle certain pour créer les conditions d'un engagement dans la vie réelle, mais pas nécessairement une action immédiate. Personne ne dénie à la vidéo la capacité d'engagement.

Comme les 19% des personnes de l'enquête qui affirmaient avoir déjà participé à une manifestation à la suite du visionnage d'une vidéo, Pierre, se rappelle précisément de sa participation à une manifestation provoquée à la suite du visionnage « *d'une vidéo sur Gaza, C'était au moment où il y avait une Intifada, juste comme ça. Il y avait des missiles lancés un peu partout et je pense que ça m'a vraiment heurté et c'est à ce moment-là que j'ai voulu participer à une manifestation* ». Pour lui, c'est bien la vidéo qui a servir de déclencheur et l'a poussé à manifester son indignation. Dans ce cas, notons tout de même que ce mode d'action fait partie de son parcours citoyen puisqu'il avait indiqué que les manifestations étaient un moyen efficace de signifier son opposition.

À propos de #DataGueule, il se rappelle également d'une vidéo sur les marchés financiers et la financiarisation de l'économie[666]. Celle-ci montrait qu'en 2012, seules 5% des transactions financières à travers le globe correspondaient à des biens et des services réels ; le reste des transactions étant utilisée dans les échanges boursiers et autres transactions financières, sans bénéficier à l'économie réelle. « *C'est une chose qu'on ne savait pas. Et maintenant, quand il y a eu des manifs à propos de ça, par exemple, hier, il y a eu une manifestation contre Black Rock et toutes ces choses sur lesquelles on n'était pas au courant avant. Et une fois qu'on sait, je ne vois pas pourquoi on ne s'engagerait pas et pourquoi je n'irais pas à cette manifestation. Et donc oui, la vidéo, c'est engageant et c'est ce qui déclenche l'engagement* » analyse Pierre en se référant à son expérience.

Figure 147 : Image de la vidéo de Ghislain Coutard le 24 octobre 2018 sur Facebook

[666] #DATAGUEULE 70 « Financiarisation de l'économie : cash misère » En ligne : https://www.youtube.com/watch?v=OcNftI9gKHI

Il évoque aussi le mouvement des Gilets jaunes et la manière dont il est arrivé dans sa vie. Il se souvient de la vidéo de Ghislain Coutard, le 24 octobre 2018 (Fig.147), demandant à tous de placer un gilet jaune en évidence devant le pare-brise des voitures, en signe de ralliement et dont Le Monde retrace l'importance pour le démarrage du mouvement[667] : « *Les vidéos sur Facebook et YouTube ont pas mal joué dans le mouvement des Gilets jaunes. C'est comme ça que j'ai découvert le mouvement. Et quand j'y suis allée, je me suis rendu compte vraiment que ce n'était pas du tout ce qui nous était montré à la télévision... Enfin, je voyais les gens qui venaient de la campagne enfin, des gens que tu ne vois pas du tout dans le milieu dans lequel tu es. Si tu découvres ces gens-là, tu découvres le milieu. C'était génial quoi. C'est des bons souvenirs* ».
Le renforcement dont parle Robert-Vincent Joule s'exprime dans « les bons souvenirs ». Il se produit par le fait de voir la grande disparité entre le traitement médiatique et le vécu des rencontres sur place.
Fort de ses expériences, Pierre est capable de formuler la recette d'une vidéo engageante, qui peut provoquer une réaction, quelle qu'elle soit.

- Que sa réalisation permette de galvaniser le public par une ambiance épique : « *c'est pour motiver un peu les troupes, pour dire voilà ce qu'on a réussi à faire" avec des musiques un peu guerrières, des choses comme ça. "On est très très motivé et on va aller vers la victoire"* ».
- Qu'elles sonnent « vrai », c'est-à-dire qu'elles soient sans artifice, techniquement imparfaites et directes : « *sur les témoignages, je ne pense pas que ça pouvait être manipulé parce que les gens étaient énervés, sortaient leur fiche de paie, "voilà pourquoi moi j'ai 200 € en moins ici". Pourquoi ça se passe comme ça ? Enfin c'était des choses vérifiables quoi* ».

Des témoignages simples, avec des personnes qui témoignent en s'adressant directement à la caméra. Farha se souvient « *d'un monsieur qui travaillait, qui avait une famille et qui touchait 1 000€. Il avait des choses à payer pour la maison et ne se retrouvait avec rien. Donc ça veut dire qu'il devait aller aux Restos du cœur, et moi ça m'a vraiment fait de la peine. J'ai vraiment eu mal au cœur pour cette personne. Donc j'ai pris conscience de la gravité de la situation. En fait, je me dis y a vraiment des personnes en France qui sont en précarité extrême et personne ne leur vient en aide. C'est pas normal, on est quand même en France et on est censé être aidé* ». Si l'émotion est survenue grâce à son empathie, Farha n'est pas pour autant descendue dans la rue pour soutenir les Gilets jaunes. La manifestation ne fait pas partie de sa culture et les violences qui ont eu lieu, notamment avec la police, l'ont dissuadé. « *La police qui intervient, les CRS, tout ça. Franchement, j'ai pas envie de me retrouver dans des problèmes* » précise-t-elle. Pourtant Farha se sentait engagée à côté des manifestants. « *Je ne suis pas trop dans la manifestation, mais ça me manquait. Ça m'engage, ça n'engage que je sois avec eux, que je sois d'accord avec eux* ».
Pour Pierre, toutes ces vidéos de témoignages permettaient à ceux qui se sentaient proches de ne plus se sentir seuls, comme si ces témoignages avaient tissé un lien entre une population, qui, au-delà de ces différences, exprimaient un sentiment de relégation[668]. Les vidéos ont ici joué un rôle important dans la mise en récit du mouvement, chaque participant étant le garant d'une « vérité » exprimée. Alors que le nombre de manifestants était relativement réduit rapporté à l'étendue géographique des manifestations,

[667] Le monde : « Gilets jaunes : comment un vêtement banal est devenu un puissant symbole » mis en ligne le 14 décembre 2018. En ligne : https://www.youtube.com/watch?v=6rCtJugNkfI

[668] BENDALI, Zakaria, et RUBERT Aldo. « Les sciences sociales en gilet jaune. Deux ans d'enquêtes sur un mouvement inédit », Politix, vol. 132, no. 4, 2020, pp. 177-215.

l'amplification du mouvement bénéficie de la médiatisation par les réseaux socionumériques et des centaines de vidéos prises par des anonymes. Certains sortiront du lot tels qu'Éric Drouet, Maxime Nicolle, Jérôme Rodrigues ou Priscillia Ludosky, à l'origine d'une pétition intitulée « Pour une baisse des prix du carburant à la pompe ! » signée par près 1,3 million de personnes. Leurs vidéos sont suivies par des centaines de milliers de personnes, dont on peut imaginer qu'une partie participait aux rassemblements.

Prenant un peu de recul, #DataGueule met en ligne le 7 février 2019 un épisode sur la fiscalité, la cause initiale du mouvement débuté en mai de l'année précédente[669]. La vidéo revient sur l'histoire de l'impôt et de son consentement citoyen. Priscilla Ludosky fait l'objet de l'entretien de la seconde partie. Elle synthétise toutes les revendications des Gilets jaunes par une volonté de plus de démocratie, exprimée par la proposition du Référendum d'initiative citoyenne (RIC).

Sans suivre l'actualité, #DataGueule n'en est pas moins réceptive lorsque ses thèmes favoris s'expriment dans la société.

Théophile cite un autre type de vidéos ; celles de l'association L214, sur la maltraitance animale dans la production alimentaire. Tournées dans des abattoirs ou des élevages industriels par des lanceurs d'alerte anonymes, leurs images choquent par leur brutalité. « *C'est des images hyper violentes qui choquent tout de suite et qui créent l'indignation et qui font qu'on a envie de s'engager* ». Pour s'éviter le dégout et la peine, il a refusé de les voir, mais il témoigne que « *ça a retourné beaucoup, beaucoup de personnes vers un régime végétarien. La totalité des végétariens avec qui j'ai parlé, c'est suite à la vision de ces vidéos* ». En revanche, puisqu'il n'a pas visionné les images, il n'a pas changé de régime alimentaire. Nous ne pourrons pas savoir s'il l'aurait fait en les voyant.

De son côté, Romain exprime l'exaltation ressentie au visionnage des vidéos de Victor Ferry[670]. Vulgarisant les outils de rhétorique, celui-ci encourage son public à affuter son discours et à travailler son expression afin de prendre toute sa part dans la société. « *À la fin de chacune de ses vidéos, j'ai un regain d'énergie et j'ai envie de faire plein de choses* […] *Ses vidéos finissent souvent bien, avec une musique un peu épique, et ça, à chaque fois, j'ai envie de faire avant de m'engager et de faire plein de choses, d'écrire des discours, etc.* ». Pourtant Romain avoue qu'il en a l'intention, mais que ses études ne lui donnent pas beaucoup de temps pour s'engager, bien qu'il en ait envie. « *J'ai un peu l'excuse des prépas pour dire ça. C'est vrai, je n'ai pas beaucoup le temps, mais je pense qu'il y a aussi une grande part de flemme quoi. Je me dis "bon, je participerai l'année prochaine" parce que du coup je ne serai plus en prépa, mais je ne sais pas si en fait je participerais* ».

Nous touchons là un frein important que Romain a l'honnêteté de révéler. S'engager demande de l'énergie, du temps et parfois des sacrifices comme le notait Robert-Vincent Joule. La flemme dont il parle est le manque de force pour dépasser ces obstacles. Lui, l'exprime avec ses mots, en développant *« l'idée de préférer le plaisir dans le présent plutôt que le plaisir futur, en disant c'est trop d'effort dans le présent pour une incertitude de futur, même s'il n'y a pas vraiment incertitude* ». L'attrait du plaisir opposé à celui de l'effort, du présent opposé au futur. Nous retrouvons la notion de présentisme déployée par l'historien François Hartog et que nous avons développée dans la partie 1. Un présent qui entrave le futur par souci d'en jouir.

---

[669] #DATAGUEULE 86 « L'impôt, le peuple et le truand ». En ligne https://www.youtube.com/watch?v=7u3N8kgLWyg

[670] @VictorFerry, 448 k abonnés, 242 vidéos, en ligne : https://www.youtube.com/@VictorFerry/featured

C'est sans doute à cause de cette « flemme » que la majorité des personnes interrogées (63%) ne sont pas convaincues qu'une unique vidéo puisse enclencher une action à sa suite. C'est un contexte, un environnement médiatique, social, familial ou amical qui conditionne progressivement certaines personnes à passer aux actions qui se trouvent au sommet de la liste établie ci-dessus. « *Ce ne sera jamais une vidéo toute seule en tout cas qui pourra faire changer un comportement* » nous dit Violette. « *Par exemple, dans ma vie quotidienne, il faudra plusieurs choses. Peut-être qu'une vidéo va lancer un intérêt pour une cause et après je vais faire d'autres recherches. Et c'est à la fin de ces recherches que je vais changer mon mode de fonctionnement* ». Toutefois, si une vidéo parvient à motiver quelqu'un à chercher plus d'informations, qu'elles se trouvent dans la littérature, la presse ou dans d'autres vidéos, c'est déjà qu'elle a provoqué un intérêt suffisant pour que la personne y consacre du temps et de l'énergie. Comme le dit Pierre : « *aller chercher l'information, c'est déjà un engagement* ».

Leillie raconte à ce sujet une vidéo du Grand JD[671]. Parti faire un reportage à Bornéo sur la culture de l'huile de palme, le journaliste youtubeur montre la déforestation massive et les difficultés que cela pose aux populations indigènes autant qu'aux orangs-outangs qui habitent la forêt. Ils subissent très gravement les conséquences de cette culture[672]. « *Je me souviens que cette vidéo du grand JD m'avait poussé à regarder à nouveau une vidéo sur la déforestation de #DataGueule*[673]*. J'avais fait le lien entre les deux et voilà. J'avais pris des notes. Cette vidéo sur la déforestation, plus une vidéo sur la viande* (#DataGueule 55)*, l'impact de la viande sur planète, sur impact de la consommation viande sur l'écologie, sur l'environnement*[674]*. Et ces trois-là, combinées, m'avaient un peu permis, face à des amis ou des proches ou mon entourage en tout cas, à défendre le fait que notre alimentation a un impact sur la planète* ». Construire un argumentaire nécessite d'être bien informé, d'avoir les bonnes données pour ensuite pouvoir puiser dedans pour convaincre. Et l'abonnement à #DataGueule, le visionnage de toutes les vidéos, renforce cette prise de conscience. « *Un abonnement à une chaîne avec plus plusieurs vidéos qui vont sensibiliser en quelques mois, peut provoquer un engagement individuel, beaucoup plus que par des lectures* », complète Vincent.

Provoquer une action forte à la suite d'une vidéo viendrait à la suite d'une sensibilisation en profondeur, une expérience vécue et subie durant une longue période jusqu'à provoquer un ressenti puissant. Dans ce cas, la vidéo en serait le déclencheur, d'autant plus si elle fait resurgir des émotions refoulées. Les révoltes provoquées à la suite de la vidéo du meurtre de Nahel Merzouk le 27 juin 2023 en sont le parfait exemple. S'il est trop tôt au moment de l'écriture de ces lignes d'expliquer les raisons profondes de ces évènements, l'engagement physique des jeunes émeutiers découle de ce long processus. Les images filmées par un témoin font exploser leur colère. La rapidité de la propagation de la vidéo saisit une population qui se sent victime au même titre que le jeune Nahel. La vidéo vient accorder leurs énergies et la transforme en une même rage. D'autant plus qu'elle contredit les explications policières, institution en conflit permanent avec les jeunes émeutiers.

Ici, au-delà de la médiatisation, c'est l'apparente véracité des images qui semble accroitre la réaction populaire et met en exergue la mécanique de mensonge policier, dont justement les jeunes révoltés sont les

[671] @legrandjd, 3,78 M d'abonnés, 358 vidéos, En ligne https://www.youtube.com/@legrandjd
[672] Le Grand JD : "j'ai vu le scandal » de l'huile de palme », en ligne https://www.youtube.com/watch?v=rSm9Mw_VIb4
[673] #DATAGUEULE 53, « Déforestation : le chant des scies règne » en ligne : https://www.youtube.com/watch?v=9LC0IyZg2nk
[674] #DATAGUEULE 55 « Quand la boucherie, le monde pleure »- En ligne : https://www.youtube.com/watch?v=KriTQ0aTrtw&t=15s

victimes récurrentes. « La vidéo devient dès lors un outil de preuve, un moyen de scandaliser et de mobiliser », rappelle Ulrike Lune Riboni dans le Monde diplomatique[675]. Ce flagrant délit de contre-vérité policière vient justifier la révolte. La vidéo est bien au centre du processus. Ce n'est pas son visionnage seul qui fait surgir une violence incontrôlée sur tout le territoire, c'est la médiatisation dans l'espace public d'un évènement qui fait surgir aux yeux de tous un historique de situations vécues individuellement. La vidéo scelle alors les humiliations éparses en une communauté d'expériences qui déborde des cadres rationnels, les émeutiers ayant tout à perdre dans cet évènement.
Si le soubassement sociologique de cet évènement reste à analyser, sa part politique est évidente et à la mesure des réactions et des projets de loi proposés par les partis les plus autoritaires. Bien que les jeunes n'aient pas théorisé leurs actions comme telles, l'engagement qu'elles ont suscité leur a donné le sentiment d'une encapacitation éphémère, éminemment subpolitique : le pouvoir d'exprimer sa colère, de la compenser par un pillage d'objets de consommation, de faire communauté le temps d'un feu de voiture, symbole de pouvoir et de lumière. La vidéo est ici une étincelle.

Nos entretiens s'étant déroulés bien en amont de cette séquence dramatique, personne n'a pu exprimer de réaction à son endroit. Pourtant, Romain semble résumer la situation lorsqu'il affirme : « *Il y a vraiment l'idée de volonté de faire quelque chose, je ne sais pas, de manifester ou quelque chose comme ça, de montrer qu'on en a marre et qu'on veut que ça change. Mais d'un autre côté, il y a aussi une idée de fatalité* », comme si les actions tentées individuellement ne pouvaient pas transformer la société ; la population dans son ensemble étant sujet à un immobilisme, à une « flemme » dont nous venons de parler.

Le fait d'une diffusion importante à plus de 500.000 abonnés permet de produire des discours alternatifs vis-à-vis de ceux qui prônent la croissance infinie, l'extraction massive, l'exploitation des ressources naturelles, la concurrence comme seuls moteur de son économie.

[675] RIBONI Ulrick Lune : "Sans les images », le monde diplomatique, aout 2023. En ligne https://www.monde-diplomatique.fr/2023/08/LUNE_RIBONI/65982

5.8 Conclusion du chapitre 5

L'enquête en ligne et les entretiens que nous avons menés, dessinent le public de #DataGueule comme étant très masculin, d'une tranche d'âge comprise entre 15 et 35 ans et plutôt plus éduquée que la moyenne nationale. 60% d'entre eux vivent dans les grandes villes, répartis sur tout le territoire, 40% font encore des études tandis que les autres travaillent, à moitié dans les catégories supérieures.

Tous ont une appétence forte pour l'information qu'ils trouvent majoritairement en vidéo sur YouTube. La presse en ligne et les réseaux socionumériques leur procurent les articles indispensables, bien que la lecture ne soit pas aussi facile pour tous. Si la télévision reste une référence, beaucoup ne la regardent plus. Pourtant ils ont un rapport ambigu avec France Télévisions, fait de déception et de rejet lorsqu'ils ont le sentiment que ses chaines font la propagande du gouvernement. Mais le groupe apporte aussi une certaine confiance à propos d'émissions telles que Cash Investigation ou #DataGueule, qu'il est plus facile de partager grâce au label service public.

La raison principale qui les éloigne de la télévision est le choix et le traitement des sujets diffusés. Se voulant fédérateurs, les programmes télé défendent doivent s'adresser à un public très large et donner l'impression neutralité qui rend les programmes inintéressants. Seuls quelques-uns semblent se différencier, à l'exemple de ceux d'Élise Lucet, repérée par les webspectateurs. Les vidéos de #DataGueule prennent le parti-pris d'une subjectivité assumée. Les auteurs s'adressent à leur public comme s'ils faisaient partie de leur cercle de pensée. La relation est donc plus directe.

La disponibilité permanente des programmes, leur profusion et le dispositif de participation de YouTube sont des éléments très attractifs pour cette génération. Même si peu de webspectateurs écrivent des commentaires, ils sont une écrasante majorité à en lire une partie. Cela leur sert à se situer par rapport aux avis extérieurs et à s'approprier les arguments les plus intéressants. Pour ceux qui en écrivent, leur investissement est variable. Une grosse majorité dépose un seul commentaire pour encourager les auteurs ou pour témoigner de leur situation, tandis qu'une minorité y consacre un temps important pour stimuler les conversations et la réflexivité.

Toutes les actions, même les plus simples, comme celle de liker un contenu, apparaissent être des formes d'engagement dans la mesure où leurs auteurs les exécutent dans le but de favoriser et d'étendre la diffusion de la vidéo. Tous les webspectateurs ont en effet une conscience aigüe des algorithmes de la plateforme. Si une moitié y trouve son compte, l'autre moitié semble les subir et met en place des stratégies diverses pour les contrer ou les éviter. Chacun à sa façon de faire, mais tous essayent de maximiser les informations pour les retenir et pouvoir les activer le moment venu.

Car le visionnage de #DataGueule provoque chez les webspectateurs une forte envie de discuter du sujet traité par la vidéo. C'est la raison pour laquelle ils sont une grande majorité à chercher des informations complémentaires à travers la lecture des sources mises à disposition, d'autres articles ou de vidéos trouvées à l'aide de leur moteur de recherche. Ces éléments viendront participeront ensuite à leur argumentation dans les échanges en face à face ou sur les réseaux socionumériques.

L'enquête a révélé 3 typologies d'engagés, incluant une majorité de jeunes adultes ayant un besoin de bien se renseigner avant de s'impliquer, tandis que deux groupes minoritaires agissent à l'opposé, l'un en se

plaçant à l'écart de tout type d'engagement, sans se désintéresser pour autant des questions sociétales, tandis que l'autre surréagit en surinvestissant les outils numériques.

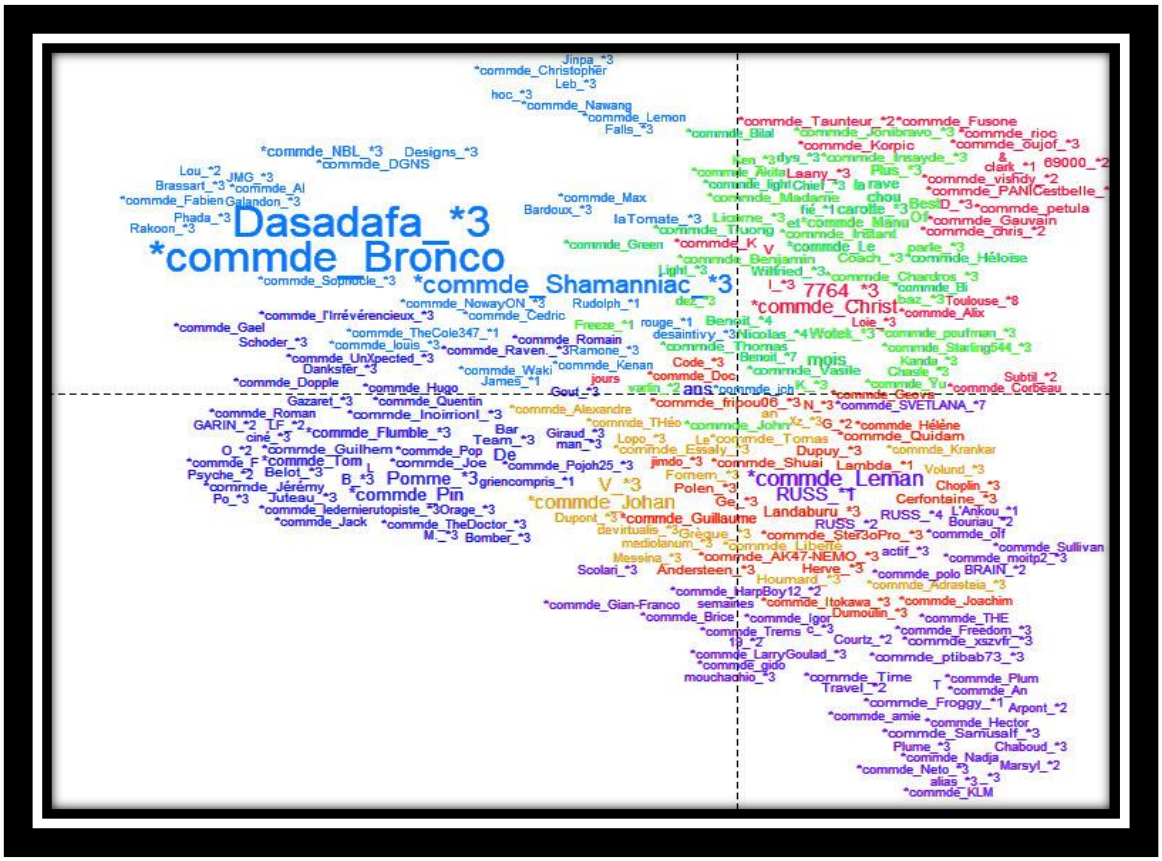
Pour autant, les engagements mesurés à propos d'une vidéo diffusée sur YouTube doivent être relativisés. Une seconde enquête que nous avons réalisée montre clairement que les engagements attribués aux outils de la plateforme restent minimes. La force des engagements est mesurée à leur implication personnelle et ceux qui impliquent du temps et de l'exposition personnelle sont considérés beaucoup plus impliquant. Une minorité déclare qu'une vidéo peut les conduire directement à participer à une manifestation. Mais une majorité semble accréditer plutôt le fait qu'elles participent à une politisation pouvant les pousser à manifester pour des causes qui les touchent particulièrement. Les vidéos conservent donc un pouvoir d'engagement et d'activation de la réflexivité.

D'autant plus que les webspectateurs de #DataGueule sont très sensibles à la détérioration du monde et aux risques qu'il fait peser sur leur avenir. La thèse d'Ulrich Beck est totalement accréditée. Cette perception de l'avenir a des incidences sur la manière dont les jeunes adultes participent à la société.

Le traitement graphique de #DataGueule et la profusion des données en font un programme qui interpelle et questionne. La volonté des auteurs se concrétise ici.

Chapitre 6

Ce que les commentaires disent de l'engagement politique de leurs auteurs



Représentation de l'AFC des pseudonymes des commentateurs #DataGueule suivant la thématique de l'assistanat

6.1 Une analyse des commentaires pour mesurer l'engagement ?

La particularité de YouTube est d'avoir créé un espace de commentaire sous chaque vidéo. Nous avons vu combien il était important pour les webspectateurs (78% les lisent et 25% en écrivent) et comment il se situait dans un dispositif les rendant potentiellement actifs. Il nous semble donc important de pouvoir analyser ces expressions, voir si elles forment des discours, en observer les contours, les origines, et rechercher si les relations qu'elles établissent entre elles permettent de construire une réflexion suffisamment forte pour qu'elle s'inscrive comme l'aboutissement de projet des auteurs, à savoir provoquer des délibérations.

Comme son nom l'indique, la démocratie délibérative implique des délibérations publiques organisées durant des séances formelles et semi-formelles. Celles-ci sont non seulement un moyen de produire un raisonnement public orienté vers le bien commun et la prise de décision collective, mais aussi un processus pour parvenir à une compréhension mutuelle des processus politiques.

Le mouvement d'individuation décrit par Ulrich Beck[676] pousse les jeunes à construire leurs propres repères sociaux, culturels, et surtout politiques, à travers leurs expériences individuelles, et en dehors des systèmes d'organisations historiques. La compréhension des enjeux et des rapports de force se produit aujourd'hui en partant de soi ; les citoyens qu'ils sont, devenus nécessairement plus réflexifs, se positionnent vis-à-vis du politique de plus en plus à partir de ce qu'ils ressentent personnellement.

L'importance du discours politique pour la démocratie est largement reconnue[677], mais une condition préalable est d'avoir les bons types d'espaces où les débats et la délibération peuvent se produire, qu'ils soient réels comment les bars ou lieux associatifs, ou virtuels tels les espaces de commentaires comme nous les étudions dans cette recherche. Ray Oldenburg s'est intéressé à ce qu'il appelle les tiers lieux. Ce sont des espaces publics hors de la maison ou du travail (par exemple un café, un petit restaurant de quartier) qui n'ont aucune spécificité politique, où les gens peuvent se rencontrer et interagir de manière informelle[678]. Par la proximité des clients entre eux, la bonne ambiance, le plaisir de boire et/ou de manger de bonnes choses, le rôle de clients habitués… se créent entre eux des conversations anodines qui portent rapidement sur des sujets politiques. Continuant ce travail, Scott Wright transfère ce concept de tiers espaces à la sphère Internet, en désignant des tiers lieux numériques, qui n'ont pas de vocation politique initiale comme pourraient l'avoir des forums des partis politiques ou d'associations militantes, mais qui favorisent par la mise en présence de publics variés non militants, les discussions d'ordre éminemment politique[679].

Todd Graham indique que le discours politique profane et quotidien des citoyens ne s'appuie pas seulement sur une rationalité donnée grâce à l'argumentation, mais aussi en fonction de leurs expériences

---

[676] BECK Ulrich, « La société du risque ; sur la voie d'une autre modernité » Ed Champs essais, 2003, page 325

[677] AMOSSY Ruth et KOREN Roselyne, « Argumentation et discours politique », Mots. Les langages du politique [En ligne], 94 | 2010, URL : http://journals.openedition.org/mots/19843 ; DOI : https://doi.org/10.4000/mots.19843

[678] OLDENBURG Ray, The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlours, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You through the Day. New York: Paragon House (1989)

[679] WRIGHT Scott, « Les conversations politiques en ligne au quotidien : design, délibération et "tiers espace" », Questions de communication, 30 | 2016, mis en ligne le 31 décembre 2018

personnelles et subjectives[680]. C'est grâce à une participation continue aux discussions quotidiennes qu'ils parviennent à une compréhension mutuelle d'eux-mêmes et les uns des autres, représentant la forme communicative pratique de ce que Habermas appelle l'action communicative.

Dans son livre « *Reconfiguring civic culture in the new media milieu* », Peter Dahlgren préconise 6 dimensions nécessaires pour que la citoyenneté et la démocratie prospèrent dans un pays, 6 dimensions que l'on peut retrouver dans les tiers espaces[681] :

1. **La connaissance**,
2. Les valeurs,
3. L'identité,
4. Les affinités,
5. L'expérience
6. **la discussion**

Si la première est accrue avec les vidéos #DataGueule, la dernière dimension (la discussion), permet aux autres de s'actualiser en permanence, de se diffuser et de s'auto-renforcer. Dans la sphère publique (théorisée par Habermas) les discours politiques quotidiens permettent de relier les individus entre eux par des affinités ou au contraire par des oppositions. Ces discours se tissent en réseaux de conversations, au fil du temps et à travers divers espaces. Ils informant les électeurs, façonnant des points de vue et confrontent les opinions antagonistes. Ils préfigurent les actions politiques ou subpolitiques futures. Il n'est donc pas surprenant que les discussions politiques favorisent d'autres formes d'engagement et de mobilisation.

Ce chapitre va donc approfondir les relations des webspectateurs avec ces commentaires, pour voir dans quelle mesure nous pouvons affirmer que leur écriture est un engagement politique ou citoyen fort, comme nous l'avions montré par l'analyse de l'enquête. Comme nous l'avons vu au chapitre précédent, les commentateurs sont une minorité. Cela tend à surligner le fait que lire (et *a fortiori* écrire) un ou des commentaires est un acte qui mérite d'être étudié plus précisément, parce qu'il nécessite du temps et donc un certain engagement.

L'engagement de leur parole se situera entre l'énergie qu'ils y consacrent, et la "profondeur" de leur argumentation. Si chacun se sentait obligé d'en écrire, comme cela pourrait se produire dans un exercice scolaire, la force de l'engagement diminuerait et ne nous intéresserait pas. Or, même si cela est plus ou moins aisé d'écrire, en fonction de sa pratique quotidienne, de sa culture, de son sentiment de légitimité… l'énergie ou le coût pour mener à bien cet acte est un facteur de renforcement.

En examinant les thèmes de discussions dont s'emparent les commentateurs, et en voyant si ces sujets sont rapportés aux propos politiques de la vidéo, nous montrerons son influence sur l'engagement des rédacteurs.

---

[680] GRAHAM T, JACKSON D, & WRIGHT S. "From everyday conversation to political action: Talking austerity in online 'third spaces." European Journal of Communication, 30(6), 2015; P.648–665

[681] DAHLGREN P, Reconfiguring civic culture in the new media Milieu. In: Corner J and Pels D (eds) Media and the Restyling of Politics. London: SAGE, 2003, pp. 151–170.

De même, nous tenterons de vérifier la calcification des scripteurs en fonction de production (Unique, Multiple et Massif), leur rôle et leur niveau de politisation. Nous chercherons également dans la diversité de points de vue si celle-ci provoque des discussions fortes qui montrent une dynamique réflexive argumentée.

Nous aurons constamment en tête les propos d'Hannah Arendt sur la diversité humaine pour épier ces espaces discrets qui constituent les relations des humains entre eux et qui créent la politique. *« La politique organise d'emblée des êtres absolument différents en considérant leur égalité relative et en faisant abstraction de leur diversité relative.* »[682]

C'est donc à travers la diversité des arguments, des positions idéologiques, de l'écoute ou de l'obstruction, que nous chercherons la liberté des webspectateurs d'occuper un espace construit par la pluralité. Nous analyserons comment chacun s'investit dans la possibilité de devenir "capable" selon l'expression de Paul Ricoeur[683].

Pour tenter analyser si cette capabilité est effective, nous nous focaliserons sur un corpus de plus de 3300 commentaires, écrits à la suite d'une vidéo de #DataGueule dont le sujet de l'assistanat peut être envisagé comme explosif.

Ainsi, nous nous demanderons dans quelle mesure un espace de commentaires d'une vidéo YouTube satisfait-il aux conditions normatives du processus de délibération de la sphère publique, et quel rôle les expressions individuelles jouent-elles dans les rapports de forces politiques qui émergent de ces espaces ? Existe-t-il des discussions en son sein qui s'apparentent à une délibération et si c'est le cas, comment émergent-elles et quels en sont les résultats ?

Les commentateurs de #DataGueule sont-ils des activistes civiques comme l'évoquent Buckingham dans son livre *The Making of Citizens: Young People, News and Politics* écrit en 2000, où il retrace la difficulté d'interprétation par les jeunes des informations sur la manière dont les problèmes sociaux et politiques clés sont représentés[684]. Plutôt que de déplorer l'ignorance des jeunes, il soutient qu'il faut repenser la compréhension politique dans nos sociétés contemporaines, en suggérant qu'il nous faut des formes de reportages factuels permettant de mieux prendre en compte les perceptions changeantes que se font les jeunes en tant que citoyens. #DataGueule nous semble, à ce titre, un champ d'investigation particulièrement pertinent et fécond. Des reportages pour lesquels les webspectateurs ont la possibilité d'interagir, exprimer leur point de vue, se confronter à des opinions différentes et peut-être même faire évoluer leurs positions.

Pour commencer, et afin de comprendre le processus d'écriture des commentaires, il est nécessaire de s'intéresser à la procédure technique. La particularité des commentaires YouTube est qu'ils sont produits grâce, et avec l'ordinateur. Or, pour reprendre les termes de Rachel Panckhust :*"quand l'ordinateur est utilisé pour le courriel, les forums de discussions et les tchats, en tant qu'outil permettant la communication entre individus, il devient un véritable médiateur ; son utilisation modifie notre discours et ainsi notre façon de*

---

[682] ARENDT Hannah, Qu'est que la politique ? Edition du Seuil, 1995 pour la traduction française. Page 39

[683] RICOEUR Paul, « Devenir capable, être reconnu ». Texte écrit pour la réception du Kluge Prize, décerné aux États-Unis (Bibliothèque du Congrès) en 2005.

[684] SHAKUNTALA Banaji, and BUCKINGHAM David. *The Civic Web: Young People, the Internet, and Civic Participation*. The MIT Press, 2013. *JSTOR*, www.jstor.org/stable/j.ctt9qf83d. Accessed 29 Mar. 2020.

communiquer avec autrui. Émerge alors un nouveau « genre de discours », le « discours électronique médié (DEM) »[685]. Selon la chercheuse, ces discours se situent à la croisée d'une forme orale et une forme écrite. S'ils ne sont pas synchrones, les commentaires peuvent parfois donner l'impression qu'ils le sont, ce qui se caractérise par le style et l'emploi de formes verbales plus nombreuses.

Susan Herring fut une des premières à les étudier dès les années 2000. Leurs spécificités syntaxiques, structurelles, mais aussi relationnelles sont au centre de ses recherches. Ses conclusions montrent que le moyen par lequel des personnes choisissent de communiquer entre elles influence les conditions par lesquelles elles divulguent des informations personnelles[686]. Pour elle, les DEM se caractérisent par des niveaux nettement plus élevés d'auto-divulgation, par opposition aux interactions en face à face[687] qui sont considérées comme pouvant provoquer un risque de confrontation non souhaité. Cela est dû en partie à l'anonymat visuel, à l'asynchronie des échanges et à l'absence d'indices non verbaux qui réduisent la crainte de perdre la face. Selon le modèle de communication hyper personnelle de Joseph Walther, la communication médiée par ordinateur est utile pour fournir une meilleure communication et de meilleures premières impressions à ses interlocuteurs[688]. Du fait de l'anonymat, ne pouvant pas identifier le sexe des interlocuteurs, les questions de genre y sont sensiblement réduites ainsi que toute information visuelle, ce qui laisse la place à l'appréciation des seuls mots ou expressions, à l'humour ou à la pertinence des propos. De plus, Artemio Ramirez Jr & Shuangyue Zhang indiquent que la communication assistée par ordinateur permet plus de proximité et d'attraction entre deux individus qu'une communication en face à face[689]. C'est par ce biais que se produisent les premiers contacts dans les sites de rencontres.

Ce qui fait du discours électronique médié un genre techniquement spécifique vient du fait qu'il s'inscrive dans une ambivalence entre l'oral et l'écrit, et que l'ordinateur soit le médiateur entre les locuteurs. Rachel Panckhurst en a développé les bases conceptuelles en référence au psychologue Leontiev Vygotski, fondateur de l'interactionnisme social et de la théorie de l'activité. Avec ses collègues, il souligne que le langage des humains (et *a fortiori* leur psychisme) s'est développé grâce au rôle de la médiation d'*outils psychologiques*. Panckhurst enrichit l'apport de Vygotski par les travaux de Mikhaïl Bahktine[690] : la relation qui lie un locuteur avec ses récepteurs se fait par l'intermédiaire de ses énoncés ; et ceux-ci sont médiatisés par tout le contexte environnant (la situation, les circonstances, la préhistoire) qu'il nomme le contexte transverbal, autrement dit, par l'énoncé dans un ensemble très large. Dans le cas des commentaires écrits sur le web, un des médiateurs fondamentaux est l'ordinateur (ou le smartphone), lui-même contraint par l'environnement sociotechnique de la plateforme YouTube. Même si pour Bakhtine, chaque énoncé est

---

[685] PANCKHURST Rachel. Le discours électronique médié: bilan et perspectives. Lire, Écrire, Communiquer et Apprendre avec Internet, Solal Éditeurs, pp.345-366, 2006, Psychologie. hal-00286914

[686] HERRING S. C. "Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives". *Pragmatics and Beyond* series. Amsterdam: John Benjamins. 1996.

[687] JIANG C., BAZAROVA N., & HANCOCK J. (2011). From perception to behavior: Disclosure reciprocity and the intensification of intimacy in computer-mediated communication. Communication Research, 40, 125-143.

[688] WALTHER J. B., & BURGOON J. K. (1992). Relational communication in computer-mediated interaction. Human Communication Research, 19, 50-88.

[689] WALTHER Ramirez Jr & SHUANGYUE Zhang: "When Online Meets Offline: The Effect of Modality Switching on Relational Communication", Communication Monographs, 74:3, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. Communication Research, 23, 3-43 - 2007

[690] BAKHTINE Mikhaïl. Esthétique de la création verbale, Paris Gallimard 1979, trad. Fr 1984)

individuel et unique, la sphère d'utilisation de l'ordinateur élabore des types relativement stables d'énoncés, et c'est ce que nous appelons les genres du discours, qui passent par les récits familiers, les discours des publicitaires, de revues scientifiques… ou un corpus de commentaires de #DataGueule. Il est alors possible de l'analyser dans son ensemble, car ils imposent les mêmes caractéristiques techniques à l'ensemble des locuteurs. De la sorte, nous pourrons constater les similitudes ou les différences avec les modèles étudiés par Rachel Panckhurst, et nous servir de ses conclusions pour rendre les nôtres. Si l'écriture des commentaires est à différencier de celle de mails ou d'une participation à un tchat ou un forum, de par l'ergonomie ou la temporalité des échanges, elle en est la cousine très proche.

6.2 Quand le contenu de la vidéo engage les conversations.

Certains thèmes polarisent plus que d'autres, rendant la délibération plus compliquée. Scott Wright le constate dans ses recherches. Certains sujets polarisants peuvent provoquer de vives tensions tels que l'immigration, le changement climatique, l'avortement ou l'Union européenne[691]. Mais les "tiers espaces" ont aussi tendance à faciliter la discussion de manière plus fortuite et retenue.

Le sujet politique des prestations sociales et d'une prétendue "culture des allocations" chez certaines catégories de la population a été identifié par Todd Graham comme étant particulièrement sensible sur les forums de discussion[692]. Nous avons donc décidé d'étudier un épisode de #DataGueule traitant du même sujet pour voir si les discussions s'enflamment au détriment d'échanges constructifs ou s'ils créent de vrais débats pouvant s'assimiler à une délibération. Notre choix du corpus de commentaires s'est donc porté sur ceux écrits à la suite de l'épisode N° 66 ayant pour titre « **Assistanat, un mythe qui ronge la solidarité** » mis en ligne le 5 décembre 2016 en pleine campagne pour les élections présidentielles[693].

Le thème développé par les auteurs a provoqué de très nombreuses réactions, positives et négatives, avec en particulier plus de 1000 "dislike" (pouce en bas) ce qui est le record pour les épisodes. Comme celui de ses 24 000 mentions "like" (pouce levé), son nombre de vues en juillet 2019 s'établissait à plus de 860 000 et son nombre de commentaires à plus de 3300. Cela confirmait-il les conclusions de Graham ou validait-il plutôt les thèses de Wright, sur la tolérance des tiers espaces ?

Avant d'analyser les commentaires, nous présenterons l'épisode, son contenu et d'en faire une rapide analyse sémantique. Celle-ci nous sera nécessaire pour comparer ensuite le contenu des commentaires à celui de l'épisode pour voir comment se déclinent les thèmes abordés en fonction de la proposition initiale.

---

691 WRIGHT Scott « Les conversations politiques en ligne au quotidien : design, délibération et « tiers espace » », Questions de communication, mis en ligne le 31 décembre 2018

692 GRAHAM T, JACKSON D et WRIGHT S, « From Everyday Conversation to Political Action », European Journal of Communication, vol. 30, 6, pp. 648-665. 2015

693 #DataGueule N° 66 : « Assistanat : un mythe qui ronge la solidarité » en ligne https://www.youtube.com/watch?v=rnu9e1ft5qw&t=70

Figure 149 : capture d'écran du résumé situé sous la vidéo 66

863 559 vues 5 déc. 2016
Ah ! La France et son bon vieux mythe de l'assistanat. Comme s'il s'agissait d'une tare sociale transmise de générations en générations. Mais que trouve-t-on derrière cette stigmatisation des "assistés", de nouveau à la mode en période électorale ? Sans doute des questions bien plus profondes sur notre rapport à la pauvreté, à la solidarité et la valeur que l'on attribue au travail notre société dite "moderne" ou 8,8 millions de personnes vivent sous le seuil de pauvreté.

Avec Nina Schmidt, cheffe de projet à l'Observatoire des inégalités : https://is.gd/0LGJBQ

Retrouvez toutes les sources de l'épisode 66, "Assistanat : un mythe qui ronge la solidarité " sur
https://wiki.datagueule.tv/ :
https://is.gd/wikiDTG_66

Le résumé annonce clairement un parti-pris fort qui remet en question la notion d'assistanat souvent développée par le personnel politique et les médias qui suivent leurs discours :

Le vocabulaire employé ici, le "mythe de l'assistanat" signifie clairement la remise en question d'une définition "officielle" pour en interroger le sens et sa réalité. Le terme "tare sociale" pointe du doigt ce qui semble être, pour les auteurs, la définition donnée par un certain nombre de politiciens (Sarkozy, Wauquiez…) et relayée par les médias qui suivent les "périodes électorales".

Ce résumé, visible sous l'espace de la vidéo permet ensuite d'ouvrir le débat en introduisant la question de *notre* rapport individuel et collectif à la solidarité et à la "valeur travail", placé comme valeur première de notre société et son système économique, qui ne fournit pourtant pas le nécessaire matériel à près de 9 millions de personnes. Ce sont des questions clivantes, qui concernent tout le monde, et qui poussent les webspectateurs à se positionner, ou du moins, à réfléchir, pour peut-être ensuite s'engager politiquement. Le parti-pris de cet épisode est clairement posé à travers les mots de ce petit texte. En remettant en cause une pensée qui est décrite comme dominante ("*La France*" ; "*cette stigmatisation des "assistés"," à la mode")*, il fait un pas de côté ("*que trouve-t-on derrière*" ; "*des questions bien plus profondes")* vis-à-vis des autres médias qui relayent ces notions d'exclusion. Il propose de revoir le concept sous un autre angle ("*notre rapport à la pauvreté, à la solidarité et la valeur travail")*, beaucoup plus en phase avec un public de jeunes adultes, rejetant largement les discours journalistiques dominants précités.

La vidéo se compose de deux parties :

La première fait un rapport sur les inégalités en France en utilisant des chiffres (datas) récoltés sur un corpus de sources mises en ligne et illustrées grâce à la "motion design" et à la voix off ;

La seconde laisse la parole à Nina Schmidt, cheffe de projet à l'Observatoire des inégalités, dans un traitement graphique beaucoup plus sobre.

Figure 150 : images de l'épisode 66 sur l'assistanat

Si la première partie de la vidéo s'attache à décrire une situation sociale problématique par l'ampleur de du nombre de personnes touchant des prestations sociales, la voix off déconstruit l'image parfois associée aux bénéficiaires d'aides sociales comme étant des profiteurs, et met en perspective les petites fraudes des allocataires en regard de celles des employeurs, 70 fois plus importantes, qui ne provoquent que rarement l'indignation médiatique. La voix off rappelle que les conditions nécessaires pour bénéficier d'aides sociales sont drastiques et que les pauvres sont souvent ceux qui payent le plus cher leur mètre carré d'habitation, leur crédit, leur communication téléphonique, du fait même de leur manque de moyens. Enfin, elle termine en interrogeant les webspectateurs sur les pratiques suspicieuses de surveillance généralisée qui luttent contre seulement 1% d'allocataires indélicats en utilisant des moyens importants.

L'angle est résolument un contrepoint d'une information souvent véhiculée qu'existerait une classe de profiteurs assistée, vivant sur le dos des Français. En juxtaposant les montants des fraudes sociales et les fraudes fiscales, les auteurs font clairement apparaitre l'incohérence des discours politiques et médiatiques, qui devraient se focaliser (d'un point de vue rationnel) sur les seconds, 70 fois plus importants. Cette rhétorique place les webspectateurs en témoins d'une manipulation. Le message subliminal qui la sous-tend est que c'est à eux maintenant de réagir et de faire peser cette réalité comme un contre argument pour modifier l'image des pauvres comme profiteurs.

Pour écrire l'épisode, les auteurs se sont servi des données de l'Observatoire des inégalités, de l'INSEE, de direction de la recherche, des études, de l'évaluation et des statistiques (DREES), d'études de la sécurité sociale, de la chaine « public Sénat », d'ADT Quart Monde, de la CMU et d'articles scientifiques. Ce sont des sources sérieuses permettant à celui ou celle qui souhaite approfondir le sujet de pouvoir l'alimenter encore plus précisément[694].

Le traitement graphique des épisodes est réalisé en *motion design*, et les illustrations mettent en images les concepts développés ainsi que les chiffres donnés par la voix off. Les informations arrivent par conséquent simultanément par oral et grâce aux visuels, ce qui renforce la compréhension des données et leur mémorisation. Cela accentue également le poids des propos en déroulant explicitement un argumentaire qui pourra être répété tel quel. L'épisode produit une discussion fictive dans laquelle la voix off serait celui qui argumenterait, laissant ensuite la place aux webspectateurs pour qu'ils rebondissent et de prolongent le débat.

[694] Liste des sources sur le wiki de #DataGueule en ligne ; https://wiki.datagueule.tv/Assistanat_:_un_mythe_qui_ronge_la_solidarit%C3%A9_(EP.66)

Figure 151 :
Capture d'écran de l'interview de Nina Schmidt

Dans la seconde partie, la cheffe de projet de l'Observatoire des inégalités rappelle que la constitution française porte en elle l'égalité des citoyens, et que les aides dont peuvent bénéficier les Français ne sont pas seulement là pour subvenir aux moyens des plus pauvres, mais à la population dans son ensemble, dans son universalité, à travers l'assurance maladie, l'assurance chômage ou les pensions de retraite. Ce rappel permet de reconsidérer les prestations sociales autrement que sous le seul angle de l'assistanat. Par ailleurs, elle rappelle qu'existent en France deux millions de travailleurs pauvres, ce qui interroge sur le rôle de l'emploi qui ne protège plus de la pauvreté.

Elle explique que l'Observatoire a réfléchi à un seuil de richesse afin de le mettre en regard avec celui de la pauvreté. Leurs conclusions se sont basées sur le double du revenu médian, à savoir 3000€ par mois pour une personne seule. Si les bénéficiaires de ce type de revenu objectent qu'ils ne sont pas riches, car ils ont des frais importants, il serait tout de même intéressant qu'ils prennent conscience de faire partie des 10% de la population les plus riches.

Pour finir, Nina Schmidt conclut en affirmant que la solidarité des Français persiste, malgré les discours contre l'assistanat qui auraient tendance à l'enterrer. Les associations et autres engagements personnels sont nombreux et une meilleure valorisation médiatique pourrait permettre de mieux lutter contre toutes les pauvretés.

6.3 Une impulsion dynamique des commentaires

Pour pouvoir analyser les commentaires, il nous a fallu en télécharger le corpus complet plutôt massif, car il se compose de 3328 commentaires. Pour ce faire, nous avons tout d'abord tenté d'en dérouler le fil manuellement et d'ouvrir chaque conversation pour ensuite les copier et les coller sur un document Word. Cette opération est très fastidieuse et n'aboutit presque jamais. De plus, ce procédé ne permet pas de récolter les dates de mise en ligne de chaque commentaire, ce qui rend plus difficile une interprétation de la dynamique d'écriture.

Pour remédier à ces difficultés, nous avons trouvé une chaine YouTube[695] dans laquelle une vidéo expliquait une méthodologie plus précise grâce à l'écriture d'un script fonctionnant avec l'API de YouTube. Une API est un ensemble de protocoles d'application qui facilite la création et l'intégration de fonctionnalités spécifique.

Ne sachant pas développer ce type de programmation, je pris contact avec l'auteur de la vidéo. Il avait noté un mail dans l'onglet "à propos". Muhammad Ahsan Naeem, Assistant Professor à l'université de Lahore au Pakistan me répondit dès l'envoi de mon mail. Il me proposa de m'aider en créant pour mes besoins de

[695] @LearningOrbis · 14,8 k abonnés · 274 vidéos "Scrape / Download YouTube Comments and Replies to Google Sheets Automatically, en ligne https://www.youtube.com/watch?v=uD58-EHwaeI

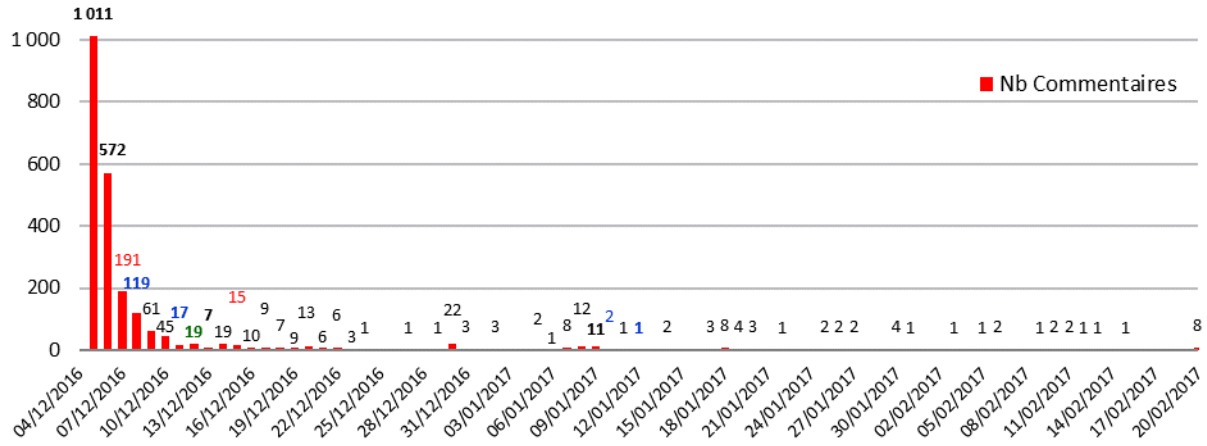
recherche le script voulu. Celui-ci me permet dorénavant de télécharger les corpus complets de commentaires avec les dates et heures précises de chaque mise en ligne.
Cet épisode méthodologique vient illustrer de façon concrète la volonté de partage de connaissance de certains auteurs de vidéo. Il montre également la capacité de la plateforme à mettre en relation ses utilisateurs de manière transnationale comme l'a montré Niamh Thonton[696].
Mais revenons à notre analyse.

La vidéo a été postée le 5 décembre 2016 à 11h pile. Le corpus de l'épisode 66 de #DataGueule comportait 3313 commentaires, écrits du 5 décembre 2016 à 11h06 jusqu'au 19 novembre 2019 à 04h15 (Fig. 152. Ils sont écrits par 1472 commentateurs. La participation est donc importante même s'il faut la relativiser avec les 733 000 vues à la date de l'enregistrement du corpus, à savoir en novembre 2019.

Les webspectateurs peuvent intervenir dans l'espace de commentaire de deux façons : soit en écrivant un commentaire initial, à même de provoquer une discussion, soit en répondant à un commentaire préexistant et ainsi s'intégrer à une conversation.

En téléchargeant la totalité des commentaires grâce à notre script développé pour l'API de YouTube, nous avons accès à la date et à l'heure exacte de leur mise en ligne :

Figure 152 : Nombre de commentaires postés par jour du 5 déc. 2016 au 20 févr. 2017[697]



Sur les sept premiers jours, plus de 2000 commentaires ont été écrits, dont plus de la moitié dès le premier jour. Dès la réception de la notification de mise en ligne, les plus motivés des 585.000 abonnés visionnent immédiatement la vidéo et écrivent un commentaire en lançant des sujets de discussion.

En effet, **75,4%** des 3313 commentaires ont été écrits à l'intérieur d'une des 248 conversations. 116 d'entre elles ont été créées le premier jour, seulement 31 le 2e jour et 11 le 3e jour. Les 90 restantes de ne dépassent pas sept commentaires et s'étalent sur les cinq années qui suivent, jusqu'au 31 mars 2019 (Fig.153).

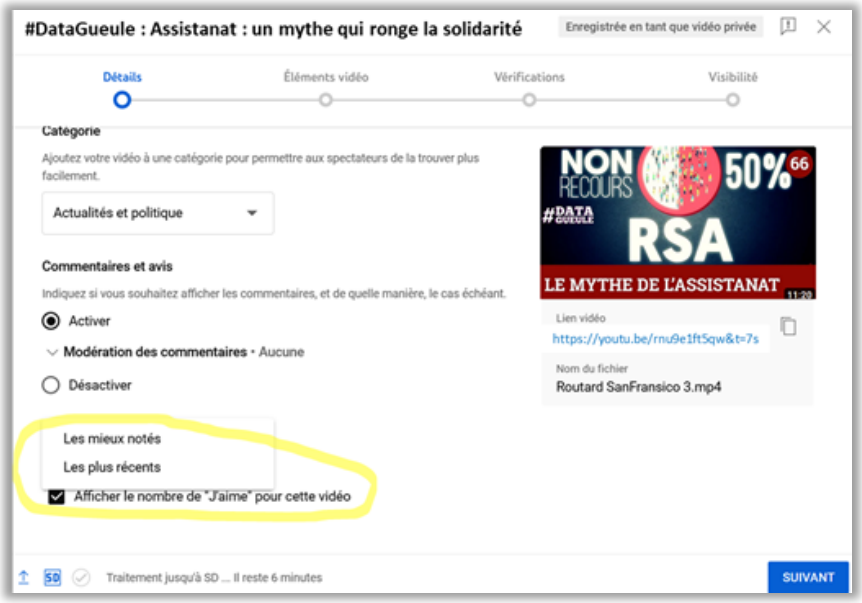
L'explication est à chercher dans le dispositif technique de YouTube et dans le choix des auteurs de faire apparaitre en avant les commentaires les mieux notés par l'algorithme (Fig.153). Ce choix technique favorise

[696] THORNTON, Niamh. "YouTube: transnational fandom and Mexican divas". Transnational Cinemas, 2010, vol. 1, no 1.

[697] Pour une meilleure lisibilité, nous n'avons pas pris en compte les commentaires résiduels après cette période, car ils se diluent avec le temps, formant ce qu'on appelle la longue traine, qui n'est pas le sujet immédiat de notre analyse.

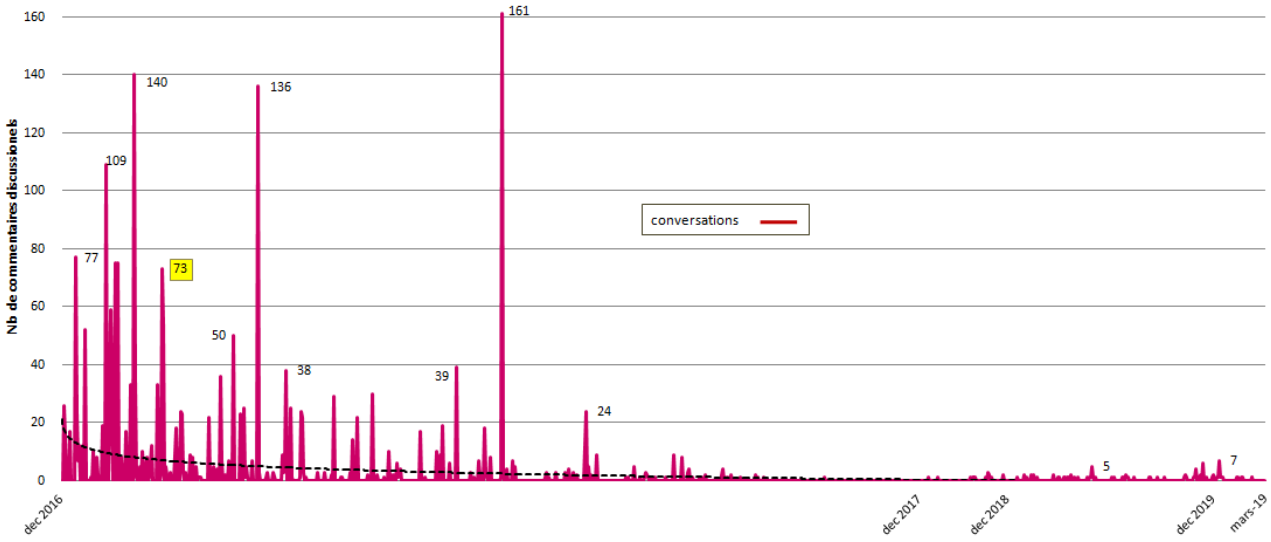
la lisibilité des plus anciens au détriment des plus récents, car ils sont placés juste en dessous de la vidéo et sont immédiatement lisibles, contrairement aux autres, "enfouis" tout en bas du fil des commentaires. Cet effet est conforté par le fait de retrouver des dates d'écriture de commentaires différentes dans ces conversations, mélangeant les plus anciens avec des plus récents.

Figure 153 : Capture écran du tableau de bord de mise en ligne d'un vidéo



Une grande partie des commentateurs lisent les commentaires des autres avant d'en écrire eux-mêmes et ils choisissent de répondre à un autre scripteur, souvent placé à l'intérieur d'une discussion, plutôt que de s'exprimer seuls. Ils ne sont que 24,6% à écrire un commentaire qui ne participera pas à une discussion. Cela signifie enfin que les premiers commentateurs impulsent une dynamique conversationnelle qui marque tous les échanges futurs.

Figure 153 : Time Line des discussions créées avec leur nombre de commentaires, du 5 décembre 2016 au 31 mars 2019



En effet, la première conversation de 26 commentaires intervient dès le second commentaire posté le 5 décembre à 11h08, soit seulement 8 minutes après la mise en ligne de la vidéo. Une plus longue conversation de 109 messages apparait après 37 commentaires à 11h39. Une autre de 135 après 61 commentaires uniques à 11h55 ; celle de 136 après 165 commentaires à 16h09, et la plus importante, celle qui contient 161 messages commence après 370 commentaires uniques à partir de 22h50. L'écriture de commentaire commence à se tarir à partir de février 2017. À partir de là, c'est le phénomène de longue traine qui commence.

Ces observations indiquent que les webspectateurs initiaux impulsent une dynamique conversationnelle qui marquera tous les échanges futurs. Cela confirme aussi ce que l'enquête en ligne nous a révélé, qu'une grande partie des webspectateurs (77%) lisent les autres commentaires avant d'en écrire eux-mêmes, en répondant à un autre internaute. « *Je peux en lire des centaines. Je peux descendre toute la liste jusqu'à que j'en ai marre* » concède Thomas, rédacteur très prolixe de 30 ans.

6.4 Une minorité de commentateurs stimule les conversations

Pour mesurer l'implication des participants selon le nombre de commentaires écrits, nous avons fait une première analyse comptable grâce au tableur Excel afin de révéler la production de chacun d'entre eux.

Les résultats montrent que l'implication des scripteurs n'est pas égale, et que si une très grande majorité d'entre eux se contente de publier un seul commentaire, une toute petite minorité est en revanche très prolixe et passe beaucoup de temps à s'exprimer avec les commentaires. Dans ce corpus, seulement une trentaine de scripteurs écrivent plus de 30 commentaires et trois d'entre eux dépassent les quatre-vingts.

Pour pouvoir mesurer la participation des commentateurs et leur engagement politique grâce à leurs écrits, il apparait de ce fait nécessaire de distinguer les groupes de commentateurs en fonction de leur production scripturale. S'exprimer une seule fois ou le faire à de très nombreuses reprises nécessite une implication bien différente. Mais a-t-on les mêmes intentions dans un cas comme dans l'autre ? La question nous parait essentielle pour distinguer des groupes d'individus plus ou moins investis et étudier leurs discours en regardant comment chacun s'exprime et si les sujets abordés sont radicalement différents ou s'ils se complètent.

Pour cela, nous avons fait le choix de scinder les commentateurs en trois groupes :

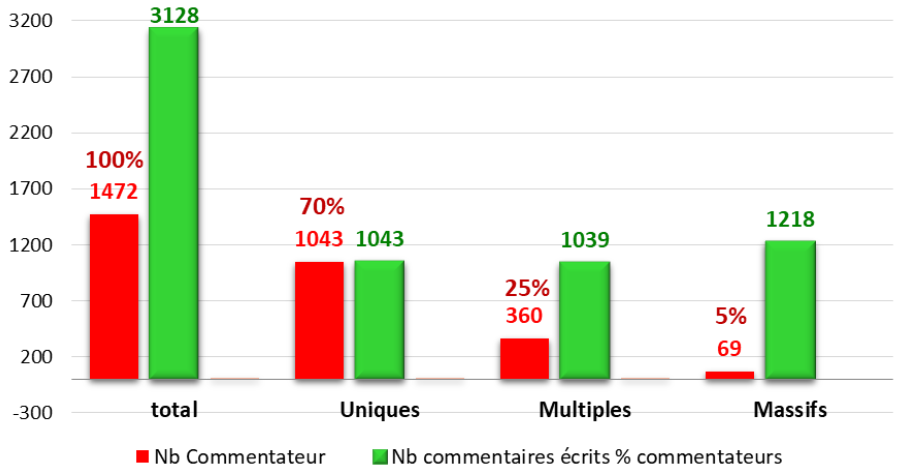
1. Les **commentateurs Uniques**, qui n'ont écrit qu'un seul commentaire, soit en s'exprimant spontanément, soit en répondant à un autre commentateur.
2. Les **commentateurs Multiples**, qui ont écrit entre 2 et 6 commentaires, c'est-à-dire qui ont participé à une conversation en échangeant avec d'autres sans y consacrer trop de temps.
3. Enfin, les **commentateurs Massifs**, qui ont écrit plus de 6 commentaires, dont quelques-uns dépassent la centaine. Pour cette catégorie, la moyenne des commentaires écrits est de 18.

Cette distinction reprend une tendance révélée par l'enquête en ligne en relation avec les engagés réticents, réfléchis et impulsifs, dont les comportements se caractérisaient par un rapport à l'engagement largement différencié. Toutefois, il ne s'agit pas de la même population, car nous sommes ici en présence d'une petite

partie des webspectateurs de cette enquête dont seuls 21% de nos enquêtés déclarent écrire parfois ou souvent des commentaires. Ici, l'écriture de commentaires sera analysée comme une forme spécifique d'engagement. Celle qui consiste à passer du temps pour exprimer une idée de manière plus ou moins approfondie et récurrente.

Ce graphique permet de comprendre visuellement l'ampleur de la production des commentateurs massifs. La répartition choisie des commentateurs en 3 groupes est cohérente dans la mesure où chaque groupe a produit à peu près le même nombre de commentaires.

Figure 157 : Nb & % de commentateurs et leur productivité



Analyse faite à partir du logiciel Iramuteq

Cette distinction nous permettra de voir s'il existe une différence significative des types d'engagements politiques en fonction de la production d'écrits, de découvrir les modalités d'écriture, les thématiques développées et les relations qui se tissent dans le groupe général des commentateurs.

Les commentateurs massifs sont-ils plus politisés que ceux qui écrivent peu de commentaires et apportent-ils des éléments constructifs dans les conversations ? Ou à l'inverse, viennent-ils les perturber en s'apparentant à des trolls, à savoir s'infiltrer dans les conversations pour les stériliser ?

Pour pouvoir répondre à ces questions, nous avons analysé la richesse de leur vocabulaire à partir de plusieurs critères : la quantité de mots utilisés et la moyenne de commentaires écrits par chacun en fonction de son groupe d'usage. Écrivent-ils des commentaires plus courts s'ils en écrivent beaucoup ? Et ont-ils un vocabulaire plus riche que ceux qui ne s'expriment qu'une seule fois ?

Le tableau N°159 ci-bas comptabilise les écrits et des performances de chaque groupe. Nous observons que plus les locuteurs écrivent de commentaires, plus ceux-ci sont longs. Quand le groupe des commentateurs ***Uniques*** utilise en moyenne 54 mots par commentaire, les ***Multiples*** en utilisent 74 alors que les ***Massifs*** en écrivent 96.

En moyenne, les Massifs écrivent donc près de 1300 mots, soit l'équivalent de 3 pages A4 en police de caractères Calibri taille 12 ! Mais cela est sans compter les "Super Massifs" dont le champion du corpus, LemanRuss[698], qui a écrit 104 commentaires pour un total d'environ 16 300 mots, soit plus de 20 pages pour

[698] Compte YouTube LemanRuss : www.YouTube.com/channel/UCn7QiQ2KjtvIWwoD5J-boag

une moyenne de 156 mots par commentaire. Nous verrons plus tard si son comportement se rapproche de celui d'un Troll, comme l'on décrit Titiou Lecocq et Diane Lisarelli qui cherche à déstabiliser les autres par des polémiques stériles[699], ou si ses propos sont suffisamment construits et tentent de rallier à sa cause ceux qui le lisent ? Mais il reste un cas presque unique dans le corpus.

Figure 159 : Comparaison lexicale des commentaires par catégories de commentateurs

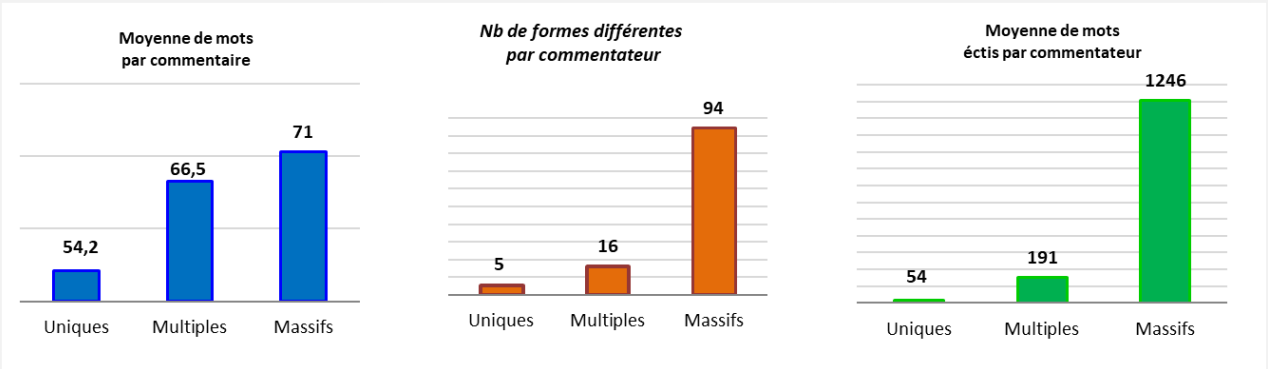
	Uniques	Multiples	Massifs
Nombre de commentaires	**1 043**	**1 036**	**1 218**
Nb de commentateurs	1 043	360	69
Nb d'occurrences (mots)	56 576	68 917	85 954
Nb de formes après lemmatisation	5 193	5 823	6 513
% de formes lemmatisées	9,18%	8,45%	7,58%
Nb d'Apax	2 670	2 874	3 023
% Apax dans les corpus	4,72%	4,17%	3,52%
Moyenne de mots par commentaire	**54**	**67**	**71**
Nb formes + Apax par commentateur	**57**	**199**	**1290**
Nb de formes différentes par commentateur	**5**	**16**	**94**

Analyse faite à partir du logiciel Iramuteq

Ces super Massifs (+ de 15 commentaires) représentent 36% de leur groupe, tandis que ceux de leur groupe qui en ont écrit au maximum dix, ne sont que 34%. C'est donc un groupe très actif.

En ce qui concerne la richesse de leur vocabulaire, on peut aussi souligner que le groupe des Massifs, en étant un petit nombre, a une richesse de vocabulaire impressionnante. En effet, à eux seuls, ces commentateurs utilisent 94 formes différentes pour s'exprimer. Comparée aux 5 des commentateurs Uniques et aux 16 du groupe des Multiples, la différence est impressionnante. Les formes sont le résultat de la lemmatisation des mots ; à savoir leur réduction à leur racine commune en réduisant les verbes conjugués à l'infinitif, les mots au pluriel au singulier, du féminin au masculin… afin de minimiser leur nombre tout en conservant leur sens sémantique.

Figure 160 : Comparaisons lexicométriques entre les groupes de commentateurs



Analyse faite à partir du logiciel Iramuteq

[699] LECOCQ Titiou et LISARELLI Diane, *Encyclopédie de la web culture*, Robert Laffont, 2011, 264 p. 153-157

Ces résultats confirment que plus les commentateurs écrivent de commentaires, plus la longueur de ceux-ci augmente, et à fortiori, plus leur vocabulaire (formes) s'enrichit. Cela montre qu'ils ne se répètent pas, mais que leurs arguments sont développés dans une syntaxe construite.

Nous pouvons affirmer que si le pourcentage d'Apax (mots utilisés qu'une seule fois) est relativement homogène selon les 3 profils, la lemmatisation des mots des Massifs englobe plus de formes (16 au lieu de 11), ce qui signifie qu'ils développent davantage leur argumentation en utilisant des mots de même famille pour exprimer et développer leurs idées. Le nombre de formes après lemmatisation montre aussi la richesse du langage utilisé, d'autant plus que le nombre de scripteurs est réduit chez les Massifs.

Mais ces résultats sont pour la plupart des moyennes. Des contrastes se retrouvent aussi à l'intérieur des mêmes groupes. C'est pourquoi nous serons obligés de faire des analyses qualitatives en prenant en compte des cas particuliers. En effet, pour un commentateur Unique, écrire une moyenne de 54 mots (3 lignes) est relativement important, mais ne dit rien de la disparité des commentaires. Si MillyLou a écrit 6 mots (*Témoignage très émouvant, bravo à vous*), saly_reglisse en a écrit 881 pour incriminer les autres dans un racisme hors norme, avec une quantité impressionnante d'erreurs d'orthographe et de grammaire, souvent considérées comme Apax, car non reconnus.

Ces observations viennent conforter notre enquête avec les engagés impulsifs s'investissant particulièrement dans l'écriture des commentaires. Nos entretiens qualitatifs nous ont fait rencontrer deux répondants qui correspondaient à cette pratique intensive d'écriture. Thomas et Pierre éprouvent un besoin important d'échanger avec les autres, mais préfèrent l'anonymat pour le faire. Ils s'informent beaucoup, et la télévision peut les accompagner pour s'intéresser à des sujets nouveaux. Ils n'ont pas fait de grandes études et cela les a poussés à l'autodidaxie. Mais c'est un auto apprentissage pour lequel les livres sont restés en retrait, et où l'audiovisuel s'est imposé ainsi que la presse en ligne. C'est peut-être la raison qui les pousse à lire l'avis des autres et à donner le leur. Thomas est un parfait exemple de commentateur massif. D'une famille de classe moyenne inférieure, il se fait appeler "Thomas Abdel-Kader" dans cet épisode, pour lequel il a écrit 21 commentaires. C'est d'ailleurs par cet intermédiaire que nous avons pris contact avec lui afin de pouvoir mieux comprendre ses motivations. Sa socialisation se déroule en grande partie sur le Net, et sur sa chaine YouTube. Ses propos sont parfois un peu embrouillés, mais il se considère comme étant un stimulateur de conversation. En effet, venant interpeler les autres rédacteurs, il suscite des réponses, qui elles-mêmes deviennent des conversations. Celles-ci favorisent l'intérêt des lecteurs, qui seront plus à même de venir y participer.

6.5 Des commentateurs massifs dans tous les épisodes.

Souhaitons savoir si la présence de ces commentateurs massifs était une anomalie de notre échantillon, il nous a paru nécessaire de comparer ces résultats à deux autres corpus. Le premier (#Dtg 71 Inégalités des sexes) a des données de réactions sensiblement identiques à notre "#Dtg 66 Assistanat" de référence : Il a un nombre de vues, de like et dislike et Nb de commentaires sensiblement proches. Le second, "#Dtg Démocraties(?)" est une vidéo beaucoup plus longue qui a fait l'objet d'un financement participatif. Elle fait

beaucoup plus consensus auprès de la communauté (seulement 205 dislike) et ses webspectateurs ont produit deux fois moins de commentaires (Fig.154).

En comparant ces informations avec l'épisode N° 71 sur **les inégalités des sexes**, mis en ligne le 6 mars 2017, le phénomène des commentateurs massifs se reproduit. Ce corpus est constitué de 1274 commentateurs pour environ 4000 commentaires et 400 000 vues ce qui le situe sur une fourchette haute de participation d'écriture, mais avec un nombre de vues plus faible.

Figure 154 : Comparatif des webspectateurs sur 3 vidéos #DataGueule

	vues	commentaires	commentateurs	like	dislike
#Dtg 66 Assistanat	760 000	3 300	1 472	25 000	1 100
#Dtg 71 Inégalité des sexes	408 000	4 000	1 274	14 000	2 900
#Dtg Démocraties(?)	413 000	1 500	1 513	15 000	250

Les deux épisodes explorent des sujets clivants et les réactions sont fortes chez les webspectateurs.

Afin de vérifier s'il existait aussi des commentateurs massifs dans ces épisodes, nous avons comparé ici de scripteurs des trois corpus pour savoir combien chacun en avait écrit et si des webspectateurs avec participé aux deux corpus (Fig.155).

Figure 155 : Comparatif du nombre de commentaires écrits par les plus actifs sur 3 vidéos #DataGueule

#Dtg 66 Assistanat	
Pseudo	***Nb***
LemanRUSS	104
JohanV	87
Shamanniac,SJWbien-pe	86
ThomaslaTomate	56
ThomasBenoit	37
RomainGout	34
EniotnaYssaneb	26
Freiheit	24
jchdesaintivy	24
JohnWotek	22
MonCompteTubulaire	21
ThomasAbdel-Kader	21
DoniBathuu	20
Laema	20
Lonewolf	20

#Dtg 71 Inégalité des sexes	
Pseudo	***Nb***
Delphine_Velay	82
L'esprit_d'escalier	67
OsAlnef	61
Christopher_Compagnon	52
Bubux	49
Nevenoe	30
scrutt_staut	28
Zeus	24
Katwoumane	23
Red/Daméo	23
A_B	22
Abde_DRN	20
Groarrr	20
Lussyliine_Abreu	20
S.	20

#Dtg Démocraties(?)	
Pseudo	***Nb***
Delphine_Velay	74
gaetan72	49
N7IsaacPolar	38
Nevenoe	27
Zeus	24
DataGueule	24
S.	20
Bubux	20
Lussyliine_Abreu	19
XavierMaret	19
Christopher_Compagnon	18
Kriss_Snowden	18
The_Bookish_Nerd	18
Arguelenor	17
scrutt_staut	17

Chacune de ces 3 vidéos motive des commentateurs « Massifs » à s'investir. Ce ne sont pas les mêmes. Ils viennent discuter et animer les conversations selon leurs thèmes de prédilection. On voit d'ailleurs que certains Massifs comme Bubux qui avait écrit 49 commentaires suite à l'épisode de *l'inégalité des sexes*, 20 sur celui Démocratie(s), n'en a pas écrit (ou peu) sur le sujet de l'assistanat. Ce tableau montre que l'implication des rédacteurs peut être multi-thématique, sans pour autant être systématisé à tous les sujets. Leur engagement est donc réfléchi, ils ne sont pas là pour se défouler, mais parce qu'ils ont des choses à dire, des arguments à faire valoir.

Dans les 3 corpus de commentaires, nous pouvons voir que seulement une infime partie des commentateurs (une vingtaine) dépassent les 20 commentaires.

Pour autant, sont-ce toujours les mêmes commentateurs qui s'investissent dans l'écriture d'un sujet à l'autre. Sont-ils des "habitués", sorte de petit groupe spécifique, se relayant pour discuter du travail de #DataGueule ?
Pour répondre à cette question, notre tri avec le tableur Excel permet de repérer 65 participants communs aux épisodes 66 et 71, ce qui représente une moyenne de **4,75%** de commentateurs communs. Cette faible proportion est à comparer aussi aux **0,2%** de webspectateurs de l'épisode 66 qui ont participé à l'écriture de commentaires. Il y a donc un renouvellement presque total des commentateurs d'un épisode à l'autre, ce qui indique que ceux qui écrivent se sentent connectés avec le sujet traité et ont besoin de réagir sur le contenu quand le sujet les touche. Il n'y a donc pas de groupe préconstitué de commentateurs. Ce phénomène dépend de la vidéo et de l'intention des auteurs. C'est pourquoi ne nombre de commentateurs varie au fil des épisodes comme le montre la figure 90 page 223.

Si on se réfère à notre enquête en ligne, la jeunesse de ces commentateurs massifs peut aussi être une autre explication de ce phénomène. En effet, nous avons vu que les plus actifs sont souvent les plus jeunes des webspectateurs. démocratieRouge en est la représentation parfaite. Il a écrit 19 commentaires et prétend avoir 16 ans en tenant un discours très bien construit, en n'hésitant pas à faire valoir son érudition.

> *"j'ai que 16 ans, mais je connais ce que c'est l'anarchisme […] moi j'ai la sagesse à 16 a d'aller voir dans le passer pour construire une pensée structurée et instruite. […] à la différence de toi je m'appuie sur des penseurs qui m'inspire Einstein, Marx, Proudhon, Engels, Hegel, etc., et toi que me proposes-tu un discours démagogique remplie de contradictions.*

Nous verrons plus bas si cette culture politique est répandue parmi les commentateurs. Mais cet exemple confirme l'enquête et nos entretiens qualitatifs : les webspectateurs s'informent, avant, pendant et à la suite des vidéos et certains sont tout à fait capables de produire des raisonnements construits.

6.6 L'impact des pseudonymes sur l'engagement rédactionnel

La condition pour écrire un commentaire est d'être identifiée par YouTube après avoir créé un compte sur la plateforme comme nous l'avons dit plus haut. Se pose alors la question du nom sous lequel les internautes souhaitent apparaitre dans les fils de discussions. Comme nous l'avons vu à la partie 2, chapitre 2, c'est ici que l'identité fait surface et s'exprime selon les composantes cognitives, affectives et comportementales du soi[700]. Le pseudonyme est une sorte de contrainte de la dénomination propre, car, à travers son inscription sur YouTube, Google rend obligatoire l'inscription d'un alias pour pouvoir écrire des commentaires ou approuver/désapprouver ceux qu'on lit. Mais au-delà, c'est une façon de rester masqué pour être libre de s'exprimer plus facilement.

[700] BENEDETTO, Pierre. « Chapitre 4. Le soi ", Psychologie de la personnalité. Sous la direction de Benedetto Pierre. De Boeck Supérieur, 2008, pp. 51-60.

S'interroger sur sa dénomination numérique est donc nécessaire pour toutes celles et ceux qui souhaitent participer aux interactions proposées (like, partage, abonnement…) et *a fortiori*, à l'écriture de commentaires. Même si une fois désigné, l'internaute peut modifier son nom, son pseudonyme fera partie de son identité numérique. Comme le choix de cette nouvelle identité de circonstance n'est pas toujours aisé à définir seul, des sites proposent d'en fournir de manière aléatoire (www. generateur-de-pseudo.fr) selon d'incertains critères de genre, d'originalité ou de profil gamer. C'est dire l'importance que revêt cette identité de façade, car *a contrario* du patronyme que l'on ne choisit pas, l'univers numérique offre la possibilité de se redéfinir, et de vivre une vie nouvelle, libérée de toute filiation généalogique. "*En s'auto-nommant,* précise Georgeta Cislaru*, on tente d'émanciper son identité du regard des autres tout en se positionnant au sein de la communauté des internautes. Par ailleurs, si l'émergence d'un nom propre s'inscrit dans une dimension communicative au sens de communiquer sur/avec X, le pseudonyme relève d'une intention de communiquer sur soi ou d'un souci de communiquer sans se dévoiler »*[701].

Même lorsqu'il correspond à une simple suite de lettres, le pseudonyme est condamné à signifier quelque chose, ne serait-ce que « *je refuse de me prêter aux règles du jeu et de choisir un pseudonyme qui ne veut rien dire* ». Sa signifiance implique directement l'individu sujet et contribue à la construction de son éthos discursif.

> *"Le pseudonyme est cette ressource linguistique qui permet de sélectionner et de sémiotiser des aspects d'un individu qu'un nom ou un prénom représente généralement dans sa globalité "matérielle et spirituelle", et dans sa continuité temporelle". (*Georgeta Cislaru*, 2011)*

Certains utilisent leur véritable nom sans tentative avérée de dissimulation (comme le fait Guillaume avec son prénom) ou en assumant aussi leur patronyme, à l'exemple de Pierre Antoine Le goff[702]. Ici l'appellation se compose d'un prénom connu (Pierre Antoine) enrichi d'un nom de famille qui semble véritable (Le Goff). Reste un doute sur la véracité des informations, mais la banalité du patronyme laisse penser qu'il est authentique.

Dans notre corpus, une différence apparait en fonction des groupes de commentateurs. Moins ils écrivent de commentaires et plus ils se dévoilent sous leur vraie identité. À l'inverse, les Massifs sont ceux qui jouent le plus avec les pseudonymes pour participer aux échanges. Pour arriver à ce résultat, nous avons analysé tous les pseudos du corpus, par groupes de commentateurs, et regardé ceux qui semblaient être composés d'un prénom et d'un nom, en vérifiant quand il y avait un doute sur Internet pour savoir si cela correspondant potentiellement à une personne.

Figure 161 : % de vrais noms selon le profil des commentateurs

	UNIQUES	MULTIPLES	MASSIFS
% de vrais Noms	23%	16%	14%

Comptage et estimatif de la véracité des 1474 pseudo

[701] CISLARU Georgeta, « Le pseudonyme, nom ou discours? », Les Carnets du Cediscor [En ligne], 11 | 2009, mis en ligne le 01 mars 2011, consulté le 30 avril 2019. URL : http://journals.openedition.org/ cediscor/746

[702] Chaine YouTube de Pierre Antoine Le goff: https://www.YouTube.com/channel/UCVEx9Mw582rkT3lS0ZJBlpQ.

Ainsi, dans le corpus de l'épisode, **79%** des webspectateurs s'inscrivent sur la plateforme avec un nom qui les anonymise. Ce pourcentage augmente, plus les webspectateurs écrivent de commentaires. L'engagement en termes de temps et d'énergie intellectuelle se traduit par des identités masquées plus ou moins réfléchies, ce qui permet aux individus de se sentir plus libres de s'exprimer comme ils le souhaitent.

Le choix du pseudonyme est aussi intéressant à étudier, même si notre tri n'est pas nécessairement exhaustif. Ces dénominations révèlent toutefois une intention de communiquer quelque chose aux autres sans se dévoiler totalement, mais en donnant à voir un indice, une petite pièce du puzzle de la personnalité de chacun. Un personnage fantasmé, un trait d'humour, une situation géographique, un message politique… sont alors autant d'entrées codées qui indiquent où se situent leurs auteurs. Ici, nous nous situons dans une perspective fonctionnelle et formelle et considérons que les pseudonymes sont des noms propres dans la mesure où ils ont un rôle identifiant parce qu'ils sont sujets à des modifications morphologiques ou lexicales : ainsi, d'une part, un pseudonyme peut correspondre aussi bien à un syntagme nominal (Shamanniac, SJW bien-pensant 69Com), à un nom nu (Quidam Lambda) qu'à un verbe (mangerlentement 4Com).

D'autre part, le statut pseudonymique est toujours accompagné d'un marqueur graphique qui a été choisi ou non par son auteur. Si l'internaute ne télécharge pas une image pour compléter son profil, l'image qui l'accompagnera sera constituée des initiales de son nom ou pseudonyme. S'il en télécharge une, cette étiquette sera un élément supplémentaire de compréhension, ou au moins une approche identitaire de son auteur. C'est un indice en image qui fait partie d'un travail de définition au-delà des mots, façon de donner corps à une identité numérique trop virtuelle. Elle renforce ou détermine le pseudonyme comme l'exemple de Brush Your Teeth (31 Commentaires écrits) et de son petit fantôme qui apporte une touche d'humour et de dérision comme trait d'identité alors que Shamanniac, SJW bien-pensant croise les références d'un jeu vidéo (Shamaniac mettant en scène de grands magiciens), du concept de "social justice warrior" qui fait débat sur la toile dans une définition contradictoire relayée par un article de France 24 de juin 2017[703].

Brush r teeth

Shamanniac

"Pour le Oxford Dictionary, qui a intégré le mot en août 2015, l'expression « social justice warrior ». Elle signifie "une personne qui exprime ou promeut des valeurs sociales progressistes". Définition plutôt large, vague, et bien loin du cauchemar qu'on décrit sur Internet. Urban Dictionary, justement, le décrit comme "un individu qui provoque de manière répétée et véhémente des débats sur la justice sociale sur Internet, souvent d'une manière superficielle ou mal pensée, pour améliorer leur propre réputation." L'internaute qui se cache derrière ce pseudo a visiblement pris en compte cette polémique et se donne une image d'une personne très engagée par les causes sociales. Pour parfaire son portrait, Il a incarné ce nom par une icône représentant un vieux sage barbu sur fond d'étoile psychédélique en se décrit lui-même sur sa chaine par cette description :

'Une autre description ? C'est pourtant clair...

[703] https://www.france24.com/fr/20170624-le-social-justice-warrior-est-il-militant-bien-pensant-agressif-quon-laccuse-detre

Comme le remarque fort justement Maurice Laugaa dans son livre La Pensée du pseudonyme, "il n'y a pas d'interprétation du pseudonyme sans le référer aux systèmes de la nomination ; mais, inversement, pas d'interprétation de ces systèmes sans les référer au pseudonyme »[704].

Une source d'inspiration récurrente se trouve dans l'univers des récits fantastiques et des univers de jeux. En effet, plusieurs pseudonymes semblent s'inspirer de cet univers à l'image de Leman Russ, le Super Massifs du corpus. On retrouve la description de ce nom dans des sites de manga tels que lexicanum (encyclopédie *non officielle* sur l'univers de Warhammer, le jeu de figurines de Games Workshop) qui nous rappelle que **Leman Russ** est un des plus célèbres héros de l'Imperium[705], empire galactique de l'univers du jeu Warhammer[706]. John Downing décrit la possibilité que des discours politiques forts émergent de ce qu'il nomme "radical Média"[707]. Ceux-ci s'intègrent dans des pratiques culturelles populaires pour faire émerger des discours éminemment politiques accompagnant les représentations sociales émergentes. L'engagement politique peut apparaitre en des lieux et sous des formes qui n'ont pas de cadre politique institué, tel que les espaces de jeux de rôles qui pourraient faire écho aux tiers espaces de Scott Wright. Les pseudonymes sont nourris par les parcours individuels. Ils puisent dans la pratique des jeux vidéo et forment une sorte de concentré de la personnalité. Assorti d'une image dans 90% des cas, le pseudonyme participe d'une construction d'une identité numérique unique.

Les pseudonymes contribuent à la structuration sociale en mettant en évidence les stigmatisations ou les valorisations sociales, en faisant ressortir des normes propres à ces groupes et des régularités en ce qui concerne leurs pratiques de nomination. Il y a, par conséquent, une volonté implicite de s'engager à côté d'un groupe social auquel on a envie de se rattacher.

Dans les conversations qui se créent à la suite de l'épisode, la pratique de pseudonymes semble totalement intégrée par les internautes. Si une très large majorité les cite pour indiquer à qui ils s'adressent, personne ne discute ou ne se moque de leurs intitulés. C'est une pratique tellement majoritaire qu'elle est intégrée à l'usage des pratiques discutionnelles sur YouTube. Rester anonyme permet d'encourager la prise de parole. Cela peut être négatif lorsque ce masque pousse à des propos agressifs et volontairement offensants, qui peuvent être punis par la loi, mais cela est aussi largement positif lorsque les personnes peuvent s'exprimer et s'exercer à la pratique argumentative.

6.7 L'usage d'un lexique politique dans les groupes de commentateurs

Souhaitant mesurer l'engagement politique (ou subpolitique) des scripteurs en lien avec la réception de la vidéo de #DataGueule, nous voulons déterminer si leurs écrits ont une teneur politique qui permette d'affirmer que la vidéo est bien leur vecteur de motivation.

---

[704] LAUGAA Maurice, "La pensée du pseudonyme" PUF, 1986, p292

[705] Imperium de l'Humanité ; Voir la page https://wh40k-fr.lexicanum.com/wiki/Leman_Russ_(Primarque)

[706] Warhammer 40,000 https://fr.wikipedia.org/wiki/Warhammer_40,000

[707] DOWNING John. D.H, *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*, Londres, Sage, 2000.

Pour faire le lien entre les deux (Vidéo et commentaires) nous devons établir un lien lexical entre les propos tenus dans la vidéo et ceux écrits dans les commentaires. Connaitre la réception du contenu de l'épisode sur son public est une information importante dans notre analyse. Savoir si le champ sémantique utilisé par les auteurs et Nina Schmidt infuse dans la dialectique des commentateurs sera un premier indicateur de son influence ; non pas en termes d'orientation, mais en termes de réactivité, car il ne nous est pas possible, à ce stade, de savoir ce champ sémantique opère une quelconque ascendance. Si ce lien existe, cela montrera que les mots de la vidéo sont repris dans les commentaires et ce son champ sémantique est travaillé dans les conversations.

Pour ce faire, nous avons voulu savoir si les mots de l'épisode étaient repris par les webspectateurs dans leurs commentaires, et avec quel pourcentage. Ceci signifierait que les informations délivrées par la vidéo seraient bien intégrées par les webspectateurs.

Nous avons tout d'abord défini le champ sémantique de l'épisode en identifiant 58 formes actives ou expressions significatives et les avons comptabilisés dans le corpus des commentaires. Sur les 74 683 formes actives du corpus, 7608 ont été comptabilisées qui appartiennent au champ sémantique de la vidéo, ce qui représente un pourcentage supérieur à 10%.

Ce résultat est très significatif. Il montre l'influence que la vidéo a sur la réflexion des webspectateurs. On peut donc affirmer que le contenu sémantique de l'épisode est bien assimilé par les webspectateurs et qu'ils le reprennent dans leurs écrits et leurs idées. Ce premier constat montre que le message se transmet correctement et qu'il sert de base de réflexion commune.

Formes actives de la vidéo utilisées					
payer	524	demander	152	national	40
pauvre	412	pauvreté	107	bénéficier	38
travail	401	assistanat	99	chômeur	38
social	384	famille	97	prestation	38
travailler	357	milliard	95	représenter	37
rsa	356	chômage	94	taux	36
aider	345	retraites	81	moins de 500€	27
riche	344	entendre	87	missions intérim	25
mois	274	nombre	77	90% de la population	25
droit	260	1%	76	10% les plus riches	21
gagner	256	population	75	précaires	21
seul	239	seuil	75	contribuer	16
fraude	226	discours	71	allocataire	14
français	211	travailleur	67	ménage	14
euro	196	logement	55	minimas	11
étude	193	moyenne	54	constitution	3
emploi	185	assurance	46	france	3
société	177	diplômes	44	questionner	3
solidarité	162	mythe	43		
richesse	160	allocation	41		
TOTAL FORMES ACTIVES CORPUS COMMENTAIRES				74 683	
formes actives totales prises dans la vidéo				7 608	
Pourcentage				10,19%	

Dans un second temps, afin de savoir si les commentateurs parlent de politique, et s’ils intègrent dans leurs propos le champ lexical de la politique il nous faut le rechercher dans le corpus de commentaires. Nous inspirant des travaux de Todd Graham et ses collaborateurs qui ont étudié le rapport entre les conversations

quotidiennes et du passage à l'action politique dans les tiers-espaces (Graham, Jackson & Wright, 2015), nous avons recherché le vocabulaire qui pouvait participer à la définition d'un discours politique. Par discours politique, nous nous référons à une façon de parler/écrire des participants établissant des liens entre leurs expériences individuelles et les processus et institutions politiques formels (y compris les politiciens, les partis, les politiques, etc.) ou lorsque la politique institutionnelle elle-même devient le sujet de discussion. Dans cette recherche, afin d'identifier des éléments purement politiques, nous avons appliqué une recherche par mot clé aux commentaires. Il comprend 150 mots-clés, qui peuvent être classés en quatre groupes :

- Les personnalités politiques (Hollande, Sarkozy, Fillon, Mélenchon, Macron, Le Pen…)
- Les partis et les idéologies (gauche, droite, socialiste, extrême…)
- Les institutions (parlement, France, Europe…)
- Et les conditions générales (politique, Démocratie, vote, citoyen…)

Les données brutes récoltées sont difficiles à interpréter sans être contextualisées. Elles seraient plus lisibles si elles pouvaient être interprétées dans un format standardisé. Celui-ci apporterait une mesure statistique dont les résultats seraient interprétables. Pour ce faire, nous avons rassemblé les mots des corpus par groupe de 40 mots pour reconstituer statistiquement un nombre de segments ressemblant à des phrases. Ainsi un pourcentage de mots politiques dans ces phrases laisserait apparaitre une signification et une appréciation plus pertinente de l'utilisation de termes politiques les discours.

Figure 162 : Comparaison des formes politiques suivant la catégorie de commentateurs avec les propos de l'épisode N°66

	Uniques	Multiples	Massifs	Episode 66
TOTAL MOTS POLITIQUE	361	549	885	171
% CORPUS	0,64%	0,80%	1,03%	9,13%
TOTAL FORMES	56 576	68 917	85 954	1873
Moyenne de phrases (30 mots)	1886	2297	2865	62
% phrases avec mot politique	19,1%	23,9%	30,9%	275%

Sur la base de 3313 commentaires comprenant 212.919 mots analysés par IRaMuteQ

Alors que les mots à teneur politique représentent plus de 9% de la voix off et des propos tenus par la représentante du laboratoire des inégalités, ceux des commentateurs massifs sont de 1% (Fig.169). Ce pourcentage est important, car il faut considérer que l'épisode est le condensé politique sur la base duquel les webspectateurs vont réfléchir. C'est la raison pour laquelle chaque phrase contient plusieurs mots politiques qui développent le discours de l'épisode (voir le script en annexe). Il est donc normal de ne pas retrouver les mêmes pourcentages dans les corpus de commentaires.

Pour autant, cette recherche fait apparaitre que les commentateurs Uniques insèrent un mot politique toutes les 5 phrases, les Multiples, un toutes les quatre, et les Massifs, un toutes les trois phrases. On peut donc affirmer que les discussions qui se déroulent à la suite de l'épisode ont une teneur politique, qui s'accentue en fonction du groupe de commentateurs.

6.8 Ce que l'analyse sémantique des commentaires nous dit des engagements politiques de leurs auteurs.

6.8.1 Les centres d'intérêt conversationnels

À la différence des analyses précédentes, il ne nous semble pas pertinent d'analyser le corpus des 3312 commentaires selon les catégories de nombre de commentaires. En effet, les commentateurs ne discutent pas en fonction de leur typologie de scripteur, mais ils sont totalement mélangés dans leurs conversations. Lorsqu'ils interviennent, ils le font selon leurs envies, leurs affinités et l'intérêt qu'ils ont à prendre la parole.

Pour étudier l'ensemble du corpus, nous l'avons analysé selon la méthode de classification ascendante hiérarchique proposée par IraMuteQ. Pour chercher les thématiques de discussions, les similitudes ou les différences sémantiques, nous les avons triées chacun en 6 classes selon la méthode Reinert[708], afin de donner à notre cadre d'analyse une certaine homogénéité de forme. Cet outil nous permet d'analyser le contenu sémantique de chaque proposition de classe afin d'en interpréter la thématique principale. Nous avons ensuite effectué des analyses factorielles des correspondances de chaque groupe, et les avons représentés dans des tableaux de représentation pour donner corps aux individus qui composent chaque groupe et de représenter leur production sémantique.

La classification ascendante hiérarchique est une méthode de classification itérative dont le principe est simple. Le programme IraMuteQ commence par calculer la dissimilarité entre toutes les formes, puis il regroupe toutes celles dont le regroupement minimise un critère d'agrégation donné, créant ainsi une classe comprenant ces deux formes. Il calcule ensuite la dissimilarité entre cette première classe et les N-2 autres formes, en utilisant le critère d'agrégation. Puis il regroupe les deux classes de formes dont le regroupement minimise le critère d'agrégation. Il continue ainsi jusqu'à ce que toutes les formes soient regroupées. L'explication du fonctionnement d'IraMuteQ et des classifications hiérarchiques descendantes est accessible en Annexe 8.

Ces regroupements successifs produisent un arbre binaire de classification (dendrogramme), dont la racine correspond à la classe regroupant une partie statistiquement représentative des individus. Ce dendrogramme représente une hiérarchie de partitions.

Ce qui apparait rapidement, c'est que les familles sémantiques qui font surface contiennent un nombre de segments analysés et un nombre d'auteurs très variés. Nous souhaitons différencier la quantité des écrits sur un thème donné et les rédacteurs qui les produisent. Certaines familles représentent une quantité de segments très importante, mais ont été écrits par une petite minorité de commentateurs, tandis que d'autres ont fait "couler beaucoup moins d'encre", mais représentent pourtant un nombre plus important de commentateurs. Pourtant, les analyses sont nécessairement différentes si un thème envahit l'espace, et qu'il

[708] Méthode qui permet de définir des règles permettant de classer des objets dans des classes à partir de variables qualitatives ou quantitatives caractérisant ces objets.
REINERT, A. « Une méthode de classification descendante hiérarchique: application à l'analyse lexicale par contexte ». Cahiers de l'Analyse des Données, 1983, vol. 8, no 2, p. 187-198.

est alimenté par une minorité de personnes particulièrement actives, ou si une majorité d'autres qui s'exprimeraient individuellement, sans susciter de réactions corolaires.

Figure 163, dendrogramme des 6 familles sémantiques de mots associés dans l'ensemble des commentaires.

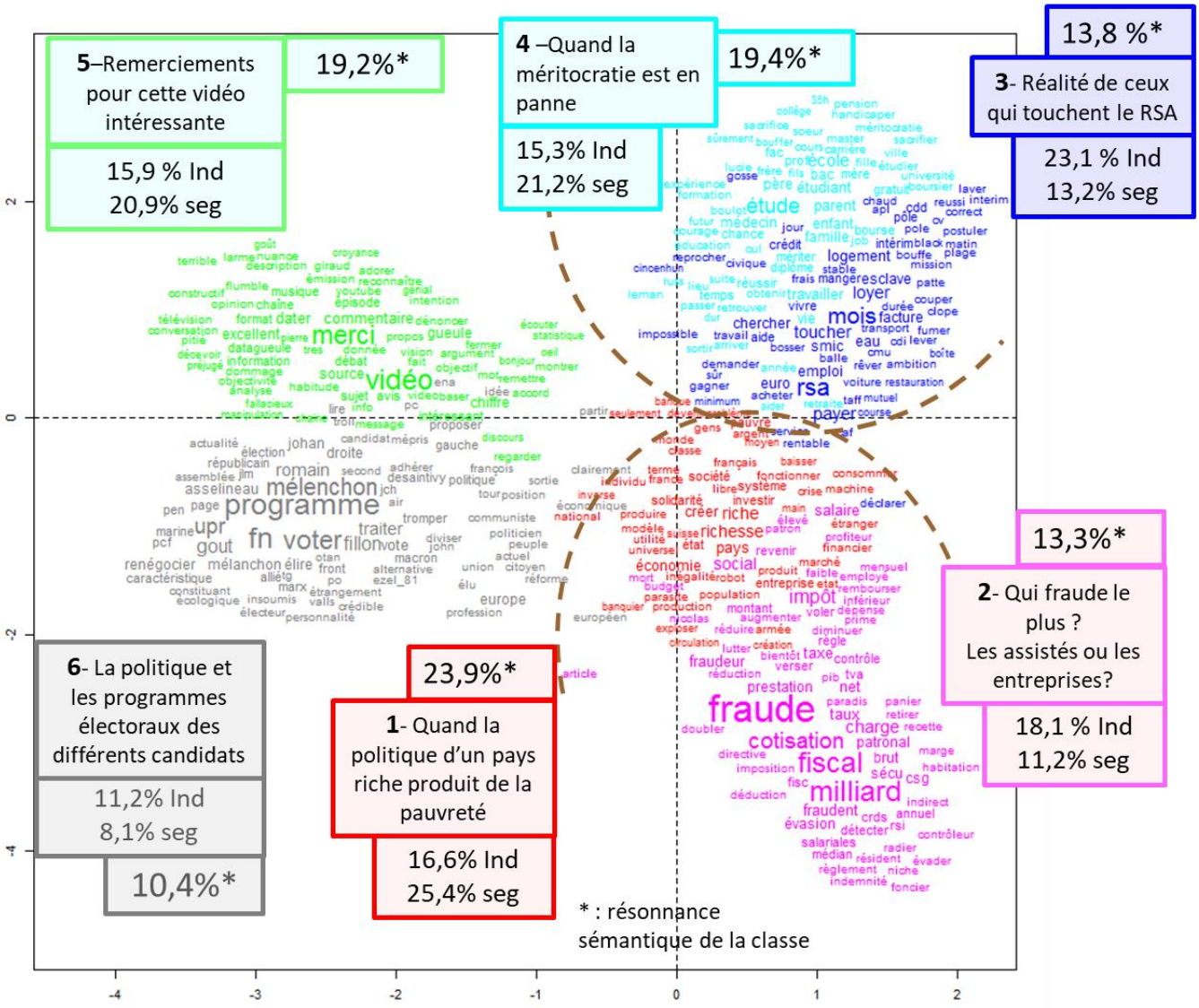
	Famille sémantique 1	Famille sémantique 2	Famille sémantique 3	Famille sémantique 4	Famille sémantique 5	Famille sémantique 6
individus	113	123	157	104	108	76
% ind	16,6%	18,1%	23,1%	15,3%	15,9%	11,2%
Nb mots	574	395	369	450	447	327
% sur total	22,4%	15,4%	14,4%	17,6%	17,4%	12,8%
Nb Segment	1553	682	807	1291	1278	492
%segm/clas	25,4%	11,2%	13,2%	21,2%	20,9%	8,1%
%mot/ind	0,20%	0,13%	0,09%	0,17%	0,16%	0,17%
%segm/ind	0,23%	0,09%	0,08%	0,20%	0,19%	0,11%
moyenne/ind	0,21%	0,11%	0,09%	0,19%	0,18%	0,14%
résonnance sémantique du groupe	23,9%	13,3%	13,8%	19,4%	19,2%	10,4%
	quelques mots saillants					
	richesse	fraude	rsa	étude	vidéo	programme
	riche	fiscal	mois	école	merci	fn
	pays	milliard	payer	étudiant	commentaire	voter
	économie	cotisation	toucher	parent	chiffre	mélanchon
	créer	impoôt	loyer	travailler	source	upr
	solidarité	charges	logement	bac	excellent	fillion
	société	social	smic	enfant	chaine	traiter
	état	net	chercher	famille	sujet	vote
	investir	fraudent	euro	médecin	musique	droite
	système	taux	esclave	vie	débat	Mélanchon
	entreprise	salaire	facture	père	épisode	élire
	pauvre	taxe	emploi	mériter	information	renégocier
	produire	fraudeur	manger	chance	format	asselineau
	modèle	sécu	pôle	bourse	interressant	europe
	utilité	évasion	intérim	prof	argument	page

Il faut noter que ces familles sémantiques n'enferment pas les commentateurs, elles les intègrent lorsque ceux-ci partagent les mêmes thèmes avec d'autres. Des commentateurs (et en particulier les commentateurs massifs peuvent donc se retrouver dans plusieurs familles sémantiques s'ils ont abordé plusieurs thématiques regroupées au sein de chaque famille.

Ce que nous souhaitons faire ressortir est l'importance d'un thème (représenté schématiquement par une famille sémantique) en fonction de l'intérêt de l'ensemble des acteurs de ce regroupement. Nous avons

comptabilisé le nombre de segments représentant la classe, le nombre de mots saillants ainsi que le nombre d'individus représentatif, analysés par le logiciel IraMuteQ.

Figure 164 : AFC des mots saillants de l'ensemble des commentateurs formant 6 classes sémantiques



Comme le montrent les tableaux des figures 163 et 164, ces informations donnent lieu à des pourcentages sur l'ensemble du corpus. Nous faisons ressortir les pourcentages d'individus de chaque famille, leurs longueurs de segments et de mot saillants utilisés. Toutes ces informations nous permettent de calculer la **résonance sémantique** de la classe, c'est-à-dire, la force d'influence qu'elle imprime sur le groupe et donc sur les individus. On peut ainsi faire ressortir la famille sémantique la plus engageante (la N°1) pour les commentateurs ainsi que celle qui les inspire le moins (la N°6). Ce concept de résonance sémantique permet de mesurer l'engagement d'un groupe vis-à-vis d'une thématique spécifique. Ici on s'intéresse à l'ensemble des scripteurs pour faire ressortir ce qui les mobilise le plus.

Le tableau 163 indique que la question du contenu programmatique des différents candidats est traitée dans les conversations, mais qu'il est le sujet qui intéresse le moins des commentateurs. Sa résonance sémantique

n'est que 10%. À l'opposée, questionner les inégalités sociales en France, le rôle des entreprises et des travailleurs pauvres produit deux fois plus d'intérêt.

Afin de bien comprendre la thématique développée dans famille, nous allons analyser ici chaque famille sémantique.

6.8.2 Famille sémantique 1 : « *Quand la richesse crée de la pauvreté* »

La famille sémantique N°1 (en rouge) résonne le plus dans le corpus avec près de 24% de résonance sémantique. Elle explore la notion économique de *création de valeur*, rarement traitée dans les émissions grand public. Les mots saillants évoquent les **richesses** (dont le mot revient 179 fois), le **pays** (398 fois), et leur **économie** (145 fois) et la place de la **France** (517 fois) est centrale, et son statut au sein de **l'Europe** (73 fois) est questionné. Et peut-être résumé par la formule « *les riches créent de la pauvreté* »

Le sujet initial de l'épisode 66 (les aides sociales) dérive sur des questions plus larges, ce qui montre que ce programme, par la mise en avant des données, donne la possibilité à son public de s'en emparer pour en explorer les notions sous-jacentes. Car au-delà de la question des fraudes sociales ou fiscales, on peut questionner ce qui produit la richesse d'un pays, sa répartition, et réfléchir à un modèle plus efficace pour la répartition des richesses produites. C'est ici que la création de valeur intervient. Car si pour une partie significative des intervenants, ce sont les entreprises, et elles seules, qui créent de la valeur, et par ricochet les possesseurs de parts sociales (actionnaires ou entrepreneurs). D'autres affirment que la valeur n'est pas seulement produite par ceux qui travaillent dans des entreprises ou des administrations, mais que beaucoup d'activités de la vie quotidienne produisent autant de valeur qui ne sont simplement pas comptabilisées comme telle. Se servant des travaux de Bernard Friot[709] cité 22 fois, les exemples du jardinier amateur ou des grands parents baby-sitters, permettent de mieux comprendre les propos développés entre autres par Guillaume Landaburu, « *Le travail au sens marxiste du terme (celle de Friot) peut en gros être assimilé à "toute action qui a pour but de transformer notre environnement, par un changement physique ou moral"* ». Or, l'autoproduction peut-elle être considérée comme participant à la richesse collective ? Non, répond LaFlamme Azure qui précise que « *ça ne bénéficie pas au reste de la société, ça ne crée pas de richesse tangible qui se diffuse dans l'économie* ». Même la prostitution est questionnée sous cet angle quand Shamanniac défend l'idée « *que les gens satisfaits sexuellement sont plus productifs, donc ça bénéficie à toute la société, donc y'a bien eu création de valeur !* ». Dans cette **famille1**, les scripteurs évoquent ce qu'ils connaissent. Ils ne parlent pas de travail et de monnaie en faisant référence aux écrits de Marx, Ricardo[710] ou Gorz[711] qui relativisent la question de la valeur des objets par le travail. Non, ici la réflexion est plus liée à des sentiments et des valeurs morales. Mais elle a le mérite de mettre en mouvement des concepts non intuitifs et de donner ainsi la possibilité à ceux qui seraient intéressés par ce point de vue de creuser cette question fondamentale.

---

[709] FRIOT Bernard, *Puissances du salariat*, nouvelle édition augmentée, Paris, Éditions La Dispute, 2012

[710] RICARDO David (1772/1823) est l'auteur de la théorie de la valeur qui distingue la valeur d'usage (c'est-à-dire l'utilité) et la valeur d'échange.

[711] GORZ André, (1923/2007) scrute dans *Métamorphoses du travail, quête du sens*, le travail hétéronome et le travail autonome pour en distinguer ses buts.

Puis, au-delà de la production de valeur, c'est la surpopulation qui est évoquée et le mythe de la croissance infinie. Pour **Leman Russ**, le commentateur Super Massif, cela reflète la peur de la mort et la fuite devant certaines réalités objectives. "*Les biens n'apparaissent pas ex nihilo, mais ex materia*". La matière étant par définition limitée à notre planète, la surpopulation ne peut que provoquer de grandes difficultés. Car pour lui, si les bénéficiaires d'aides sociales ne produisent pas de valeurs, ils contribuent à la massification des comportements négatifs et contribuent à la dégradation des environnements. La surpopulation produit plus de nuisances que de bienfaits. Sa partition élitiste divise le monde entre ceux qui travaillent à produire ou à aider à la production, et ceux qui ne participent pas à cette création, mais en bénéficient grâce aux aides sociales sans y participer. De la croissance à la création de valeur, c'est donc le même sujet qui est débattu.
Dans cette classe, la politique est conceptualisée. Sont évoquées certaines théories et les échangent dans leur ensemble éveillent une réflexion, qui, si elle ne permet pas d'approfondir les concepts, permet tout de même de les approcher.
Leman Russ se distingue particulièrement ici. S'il n'est pas l'acteur décisif de cette famille sémantique, il en est un particulièrement actif. C'est un libertarien non revendiqué qui agit comme un Troll sans stériliser pour autant les débats, bien au contraire ; car il suscite une opposition farouche, qui malgré tout, finit souvent par abdiquer, tout en le combattant intensément. Il est une sorte de représentation extrémiste du néolibéralisme, imaginant l'État réduit à quelques missions régaliennes telles que la santé, la sécurité, la justice, l'éducation et les affaires étrangères. Le reste doit être laissé totalement libre et régulé par le marché.

Son discours est radical. Il soutient que les Français sont des assistés par leur système social et fiscal. Il s'insurge contre "la répartition sociale du système fiscal français". Son but est de se désolidariser de la France pour prendre une autre nationalité (luxembourgeoise ou américaine) afin d'échapper à ce qu'il appelle le racket français qui pèse sur les revenus.

> *Le système français perdure depuis 45 et il est largement dépassé. C'est ce système qui vole le fric des travailleurs et non pas les actionnaires. La preuve, la CSG CRDS rapporte beaucoup plus que l'IRPP et l'IS réunis*
> Leman Russ

Semblant connaitre le droit européen qui permet de choisir son système social et la mise en concurrence de tous les systèmes européens, Leman Russ déclare son projet ouvertement. On ne peut que constater qu'il réfléchit à la question depuis longtemps et que son intérêt lui a dicté une idéologie de séparatisme fiscal. Il égraine ainsi les arguments et se sert de chiffres et d'articles officiels plus ou moins sourcés pour les accréditer. Son argumentation est solide et sa rhétorique bien rodée. Il n'hésite pas à dénigrer ses contradicteurs, et on sent une certaine colère s'exprimer dans ses propos quand il parle de "franchiasse" ou de "sécurichiasse". Mais il cherche aussi le contact et semble avoir un plaisir certain à écrire et à provoquer ses adversaires.

Le combat se déroule en effet en plusieurs temps. Alors que l'épisode est mis en ligne en 2017, il intervient à trois périodes différentes en 2018, 2019 et 2020. Si beaucoup de commentateurs ne répondent pas à ceux qui leur écrivent, lui semble le faire systématiquement. Et il le fait avec application en écrivant parfois l'équivalent d'une page A4 taille11, ce qui dénote d'un engagement très important. Pour autant, ses nombreuses interventions dans ce corpus tournent souvent autour des mêmes thèmes. Son côté militant est

donc très actif, même s'il ne revendique pas être affilié à un mouvement politique. Son combat semble plus personnel que sociétal, et son acrimonie vis-à-vis du système fiscal français n'a pas pour ambition d'améliorer le monde, mais bien de préserver ses moyens financiers et obtenir encore plus de liberté, mot qu'il cite 40 fois. Ses comparaisons avec d'autres pays servent de modèle à suivre et à décrédibiliser son pays de naissance.
C'est donc un archétype intéressant dans un groupe de commentateurs. Son point de vue est tellement tranché qu'il a le mérite d'être un point de balance idéologique. Il y a ceux qui iront dans son sens (assez peu) et ceux qui s'opposeront à lui frontalement. Il est donc un révélateur d'engagement politique. Bien qu'une minorité soit tentée de régler la question par des propos agressifs.

La majorité cherche des moyens dialectiques pour mettre à mal sa vision du monde. Quelques-uns reprennent les éléments diffusés dans l'épisode, d'autres s'essayent en apportant des chiffres nouveaux, mais en conservant les mêmes éléments de langage, d'autres font apparaitre sa filiation politique qui a fait le choix de la stigmatisation d'un groupe au profit d'un autre pour l'aider à se soustraire aux obligations fiscales « *"certains bruits de couloir élyséens parlent de virer environ 200 employés du FISC qui visent la fraude fiscale pour embaucher 600 autres visant la fraude aux aides sociales" »* écrit Pagan Archist ou retracent les mesures qui ont été prises par le gouvernement du moment, et qui donnent la possibilité à des personnes fortunées de s'extraire de la contribution nationale :

> *Pendant ce temps, réforme avantageuse de l'ISF, suppression de l'"Exit Tax" (sur l'"optimisation" fiscale) ; loi Valls de janvier 2017 plaçant la Justice sous la coupe du gouvernement (ce qui viole d'article 16 de la constitution), la loi "Fake News", la loi "Secret des Affaires"... On en reparle de la "démocratie", de l'"assistanat"?*
> Pagan Archist

Un commentateur rappelle l'histoire de la sécurité sociale comme d'une assurance privée, alimentée par les cotisations salariales et gérée par les salariés avec une représentation patronale minoritaire. Il fait référence au projet de Bernard Friot qui milite pour le salaire à vie et qui nécessite la socialisation des moyens de production. Ce commentateur porte une réflexion générale sur le salariat et les cotisations sociales comme moyens de financement d'une économie en dehors de l'État et par conséquent, beaucoup plus stable en cas de crise financière.

Un opposant tente, avec une note d'humour, d'inverser la notion d'assistanat qu'il nomme ici parasitisme en le faisant changer de camp.

> *"Leman brother RUSS, Les actionnaires sont des personnes qui spéculent sur le travail des autres au lieu de travailler. Ce sont des rentiers. Un actionnaire est un gars qui met 100 euros dans une machine, qui va jouer au golf et qui attend que la machine lui sorte 120 ou 130 euros â la fin. Le travailleur est celui qui fait tourner la machine.*
> Quidam Lambda

La stratégie d'un autre consiste à focaliser l'attention sur les multinationales en les dénonçant comme étant celles qui se soustraient le plus à l'effort national, ce qui devrait permettre à Leman Russ de se sentir lésé lui aussi, comme tous les autres contribuables.

Mais rien n'y fait. Car au fil des échanges, ces arguments permettent à Leman Russ de révéler le fond de sa pensée:

Ce que tu appelles fraude fiscale moi j'appelle cela se libérer. Leman Russ

Sans être jamais grossier et insultant, son mépris est extrêmement violent. Leman Russ agit comme un **troll**, au regard de la définition qu'en fait Einar Ólafur Sveinsson qui relie ce mot au verbe islandais trylla qui signifie « *rendre fou, conduire à une puissante rage, remplir de furie* »[712]. Le verbe qui a été créé pour l'exprimer fait également référence au verbe anglais to troll, qui définit une technique de pêche à la traîne et à la cuillère. Cette pratique consiste à laisser traîner un leurre dans le sillage du navire en mouvement pour capturer les poissons. Comme l'explique Pierre-Marie Bonnaud, « *le terme qui se retrouvait dans l'expression : «trolling for migs» était en usage chez les pilotes de la Navy pendant la guerre du Vietnam. Il servait alors à désigner une pratique consistant à provoquer le pilote adverse afin d'identifier ses forces et faiblesses* »[713] Et c'est bien ce que fait Leman Russ en poussant à bout ses opposants pour qu'ils cherchent les parades à ses imparables arguments.

Cette première famille sémantique révèle une tension entre des individus qui s'arc-boutent sur une idéologie individualiste poussée à l'extrême et qu'un groupe d'opposants tente de combattre chacun à leur tour. Si des échanges se font entre les camps, aucun n'évolue. Mais ces propos, par leur philosophie inhabituelle et provocante ont le mérite de poser des questions de fond que les lecteurs pourront maturer à leur rythme, évoquer avec d'autres pour tenter d'en saisir les fondements et voir s'ils sont compatibles avec leur projet de société.

Dans l'article de Sara Amadori, l'auteur d'une vidéo sur Michel Onfray[714] semble inciter à des échanges très agressifs et polémiques sur sa chaîne en insultant facilement les internautes qui commentent ses vidéos[715]. Ce comportement détermine inévitablement des réactions violentes de la part des membres de la communauté.

Or, c'est tout l'inverse qui se produit avec #DataGueule, où les auteurs n'interviennent que très peu et où la présentation de la chaine (« *plutôt que de rester passifs face à l'assaut de données, jouons avec* ») pousse à un dialogue constructif entre chacun pour arriver ensemble à mieux comprendre le monde. Par ce fait, les pratiques agressives sont minoritaires et lorsqu'elles se produisent, restent circonscrites à leurs auteurs sans enflammer l'ensemble des commentateurs. D'une manière objective, les intentions des auteurs animateurs de #DataGueule semblent influer sur le comportement des Internautes. Cela passe par le respect de leur public, initié grâce à une description de la chaine dans l'onglet "à propos"[716], dans la mise à disposition des

---

712 SVEINSSON Einar Ólafur, The folk-stories of Iceland [«Um islenzkar thjodsoegur»], Viking Society for Northern Research University College 2003, p. 163-165

713 BONNAUD Pierre-Marie, « Le Troll numérique, figure disruptive du web participatif3, Celsa 2015

714 @juliennizos8703・1,19 k abonnés・8 vidéos

715 AMADORI, Sara, Le débat d'idées en ligne : formes de la violence polémique sur YouTube In SIGNES, DISCOURS ET SOCIÉTÉS (2012).

716 Description de DTG « *Chaque jour, nous sommes bombardés par des milliers de molécules d'information. Des faits, des noms, des chiffres qui s'empilent et se percutent sans que, pourtant, jamais rien ne se crée. Alors pour une fois, plutôt que de rester passifs face à cet assaut, jouons avec. Allons-y franchement. #DTG s'amuse à poser des jalons, des petits cailloux, comme un petit Poucet perdu dans la forêt, mais un petit Poucet punk. #DTG, c'est un jeu de lego où une réalité se construit sous nos yeux sans que l'on s'en aperçoive. Un jeu où l'on assume que l'incompréhension est essentielle pour faire émerger l'évidence* ».

sources qui ont permis de construire l'épisode, de la présence bienveillante des auteurs dans les fils des commentaires et d'autres éléments plus intuitifs qui émanent des vidéos elles-mêmes, de leur contenu et du ton pris. Ce rapport entre les auteurs et leur public permet de replacer la confiance au centre du contrat journalistique. Il y a une proximité générationnelle entre les auteurs et leur public. Tous sont de jeunes adultes. Les webspectateurs semblent avoir une certaine familiarité avec eux, soit pour les féliciter (continuez absolument on a besoin de vous !), soit pour les houspiller (Bande de nazes #DATAGUEULE !).
Les journalistes/auteurs sont joignables, même s'ils n'interviennent qu'à seulement deux reprises dans les commentaires (pour rappeler l'accès aux sources). Ceci semble être une cause du respect qui règne entre commentateurs. On pourrait comparer leur présence à celle de Bernard Matrays au chevet des malades[717]. Il raconte la nécessaire discrétion du regard et la modestie de la parole de l'accompagnateur qui ne vient pas en prédateur, mais en ami, crée un climat de respect et de confiance.

6.8.3 Famille sémantique 2 : « *Quand les réalités des fraudes fiscales et sociales viennent se percuter* »

Attenant à la famille 1, la famille 2 s'en décale légèrement, pour se focaliser sur les problèmes spécifiquement des fraudes fiscales. Même si cette thématique mobilise moins, elle suscite aussi un réel intérêt. La question de savoir *qui fraudent le plus entre les bénéficiaires d'aides sociales, les entreprises ou les évadés fiscaux*, est une question prégnante. Elle amplifie le contenu de l'épisode qui accrédite le fait d'une disparité dans les discours médiatiques entre le coût réel des fraudes sociales et celui des fraudes ou évasions fiscales. Si peu de propositions émergent des discussions, le fait de mettre cette question en débat est un signe d'intérêt politique. Même si leurs propos peuvent être acerbes, le fait de l'exprimer permet pour ceux qui les lisent, de se sentir moins isolés dans leur ressenti, et le cas échéant, de s'agréger en un public moins disparate, comme l'explique John Dewey. Si pour lui, la démocratie politique est une expérimentation permanente, la formulation d'idées sur les inégalités, la répartition des richesses, ou le rôle du travail… sont autant de mises en mouvement et de pratique de réflexion commune. Car les commentateurs n'hésitent pas à élargir le champ de la réflexion dans une approche plus large comme le fait Christine_Boutin s'adressant à l'auteur supposé de la vidéo :

> *« Tu cites la fraude à la cotisation sociale, mais on a envie que ça aille plus loin, que tu cites les chiffres aberrants de la fraude de Google, Amazon, des exilés fiscaux, et que tu les mettes en comparaison avec ce que nous coûtent les aides sociales. […] C'est un peu leur but, qu'on s'entretue, à penser que notre voisin qui touche RSA et allocs est un profiteur du système. Ça nous distrait pendant qu'ils s'en mettent plein les poches ».* Christine_Boutin

Les commentaires de ce groupe participent, pour ceux qui les émettent autant que pour ceux qui les lisent, à une effervescence intellectuelle, qui tente d'approcher la complexité des situations macro-économiques. Si certains témoignent des aspects concrets rencontrés dans leur vie quotidienne, d'autres éclairent les sources potentielles de ce qui les causent.

[717] MATRAYS Bernard, "La présence et le respect, Ethique du soin et de l'accompagnement", ed Desclée de Brower, 2004

Là aussi, les points de vue sont idéologiquement divergents. Celui des petites entreprises s'exprime plus souvent, en insistant sur le poids fiscal qu'elles doivent supporter, tandis que l'autre camp défend le point de vue développé par #DataGueule, relativisant le poids de l'assistanat comparé aux manques à gagner d'autres fraudes, autrement plus massives. On entre ici dans un espace classique d'affrontement droite/gauche assez banal, la droite défendant "les petites entreprises qui payent trop d'impôt" tandis que la gauche combat les inégalités et réfute les bienfaits économiques de l'économie libéralisée. Les commentateurs s'inscrivent dans une tradition politique historique, ils ont tendance à répéter des arguments souvent convoqués dans ces deux courants politiques.

Ce qui est étonnant, et plutôt contre-intuitif dans les SIC qui montrent plutôt une tendance à l'agressivité politique en ligne[718], est l'absence d'agressivité et d'insulte directes dans les commentaires, qui seraient susceptibles de nuire aux échanges. Bien sûr, certains "noms d'oiseaux" peuvent fuser de temps à autre, mais ils n'embrasent pas pour autant les commentaires. Comme si les insultes n'avaient pas prise et qu'elles devaient se déployer en volutes plus littéraires pour atteindre leur cible sans heurter la communauté, à l'exemple de Ygal Perez :

> *« Ygal Perez Geova G ok donc j'ai affaire a un psychopathe d'extrême gauche qui voit un psy 1 fois par semaine, mais jamais le même, car il les met en dépression par son niveau d'idiotie. Je présume que tu n'as jamais connu ta mère, car tu es le résultat d'un soir avec l'un de ses clients? »*

C'est ce que Scott Wright appelle l'humour pointu[719], qui pourrait paraitre comme une attaque humiliante dans la vie réelle, mais qui agit dans ce contexte comme des éléments liants « *qui ont tendance à stimuler la participation des autres, et constituent donc une caractéristique environnementale positive* ». Toutefois, ce type d'attaques est totalement marginal et sert plus d'exception pour confirmer la règle. Lorsque des propos sont jugés excessifs, ce sont les internautes eux-mêmes qui font le tri et un modérateur naturel prend la main pour calmer le jeu.

> *« Calmez-vous, je crois que c'est un troll. Ou de la stupidité avancée, dans les deux cas ça ne nécessite pas une réponse argumentée ».* Opsse

Pour conclure, cette famille sémantique confronte les idéologies, que ce soit pour dénoncer des "tire-au-flanc" ou à l'inverse accuser "le système". Les échanges se répartissent en deux groupes d'opinions très distinctes, que l'on pourrait diviser sommairement entre libéraux et sociaux-démocrates, les premiers prônant la responsabilité individuelle, tandis que les seconds soutiennent l'égalité des chances et l'entraide collective. Se dévoiler ainsi est une sorte d'engagement, car par leurs témoignages, les webspectateurs disent d'où ils parlent, et prennent position souvent explicitement pour l'un des champs idéologiques.

---

[718] - MERCIER, Arnaud. Montée des frustrations et déploiement de la violence politique en ligne. Revue Politique et Parlementaire, 2021, no 1100, p. 109-113.
- BADOUARD, Romain. Internet et la brutalisation du débat public. *La Vie des idées*, 2018, vol. 6.

[719] WRIGHT Scott, « Les conversations politiques en ligne au quotidien : design, délibération et « tiers espace » », Questions de communication 2016. P.124 DOI : 10.4000/ questionsdecommunication.10734

6.8.4 La Famille sémantique 3 : « Réalités de vie des allocataires du RSA »

Cette famille sémantique est plus personnelle. Elle embrasse la réalité de ceux qui galèrent. C'est la famille sémantique qui réunit le plus de monde avec 23% d'individus, mais une résonance sémantique assez faible. Comme les deux premières familles sémantiques, celle-ci s'emboite à la famille 4, ce qui signifie que leur sujet concorde tout en axant leurs raisonnements sur des approches différentes des causes et des conséquences. À elles deux, ces familles sémantiques regroupent 38,4% des commentateurs pour un total de 34,4% des segments analysés.

Dans cette famille, les commentaires sont plus courts et donnent moins l'occasion de grandes envolées lyriques, malgré les oppositions qui mettent en lumière, même dans la galère, les deux idéologies que nous venons de voir. S'opposent ici les travailleurs pauvres avec ceux qui ne travaillent pas et sont au RSA. C'est la confrontation qui s'expose, provoquée par certains qui caricaturent les propos pour susciter des réactions, sans en obtenir.

> *« Se lever à 9h pour aller gagner 2000 balles par mois ? lol. Au RSA j'ai une maison et au moins je me lève à midi je pars en vacances quand je veux. Et en été au moins je suis à la plage pendant deux mois pendant que des cons bossent mdr »* Manu.

Là encore, les commentaires évoquent très souvent des situations personnelles. C'est le point de départ de discussions, ou du moins, une référence à une réalité vécue, difficile à contrer, et qui sert d'argument ou de "théories" non énoncées.

> *« Putain de merde j'ai un master j'ai pas de taff et le mois dernier j'ai dû manger des pâtes faites maison avec un reste de farine pendant 3 jours parce que le RSA et loin d'être suffisant pour vivre »* SaitoGray

Ici, les théories sous-jacentes aux propos ne sont presque jamais clairement explicitées. Les témoignages se posent comme autant de preuves de concept, mais ne sont pas rattachés à des auteurs de sciences économiques ou sociales qui pourraient les situer. Dans ces échanges, nous sommes dans l'expression d'une politique de l'expérience. Comme l'explique Lawrence Olivier dans son article sur "*Michel Foucault et l'expérience politique".* Ce dernier affirme que le discours est en lui-même une pratique de construction du réel. Pour envisager la question politique chez Foucault, il faut comprendre qu'il considère la théorie comme une composante de la pratique. "*Un discours n'est ni l'expression ni la concrétisation des intentions d'un sujet parlant, mais plutôt l'inverse : il n'est que la manifestation d'un discours ou d'un ensemble de discours. On est parlé, pour reprendre une formule connue, plus qu'on ne parle*"[720]. Autrement dit, le discours participe à la construction du réel et à la mise en lumière des épreuves vécues. S'exprimer à la première personne et se raconter participe donc à l'emboitement de pièces de puzzle, d'expériences politiques variées qui forment les trames d'interprétation de l'économie humaine.

Ici, on discute de l'attitude de ceux qui se contentent d'être au chômage sans chercher de travail. Pour contrecarrer les propos de l'épisode, qui arguent du fait que les demandeurs d'emploi cherchent effectivement du travail, les commentateurs font appel à leur expérience pour démentir les chiffres exposés.

[720] OLIVIER L. (1994). Michel Foucault : théorie et pratique. Réflexion sur l'expérience politique. Revue québécoise de science politique, (25), 89–113.

Une vérité statistique peut être contredite par des contre-exemples. Les intervenants s'en servent abondamment, tout en se servant d'archétypes généraux.

> *« Je connais + de chômeurs en "recherche active" qui prennent 2, 4, voir 6 mois de vacances pôle emploi par an, sans chercher de travail, que de personnes qui cherchent vraiment un emploi* ». Youz

L'hypotypose[721] sous-jacente sert alors de preuve de concept pour décrédibiliser le propos. Le contre-exemple est dépeint avec un tel contraste qu'il fait douter du raisonnement principal. Nous sommes ici dans un "combat" rhétorique, non plus entre commentateurs, mais entre certains commentateurs et les auteurs de l'épisode. Si, ceux-ci ont l'avantage de la légitimité publique, jamais ils n'interviennent pour défendre leur point de vue. D'autres, plus en leur faveur, le feront (ou pas) à leur place.
Est fait référence ici aux propos de Nina Schmidt (responsable au sein de l'Observatoire des inégalités) et de sa proposition d'un seuil de richesse autour de 3000€ net par individus dans chaque foyer. Celle-ci fait beaucoup réagir les commentateurs. Bien qu'elle ne fasse aucune proposition fiscale se rapportant à ce seuil, les commentateurs Massifs ont l'impression que ce montant mensuel serait assorti d'un matraquage fiscal. Et même si seulement 10% de la population a accès à ce montant de revenu, la grande majorité rejette même l'idée de réfléchir à cette notion. On touche ici à un sentiment intime d'un plafond symbolique tout à fait accessible, qu'il ne faut aucunement remettre en question, ce que la responsable de l'Observatoire des inégalités ne fait aucunement.
Pour Leman Russ, deux catégories antagonistes divisent le monde. Les premiers travaillent dur et veulent profiter du fruit de leur travail sans avoir à en partager leurs bénéfices. À l'opposé, ceux qui ne travaillent pas, ou exploitent le système pour vivre d'aides diverses, financées par ceux qui travaillent. Et cela semble représenter du monde, au vu des mots virulents qu'il emploie à leur encontre.
Il déroule alors une série de préjugés sur les pauvres, incapables de gérer correctement leur argent, s'endettant pour des produits de consommation luxueux et hors de leurs moyens, et résultant de quelques défauts de payement plus indispensable comme le loyer ou une alimentation saine.

> *« les gens qui achète un iPhone alors qu'ils ne touchent même pas le SMIC aussi On devrait leur interdire »* BLapluie

Mais cette analyse sommaire est rapidement contredite par Johnny FRERE qui explique à qui veut l'entendre que l'image sociale véhiculée par les médias, et la société dans son ensemble, pousse les plus démunis à cacher leur pauvreté en achetant les produits les plus ostentatoires. Ce n'est donc pas une responsabilité individuelle, mais bien collective qui pousse à l'endettement ceux qui ne devraient surtout pas s'endetter.

> *« Une personne qui ne gagne pas beaucoup n'est pas forcément consciente qu'elle est pauvre. Parce que dans les médias, les journaux ou dans les entreprises, etc. On cache volontairement cette classe sociale (à la télé par exemple, on ne montre que 2% d'ouvriers alors qu'ils représentent 30% de la population »* Johnny FRERE

[721] Figure de style consistant en une description réaliste, animée et frappante de la scène dont on veut donner une représentation imagée et comme vécue à l'instant de son expression

Cet aveuglement social s'explique la couverture télévisuelle dont l'Observatoire des Inégalités confirme les chiffres de Johnny FRERE[722]. L'Observatoire révèle aussi que la répartition sociale de l'Assemblée nationale ne compte quasiment plus de représentants des milieux populaires[723]. Cette non-représentation influe sur la manière de se positionner les uns vis-à-vis des autres, comme l'explique Wilfried Lignier[724] à propos de son enquête sur la vision sociale des jeunes : « *cela ne peut qu'avoir des conséquences sur la façon qu'ils ont de se situer les uns par rapport aux autres, de s'orienter socialement, de construire leurs goûts et leurs dégoûts ; bref, de grandir en société* ». Lorsqu'on n'est pas représentés, on ne se voit plus à travers les autres. Reste la possibilité de se construire en opposition, contre ce qui semble visible.

La catégorisation sociale se fait dès le plus jeune âge, à travers le langage et les références familiales et culturelles, qui sont des déterminants très puissants. La stigmatisation peut donc être une manière de se protéger. Pointer une catégorie permet de s'en extraire. Classer les autres, c'est se classer soi-même, même si ce rapport n'est pas systématique, car certains n'hésitent pas à se positionner comme pauvres pour renforcer leur argumentation à propos des inégalités.

6.8.5 Famille sémantique 4 : Un débat qui porte sur les inégalités éducatives

La famille 4 aborde la question des inégalités dans l'éducation et la mobilité sociale. Cette famille à une bonne résonance sémantique (19,4%) et mobilise 15,3% des individus. Elle enrichit les témoignages de la famille précédente et leur donne plus de poids. Les webspectateurs de #DataGueule étant plus diplômés que la moyenne nationale, ils connaissent la situation d'étudiant, les éventuels sacrifices et le rôle que les diplômes ont sur les carrières. C'est donc un sujet qu'ils ont expérimenté.

Ici, une majorité de commentateurs uniques s'expriment pour renforcer les propos de l'épisode, en témoignant de leurs difficultés quotidiennes.

Les scripteurs expriment ici la difficulté pour les classes moyennes dont ils se sentent faire partie, de supporter un poids fiscal excessif qui leur rend la vie difficile sans pouvoir ne bénéficier d'aucune aide, comme le résume parfaitement Sigmundy Freud **:**

> *« Imagine les enfants de parents de la classe moyenne qui ne peuvent pas payer d'étude a leurs enfants et qui sont trop " riches " pour toucher des aides... ce fut mon cas, en France y a pire qu'être pauvre, être de la classe moyenne inférieure, employés, ouvriers, fonctionnaires niveau C... »*

Car pour faire de bonnes études, l'environnement social est primordial.

---

[722] Le traitement inégal des catégories sociales à la télévision En ligne : https://www.inegalites.fr/Le-traitement-inegal-des-categories-sociales-a-la-television

[723] Observatoire des inégalité « L'Assemblée nationale ne compte quasiment plus de représentants des milieux populaires » en ligne https://www.inegalites.fr/L-Assemblee-nationale-ne-compte-quasiment-plus-de-representants-des-milieux

[724] LIGNIER Wilfried, Pagis Julie, « Quand les enfants parlent l'ordre social. Enquête sur les classements et jugements enfantins », Politix, 2012/3 (n° 99), p. 23-49.

> *Certains ont la chance d'avoir des parents aisés (cf la vidéo) la plupart des étudiants sont fils de cadres qui leur permettent de subvenir à leurs besoins pendant leurs études.* Lamastichow

Le témoignage de Pierre Palomar-Ortiz s'oppose de front aux discours libéraux qui peuvent avoir cours dans les discussions. La méritocratie est un leurre pour rendre hommage aux plus diplômés, sans se poser la question des moyens et du patrimoine culturel.

> *La méritocratie n'existe absolument pas. Essaie de faire des études de médecine quand tes 2 parents sont au SMIC et que tu vis à 2h d'une fac avec tes 3 frères et sœurs. On en reparle.* Pierre Palomar-Ortiz.

Pourtant, certains n'hésitent pas remettre en cause le consensus. De la difficulté peut aussi surgir son dépassement nous dit K0ssim.

> *« Étudier 35h et travailler le weekend c'est faisable quand les parents ne peuvent pas payer _ les bourses et les APL. Apprendre à gérer son budget en tant qu'étudiant évitera des problèmes plus conséquents une fois sur le marché du travail »* K0ssim

Le niveau des universités est aussi questionné. Les diplômes qu'elle délivre sont-ils opérants sur le marché du travail ? Ou faut-il financer des écoles privées mieux notées ?

> *« Il existe des études gratuites à la fac oui, mais malheureusement on est obligé de faire retour sur investissement. Les débouchés master à la fac en science tout du moins sont assez faibles »* Mathilde Bentz

D'autres remettent en question des cursus inutiles socialement, ou chaque année fait perdre du temps plutôt qu'en gagner.

> *« Faire une école d'art ou une école d'histoire du Pérou c'est comme faire un bac spécialité chômage ! y a des décisions qu'on peut vite regrette. Pourquoi ne pas avoir choisi des études avec des débouchés.* Psychoosy

Les étudiants webspectateurs se posent des questions sur leur avenir. Si les diplômes sont aujourd'hui un critère puissant de sélection, sont-ils les garants d'un avenir professionnel à la hauteur des investissements ?

Dans tout le corpus et ses 3300 commentaires, la notion de classes sociales n'est évoquée que 11 fois, ce qui est très peu en regard du thème développé par l'épisode. C'est sans les nommer que les commentateurs parlent d'elles. Ils préfèrent parler des riches (mot utilisé 244 fois), des pauvres (195 fois), ou des classes moyennes (17), mais ont du mal à intégrer ces notions dans celles générales de classes à l'intérieur de laquelle ils sont situés.
Le lexique politique historique ne fait plus partie de leur vocabulaire. Les jeunes adultes qui ont écrit les commentaires ont depuis longtemps rejeté les manières de penser et de dire le monde des générations précédentes.

6.8.6 Famille sémantique 5 : Critique techniques de la réalisation.

La famille 5 est celle qui évoque la vidéo en tant que support ; celle des remerciements, mais aussi des critiques techniques, de la déontologie journalistique et des propositions de références ou sources d'information.
20% des phrases en font partie, mais le lexique utilisé est très homogène : Le mot VIDEO revient 439 fois ainsi que MERCI (287 fois), affaiblissant l'importance de l'implication du groupe dans l'ensemble du corpus.
Cette famille sémantique se distingue clairement des autres familles, et forme un environnement presque fermé. Quand ils parlent de la vidéo, les scripteurs la prennent en tant qu'objet journalistique et artistique.
Relativement importante avec ses 1278 segments et ses 16% d'individus, sa résonance sémantique est relativement importante, car c'est ici que se matérialise le contact entre les auteurs et le public. C'est ici qu'on s'adresse à eux (essentiellement pour les remercier), mais aussi parfois pour se plaindre. Les commentateurs peuvent y faire des propositions comme Daoglio Hubert qui suggère de mettre à disposition un document à télécharger, résumant l'épisode. « *Il serait intéressant de créer un petit pdf bien design reprenant les infos et chiffres clés des vidéos il pourrait être très utile* », suggère-t-il.
Ils peuvent évoquer et faire la comparaison avec la télévision, en la dénigrant à l'avantage des vidéos de YouTube. Fraknoff propose même que #DataGueule prenne la place d'autres programmes : « *Si seulement ces épisodes pouvaient remplacer certains programmes anxiogènes des grandes chaines télé keep going with the good work* ».
Ils peuvent y donner quelques conseils techniques, tel Alexandre, qui a l'œil pour voir les défauts à améliorer : « *Ça manque un peu de lumière sur Nina Shmidt. On ne voit que la moitié de son visage, dommage, il faudrait enluminer un peu pour les prochains intervenant(e)s* ».

Il est aussi possible de se plaindre auprès des auteurs de leur point de vue trop subjectif : « *Jamais j'ai vu une vidéo de datagueule aussi orientée et fausse* » dit Personne duvide, tandis que Guilhem Juteau renchérit en dénonçant « *Énormément de rhétorique fallacieuse au début de la vidéo* ».

Pour les commentateurs massifs, le rapport entre le fond et de la forme de l'épisode est aussi débattu, comme dans les deux autres groupes, mais l'argumentation est plus poussée. Flumble et Tom_B ont une discussion qui élève le niveau de réflexion. Les questions portent sur l'interférence d'une forme particulière de mise en scène biaisant potentiellement la réflexion que les seuls propos devraient susciter. Tom_B affirme que toute objectivité journalistique est impossible et que cela transparait nécessairement dans la mise en image. Si les datas sont brutes, leurs traitements nécessitent une interprétation. Celle-ci s'inscrit dans un référentiel difficile à neutraliser.
Flumble lui explique que le parti-pris "anxiogène" de la mise en scène freine d'éventuels détracteurs. « *Cette forme peut rebuter tant on sent que la vidéo est politiquement engagée* ». Cela va à l'encontre du principe cité par les auteurs de "*décortiquer les petites mécaniques du monde et tenter d'en comprendre les dérives pour imaginer, ensemble, d'autres façons de faire*". Le public, dit-il, visionne #DataGueule pour avoir des explications, un résumé d'études, d'articles et de sources institutionnelles que peu de personnes ont le temps de lire. « *L'émission se veut factuelle et fournissant de la "data" pour réfléchir. Je ne veux pas de source d'informations qui me présentent les faits avec un premier filtre et des musiques qui font peur* ». Or, ce travail

de résumé et de synthèse objectif est biaisé par « *la ligne politique de la chaîne qui met en scène le point de vue qui l'arrange* ».
Ce souhait d'objectivité est retoqué par son contradicteur. #DataGueule est un point de départ pour la réflexion. Tout le monde a le devoir de remettre en question ce qu'il lit ou entend, pour se faire sa propre opinion après avoir cherché, en autonomie, les éléments qui formeront son point de vue. « Si *quelqu'un n'est pas d'accord avec le narrateur, qu'il discute des chiffres, qu'il en apporte de nouveaux qu'il explique pourquoi il n'est pas d'accord* », lui rétorque Tom B.
Pour Flumle l'infotainment brouille les genres en mélangeant l'information, le divertissement et la politique. L'information est biaisée par des subterfuges souvent subtils qui orientent le public dans une direction insidieuse. Le seul objectif étant de faire de l'audience, au risque de pervertir la complexité de la vérité.
Cet échange est important pour souligner le rôle constructif des commentateurs massifs. Leurs réflexions permettent à leurs lecteurs de réfléchir aux problématiques politiques d'émission/réception de l'information. Ray Oldenburg[725] a déjà pointé le rôle positif des "réguliers" dans les tiers espaces et sur l'impact des contributeurs fréquents dans le débat politique en ligne. Scott Wright[726] précise que les "super-participants" ont souvent un impact positif sur les débats, en donnant le ton et encourageant les nouveaux utilisateurs. Nous pouvons confirmer leurs observations dans ce corpus.

6.8.7 Famille sémantique 6 : Un débat pré-électoral

La vidéo est mise en ligne au moment de l'élection présidentielle de 2017 ce qui a comme conséquence d'ouvrir les discussions aux programmes des candidats et aux consignes de vote. De manière toutefois minoritaire avec seulement 8,1% des segments.
La vidéo s'invite dans la propagande des élections présidentielles de 2017. Le sujet des aides sociales est propice à cette période, idéologiquement et politiquement clivante. Pour autant, il n'y a pas d'effet d'opportunité en ce qui concerne l'audience. L'épisode sur l'assistanat est le 9e de la chaine en termes du nombre de vues.
Dans cette famille sémantique, les mots programme, politique, UPR, voter, droite, FN, capitalisme**…** sont particulièrement saillants, d'autant plus que leurs Khi2 très importants (entre 90 et 40)) dénotant par là leur forte pertinence statistique, à savoir qu'ils se distinguent d'une normalisation usuelle d'expression.
On assiste alors à des chamailleries de "militants de circonstance", de tous bords, vantant leur candidat en énonçant les éléments de son programme comme une solution aux questions soulevées.
Les partis les plus représentés sont ceux qui se situent aux marges du système politique. Le candidat Fillon n'est cité que deux fois, quand les socialistes ont cinq citations négatives à leur actif.
La question de l'Europe est celle qui divise le plus et qui permet aux militants de l'UPR de défendre leur candidat Asselineau. Ici, les conversations sont souvent courtes même si elles peuvent s'inscrire dans des échanges plus denses, animées par les Massifs qui participent aux mêmes discussions.

[725] OLDENBURG Ray, The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlours, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You through the Day. New York: Paragon House (1989)
[726] WRIGHT Scott, « Les conversations politiques en ligne au quotidien : design, délibération et « tiers espace » », Questions de communication, mis en ligne le 31 décembre 2018

La droite et la gauche sont renvoyées dos à dos avec des relents populistes de « tous pourris ». Les positions du Front national (cité 79 fois) sont décortiquées par ses soutiens. Les propositions européistes sont aussi désarmées par la citation du programme de l'UPR (cité 56 fois) quand il s'agit de sortir de l'Europe. « *La procédure prend plusieurs mois. Pour revenir sur les positions de l'UPR, tu n'as très clairement fait que survoler tout ça, car il y a des heures et des heures de vidéos disponibles en ligne où tout est expliqué* » fait remarquer Pin De Pomme à son interlocuteur. Jean Luc Mélenchon est souvent cité (88 fois) et ne laisse pas indifférent. Il est, comme l'Europe, une ligne de dissension.

Ici encore, les interventions des commentateurs massifs s'élargissent à la politique générale et aux programmes respectifs des candidats. Ici, on exprime ses positions politiques, on argumente et on fait référence aux partis existants pour mettre en avant son programme qui saura le mieux régler la question de l'assistanat. Certains soutiennent Mélenchon (**«** *Mélenchon propose des alternatives économiques très intéressantes pour palier à la perte de capitaux que pourrait engendrer une augmentation des impôts* » affirme le-dernier-utopiste), d'autres appuient Asselineau (« *L'UPR de monsieur François Asselineau serait un changement sérieux. Le fait de sortir de l'Europe que l'on connait actuellement ne va pas faire de la France un pays replié ni un pays faible* ». MG TP), d'autres encore encouragent Fillon ou Le Pen. Si le Front national est évoqué, c'est souvent plus pour le rejeter que pour en faire la promotion, à quelques exceptions près car les "Frexiteur" se disputent le meilleur candidat pour faire sortir la France de l'UE. C'est l'occasion de discussions sur le fond de la question européenne et de l'euro. Tous les partis sont cités à un moment ou un autre, avec une tendance pour un discours socialisant, à gauche de l'échiquier politique.

Par ces échanges, on peut constater de forts engagements politiques, même si les propos échangés s'inscrivent dans des dialectiques assez banales. Les commentateurs ont déjà été imprégnés de discours qu'ils maitrisent plus ou moins. Si ces échanges ne réussissent pas souvent à modifier l'opinion de leur adversaire, ils permettent au moins aux scripteurs de "malaxer" leurs idées ("fraude fiscale légale »). Jacques Crinon écrivait : « *Les activités langagières, orales et écrites, ne constituent pas une simple transcription d'idées préexistantes, mais contribuent à la construction des connaissances et à l'activation des représentations mentales. Le langage, conçu comme "artefact culturel" et "instrument médiateur" » de la pensée, est indissociablement le lieu de l'interaction sociale et de l'élaboration cognitive* »[727]. Dire par l'écrit, être lu et se relire soi-même contribue à la construction d'une pensée propre, à son apprentissage. Celui-ci passe par la répétition de schémas politiques préconstruit. Il s'en affranchit ensuite par la pratique discutionnelle et le rapprochement avec son vécu individuel. Un va-et-vient indispensable entre l'écoute, la lecture, la parole et l'écrit abouti progressivement à l'émancipation de la pensée. Ces petits ou plus longs échanges peuvent avoir ce rôle prépondérant.

Comme l'explique Romain Badouard, la principale spécificité des actions politique en ligne a justement trait au fait qu'elles peuvent être le fruit d'individus n'ayant qu'une conscience très restreinte de leur appartenance à un collectif[728]. Les formes de participation spécifiques au web, comme l'écriture de commentaires sur la chaine de #DataGueule, valorisent une implication individuelle. Elles ne s'ancrent pas

[727] CRINON Jacques, « Écrire le journal de ses apprentissages », dans : Jean-Charles Chabanne éd., *Parler et écrire pour penser, apprendre et se construire. L'écrit et l'oral réflexifs.* Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Éducation et formation / L'Éducateur », 2002, p. 123-143.

[728] BADOUARD Romain, « Les mobilisations de clavier. Le lien hypertexte comme ressource des actions collectives en ligne », *Réseaux*, 2013/5 (n° 181), p. 87-117.

sur des référentiels politiques communs. Ceux-ci existent peu. Sur la plateforme YouTube où tous les commentateurs doivent être identifiés, même sous couvert d'un pseudonyme, les expressions se font individuelles. Chacun devient son propre porte-parole et s'engage dans des discussions militantes déconnectées des structures militantes habituelles. Seuls les partisans de UPR semblent défendre une idéologie incarnée par François Asselineau. Mais ils sont une petite minorité. L'espace des commentaires devient une opportunité de jouer ce rôle, d'autant plus que le sujet des élections est très fortement ancré dans les esprits du moment. Nous sommes ici dans la zone de clair-obscur de l'espace public numérique, conceptualisée par Dominique Cardon, là où la visibilité est modérée, mais où peut s'exprimer librement tout un chacun[729].

6.8.8 Conclusion de l'analyse du corpus.

L'analyse des commentaires déposés par les webspectateurs à la suite du visionnage de l'épisode 66 de #DataGueule nous montre que ceux-ci ont des attentes, des pratiques et des propos très hétérogènes. En effet, nous avons révélé 3 typologies de commentateurs (Uniques, Multiples et Massifs) différenciés par le nombre de commentaires rédigés. Plus ils écrivent de commentaires, plus ceux-ci sont longs et travaillés. Leur engagement politique s'exprime d'autant plus fermement que leur production est étendue. Leurs positionnements vis-à -vis du groupe est aussi différent suivant ce critère : les commentateurs Uniques sont plus inclusifs, les Multiples, qui participent modestement à de petites discussions, ont tendance à être moins personnels dans leurs propos, et plus enclin à mettre à distance les autres scripteurs, alors que les Massifs, antagonistes frontaux, cherchent le contact et la discussion et peuvent se défier dans des joutes idéologiques très poussées. Leur engagement en termes d'investissement s'accroit doublement en quantité, mais aussi en qualité d'analyse. Nous avons montré que les écrits d'une majorité de commentateurs ont une connotation politique forte, bien que les discussions qui en émanent soient souvent assez basiques et s'apparentent à des "discussions de comptoir", ou de tiers lieux, conceptualisés par Ray Oldenburg et repris ensuite par Scott Right pour désigner ces espaces numériques informels, comme celui des fils de commentaires sur YouTube. Ce sont des espaces non spécifiquement politiques qui, par les sujets qui sont lancés par les auteurs des vidéos, provoquent une parole éminemment politique.

S'ils n'arrivent pas à convaincre leurs *alter ego*, les commentateurs se servent de cet espace où l'anonymat les protège, pour pratiquer une parole politique qui se renforce avec l'usage qu'ils en font. Loin d'être inutile, cet exercice de "l'argumentation politique sans risque" sert à ces jeunes adultes de formation politique. Celle-ci vient dans un premier temps en répétant des arguments déjà entendus et qui font partie de leur généalogie idéologique, puis en s'en émancipant progressivement grâce aux lectures (de livres, d'articles et de commentaires), aux discussions avec leurs proches et à tous les médias qui créent un bain informationnel. L'esprit critique et la distanciation sont stimulés par l'action, à savoir par la parole et l'écriture. Les commentaires étudiés permettent s'affiner son opinion et ses arguments.

Le sujet initial de la vidéo est largement exploré pour être décliné sous des formes les plus diverses. Cette pratique scripturale, outre le fait qu'elle soit positive pour leurs auteurs en les focalisant sur un développement cohérent de leur pensée, l'est aussi pour les lecteurs qui ne participent pas à l'écriture, mais

[729] CARDON Dominique, La démocratie internet. Promesses et limites. Paris, Éd. du Seuil, coll. République des Idées, 2010, 112 p

qui sont aussi susceptibles de les lire comme l'a indiqué notre enquête en ligne : 78% lisent les commentaires. Contrairement à Facebook ou Twitter, les discussions se basent sur les contenus des vidéos, ce qui permet de filtrer l'audience et de pondérer les échanges. À l'inverse, ils arrivent sans filtre dans les fils de discussions des autres réseaux socionumériques, venant percuter la sensibilité de leurs lecteurs et provoquer des échanges plus agressifs.

Le visionnage de la vidéo, enrichi des documents ayant servi de sources bibliographiques, ainsi que la lecture des commentaires, donne une vision très large du sujet de la pauvreté, et de la réalité des aides sociales distribuées pour aplanir les inégalités de notre pays. Par les commentaires, les témoignages de ceux qui perçoivent des aides sociales, viennent renforcer la compréhension de l'injustice de ces inégalités. Ceux qui prônent leur diminution pour lutter contre les abus laissent apparaitre une insensibilité qui joue contre leur discours.

Mais au-delà de ce sujet principal, sont explorées les causes potentielles de cette situation. Comment se fait-il qu'un pays riche comme le nôtre puisse produire autant de pauvreté ? Les fondements politiques sont discutés et remis en question, d'autant plus que ces échanges se produisent en période électorale.

On le voit, ce corpus explore des questions profondément politiques ou les classes moyennes fortement représentées parmi les webspectateurs, se questionnent sur leur propre situation, pouvant elles aussi pencher vers une plus grande précarité et la pauvreté.

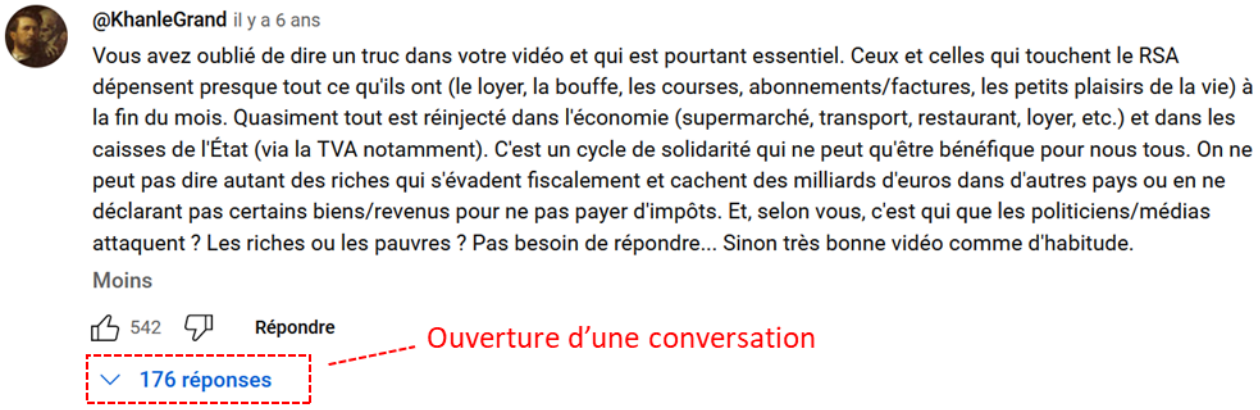
Mais peu de personnes (voir personne) ne lisent les commentaires dans leur ensemble comme nous l'avons fait. De manière plus parcellaire et grâce à sa participation, chacun est allé ausculter (ou questionner) un point particulier lui étant proche. Seuls les commentateurs massifs les explorent plus profondément en passant d'une conversation à l'autre et en y consacrant du temps. Ils servent de stimulateurs et peuvent provoquer des échanges pouvant s'apparenter à une délibération.

6.9 De la délibération dans les conversations ?

Pour finir l'analyse des commentaires, il nous parait important d'étudier une conversation au sein des commentaires afin de comprendre comment les participants partagent leurs arguments, s'ils peuvent changer d'avis grâce aux échanges et s'ils font des propositions constructives qui sont acceptées par certains scripteurs. La capacité d'engagement citoyen que peut avoir une vidéo étant l'objet de cette recherche, certaines conversations nous permettent de pouvoir en mesurer ses effets. Ces résultats serviront alors de révélateurs positifs à un phénomène difficile à appréhender. À défaut de mesurer précisément les engagements qui s'opèrent à la suite d'une vidéo, nous nous focaliserons sur une discussion pour saisir les arguments déployés et le rôle des participants et leur évolution au fil des commentaires.

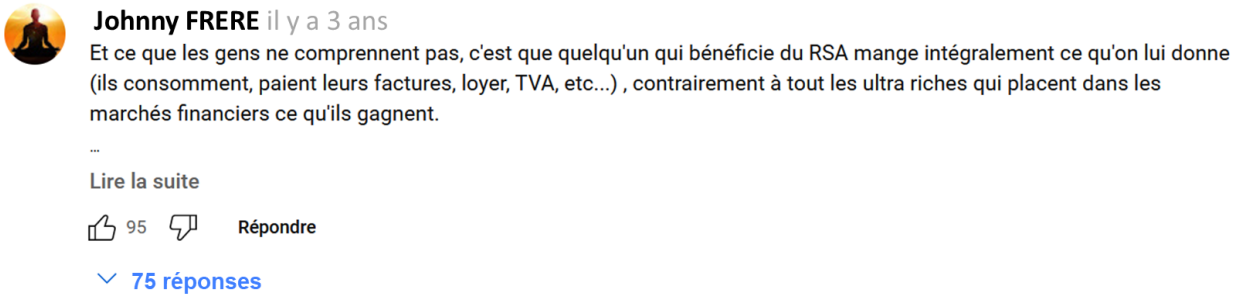
Comme nous le décrivions plus haut, la vidéo de l'épisode 66 a été mise en ligne le 5 décembre 2016 à 11h, et est toujours en ligne à ce jour. Les webspectateurs qui ont écrit un ou des commentaires, l'on fait plus spontanément durant les premières heures et jours qui suivent la mise en ligne et à l'intérieur de conversations ouvertes par des primo commentateurs.

Figure 166 : Exemple de départ de conversation



Le nombre important de conversations nous a contraint à faire un choix. Souhaitant explorer des échanges à connotation politique et découvrir si pouvait se nicher en eux ce que nous pourrions apparenter à une délibération, nous avons choisi une conversation de 75 commentaires dont le point de départ, lancé par Johnny FRERE, convoque des notions économiques pour aborder la question de la répartition fiscale, selon lui particulièrement inégalitaire. C'est la thématique qui a la plus forte résonance sémantique (visibilité dans le corpus) comme nous venons de le voir, c'est la raison de notre attention particulière.

Figure 167 : Départ de la conversation de Johnny FRERE le 5 décembre 2016 à 12H23



Ce n'est pas la conversation qui a provoqué le plus de "*pouces levés*", ni de commentaires, comme le montrent les exemples la conversation initiée par KhanleGrand, plus volumineuse, avec plus d'approbations. Nous l'avons choisie justement pour son nombre réduit de commentaires et de commentateurs pour pouvoir apprécier plus facilement son déroulement.

Par ailleurs, alors que dans les autres discussions, le ratio entre le nombre de commentaires et le nombre de pouces est largement à l'avantage des marqueurs d'approbation, dans celle-là, presque autant de personnes ont approuvé le commentaire (95), que d'autres ont écrit de commentaires (75). Cela signifie que le commentaire initial de Johnny FRERE a provoqué une forte participation à la discussion à la suite de son commentaire initial.

Figure 168 : tableau de comptabilisation des interventions de chaque scripteur

Nom des commentateurs	Nb total de com dans le corpus	Nb com dans la conversation	Ordre d'aparition dans la conversation
JohnnyFRERE	14	10	initial
Guillaume85	6	4	1
Johan_V	87	2	3
PierrePouchin	1	1	6
Soldat_Cincenhun	19	11	9
Oolm_FoxZ	6	3	12
ledenrierutopiste	13	1	16
YunoGasai / Chris7764	10	10	17
AurekienP	2	1	20
RomainGout	34	1	25
MrMizzati	5	5	26
AdrienLegrand	1	1	28
Wilbur_Walsh	14	5	29
Olivierhotv	12	1	40
Cless	2	2	46
Clément_G	2	1	54
Gaetan_GasOMike	5	1	56
KrankarVolund	4	4	57
Lea_Andersteen	2	1	62
Blapluie	15	10	63
Total commentaires conversation		75	

*Sont surlignés en beige, les scripteurs qui ont écrit seulement dans cette conversation

En regardant de plus près les auteurs des commentaires, nous pouvons constater que les 20 scripteurs se partagent entre les 3 catégories (2 commentateurs Uniques, 9 Multiples, et 9 Massifs). Mais ils ne font pas de différence entre eux, car il n'est pas possible pour eux de connaitre la production de chacun. 6 interviennent uniquement dans cette conversation tandis que 16 ont écrit dans plusieurs conversations. Cela se vérifie, car leur nombre total de commentaires dans le corpus est supérieur à celui de cette conversation.

Avec ses 10 commentaires répartis tout au long de cette conversation, Johnny FRERE , l'initiateur, est de ceux qui interviennent le plus. Il répond donc à ceux qui alimentent le fil lorsqu'il reçoit une alerte. Yuno Gasai intervient autant que lui et nous verrons le rôle social qu'il y joue.
Ce comptage révèle les manières différentes d'intervenir (lecture/écriture). Pour les 6 qui ne sont intervenus que dans cette discussion, ils ont dû parcourir le fil en lisant les commentaires de tête qui apparaissent classés selon leur popularité jusqu'à celui de Johnny FRERE (le 168e lors de sa rédaction). Pour ce faire, ils ont déplié la conversation, lu les commentaires précédents et ont ajouté le leur.
Pour les autres, ils sont restés nécessairement plus longtemps pour intervenir dans d'autres conversations. Ont-ils fait plusieurs aller-retour en revenant plusieurs fois ? Difficile de le dire. Mais pour les plus prolixes des Massifs comme Johan V et Romain Gout , cette conversation n'est qu'une rapide halte qui implique tout de même qu'ils y ont passé suffisamment de temps pour lire les commentaires avant de déposer une unique intervention. Si leur investissement ici semble mince (1 seul commentaire écrit), en fait, il ne l'est pas. Cela

prend plus de temps d'intervenir une seule fois dans plusieurs conversations que d'écrire plusieurs commentaires dans une seule conversation.
Mais l'engagement politique ne peut pas se réduire à une simple comptabilité, bien que les chiffres montrent un certain investissement temporel. Il faut aussi analyser ce qui se dit et comment.
Le contenu des échanges de cette discussion est une sorte de résumé de l'analyse faite plus haut avec 6 les familles sémantiques. Il y a des témoignages, des rappels historiques ainsi que des analyses politiques et psychologiques. La conversation s'engage sur l'inégalité de la TVA. Elle dévie ensuite sur l'efficacité de l'épargne pour stimuler l'économie réelle, sur le rôle du crédit et sur le fait que certains s'achèteraient des produits chers, alors qu'ils n'en ont pas les moyens. Ce constat provoque des réactions morales qui s'opposent à d'autres, plus sociologiques, expliquant la pression sociale exercée par le marketing et le besoin de s'y soumettre pour avoir le sentiment de ne pas être exclu de la société. On le voit, ce sont des propos qui questionnent le fonctionnement de la société, son organisation et ses finalités.

6.9.1 Une conversation délibérative ?

Cette conversation, si elle est éminemment politique, ne peut être immédiatement désignée comme délibérative sans définir auparavant ce qu'est une délibération. Les recherches de Philippe Urfalino ont montré « *qu'il y a discussion quand l'un au moins des interlocuteurs essaie de modifier l'opinion de l'autre* par un échange pur d'arguments ». Or, dans les faits, et dans l'organisation de ces discussions sur YouTube, le but des participants n'est pas de trouver ensemble de quelconques solutions, à la manière d'Aristote qui définit *la délibération comme une discussion en vue d'une décision à prendre collectivement*[730]. « *J'aime beaucoup quand ça délibère. Je trouve que c'est plus intéressant. Ça propose des solutions concrètes. Ça dépend des sujets, mais dans l'ensemble, je trouve que les gens sont assez posés* » nous raconte Thomas lors de nos entretiens.
S'il y a un thème de départ proposé par le titre de la vidéo et son contenu, il n'y a pas de question posée qui proposerait un débat afin de rechercher une solution en commun. Dans le cas du lancement de JohnnyFRERE, il aurait fallu que l'appel à délibérer soit initié par la question : « *Comment rendre la TVA plus juste pour lutter contre les inégalités ?* ».
L'espace de commentaires de YouTube n'a pas cette vocation initiale. C'est pourquoi les commentateurs n'essayent pas d'amorcer une délibération. Pour autant, cela ne signifie pas qu'elle ne puisse pas naitre spontanément.

Gary Remer distingue deux conceptions opposées de la délibération[731] :

- Celle de l'art oratoire, qui se déploie dans les chambres parlementaires ou pendant les plaidoiries des avocats, où les orateurs sont sélectionnés, où peu parlent et beaucoup écoutent, et où le but est de persuader sans être nécessairement sincère. La délibération peut au mieux signifier la discussion d'un

[730] URFALINO Philippe, « La délibération n'est pas une conversation. Délibération, décision collective et négociation », *Négociations*, 2005/2 (n° 4), p. 99-114
[731] REMER Gary «Two models of deliberation : Oratory and Conversation in Ratifying the Convention", Journal of Political Philosophy, p. 39-64. (2000),

petit nombre d'orateurs devant une audience plutôt que la discussion entre tous les membres de l'assemblée. Les orateurs essaient de persuader l'audience plutôt que de se persuader mutuellement.

- Le modèle de délibération conversationnel suppose qu'il y ait des discussions ouvertes à tous, totalement libres où aucun argument n'est exclu, quel que soit l'enjeu débattu, et quelles que soient les origines sociales, culturelles ou géographiques des participants. Ceux-ci doivent être tour à tour orateurs et auditeurs, et leurs arguments sincères, sans recours aux biais émotionnels. Le but visé étant coopératif dans la mesure où le groupe recherche le bien commun sans rechercher de victoire personnelle

Cependant, pour Jon Elster, la « délibération » peut au mieux signifier la discussion d'un petit nombre d'orateurs devant une audience, plutôt que la discussion entre tous les membres d'une assemblée législative[732]. Car Jon Elster met en doute la délibération parlementaire, car pour convaincre un auditoire ou seulement les participants, les orateurs invoquent souvent l'intérêt général alors qu'ils sont souvent guidés par leur intérêt personnel. Ce constat résulte pour lui de 5 explications principales :

1. Ils veulent faire bonne figure, ce qui les pousserait à argumenter plutôt qu'à négocier, afin de donner une plus forte impression d'engagement en faveur des positions qu'ils sont censés défendre
2. Ils ont tendance à dissimuler les raisons pour lesquelles ils soutiennent une position grâce à des arguments qui permettent de mettre de côté certains points moins flatteurs
3. Ils essayent de convaincre les neutres et les indécis en usant de tous les arguments possibles
4. Ils tentent de faire respecter une certaine norme sociale et donner l'impression que les décisions ne sont pas prises de façon autoritaire, mais bien argumentées librement en amont
5. Ils tentent de ne pas faire perdre la face au plus faible en défendant leur situation pour transformer le rapport de force.

Même si un fil de discussions a peu de similitudes avec un débat parlementaire, certains points peuvent tout de même être rapportés aux discussions entre webspectateurs. En effet, ils s'adressent autant aux autres commentateurs qu'à tous les lecteurs passifs, qui représentent tout de même 78% du public de la chaine.

Elster réserve le terme délibération à une situation où les interlocuteurs tentent de se persuader mutuellement : c'est donc le modèle du dialogue ou de la conversation qui lui semble plus conforme à la description de ce qu'est une délibération, comme les discussions observées dans le fil des commentaires de #DataGueule. Chacun tente de convaincre du bien-fondé de son témoignage ou de ses arguments le plus de monde possible.

Un autre point fondamental est énoncé par Azi Lev-On et Bernard Manin pour qu'une délibération puisse avoir lieu. C'est la nécessité d'une diversité de participants aux parcours politique, social, économique et culturel hétérogènes. Les opinions opposées doivent pouvoir se confronter dans une écoute relative, mais réelle, même si les auteurs reconnaissent que cela n'est pas facile[733]. Les débats contradictoires impliquent que les participants acceptent la possibilité du conflit et qu'ils communiquent malgré les clivages qui les séparent, ce qui implique un effort important en termes de temps et de ressources cognitives.

[732] ELSTER, Jon Deliberative democracy, Cambridge University Press. (1998),

[733] LEV-ON Azi, MANIN Bernard, « Internet : la main invisible de la délibération », Esprit, 2006/5 (Mai), p. 195-212

Dans le corpus, les commentateurs ont très souvent des échanges clivés. Ils s'opposent radicalement par leur idéologie et leurs arguments sans pour autant s'agresser et couper court au dialogue. Cette condition est donc remplie : leurs parcours, leurs modes de vie, leurs idéologies sont une partie des ingrédients à des confrontations d'idées. Les discussions peuvent donc bénéficier d'un enrichissement mutuel dû à l'altérité des protagonistes.

Enfin, ces deux auteurs remarquent que pour qu'une délibération fonctionne et produise un attendu signifiant, il est nécessaire qu'une information conséquente et plurielle soit accessible aux participants. Pourtant, la tendance naturelle des individus est de s'informer grâce à des sources sélectionnées en fonction de leur proximité idéologique. Cela limite la pertinence de leur réflexion et peut enfermer certains dans ce que les auteurs appellent la logique de "l'ignorance rationnelle", sorte de protection pour ne pas avoir à creuser un sujet. Nous ne parlons pas ici des "bulles de filtre" instaurées par les réseaux socionumériques pour retenir leurs utilisateurs, mais du choix souvent inconscient et parfois volontaire, de chercher uniquement les informations qui ne contredisent pas leurs croyances.

Dans le cas de #DataGueule, ce phénomène est largement diminué malgré une subjectivité assumée, car le programme apporte justement une quantité d'informations le plus factuelles possible, toutes sourcées et mises en image pour être facilement accessibles. Tous les commentateurs ont donc une base commune d'information sur laquelle ils peuvent commencer à discuter. À eux ensuite de l'enrichir, par leur vécu, leur recherche personnelle, leur courant de pensée.

Le contenu des vidéos #DataGueule se voulant le plus "neutre" possible par l'apport d'une quantité de chiffres (datas) et tout en assumant une certaine subjectivité, une réelle confiance s'exprime dans les commentaires. Étant donné la place prééminente des données dans le programme, cela interroge sur la valeur sociale des chiffres, comme le fait d'Albert Ogien qui décrit les rapports spécifiques (adhésion, rejet, critique, croyance ou indifférence) qu'entretiennent les données chiffrées avec les acteurs sociaux (citoyens lambda ou décideurs politiques)[734]. Les chiffres modifient leur vision de la réalité. Cette valeur morale apporte une crédibilité aux chiffres indépendamment de ce qu'ils révèlent à propos du fait dont ils fournissent une description objective.

> *Ce qui intéresse la sociologie de la quantification est la manière dont le chiffre est doté d'importance par les individus dans le cours d'une action ou d'une délibération. Ce qui entre en jeu en ce cas est l'attitude, le plus souvent irréfléchie, qui consiste à doter le chiffre de trois propriétés : celles d'être vrai, neutre et incontestable.*

Pour accentuer cette confiance, les auteurs de #DataGueule incitent même les webspectateurs à vérifier les sources qui leur ont servi à écrire l'épisode (*N'hésitez pas à fouiller les sources, elles sont toutes disponibles dans la description de la vidéo*), et à en ajouter d'autres si nécessaire (*Merci pour votre implacable précision @Sophocle*). C'est l'esprit participatif assumé de l'équipe de production qui favorise ce climat de confiance et d'inclusion. Ainsi, personne ne se sent exclu par un point de vue partisan qui ne lui correspond pas et peut participer aux discussions, quel que soit son bagage idéologique. Comme le montrent les résultats de notre enquête, une grande diversité sociale, géographique et professionnelle caractérise le public de #DataGueule.

[734] OGIEN Albert, « La valeur sociale du chiffre. La quantification de l'action publique entre performance et démocratie », *Revue Française de Socio-Économie*, 2010/1 (n° 5), p. 19-40.

On pourrait donc dire qu'une certaine diversité politique peut s'exprimer, même si elle doit être relativisée par le fait que seulement un quart de femmes regardent le programme et que la tranche d'âge est presque exclusivement celle des 15/35 ans.

Puisque les conditions semblent remplies, la pratique délibérative à l'intérieur des discussions serait une étape importante pour un engagement citoyen à forte valeur politique. C'est pourquoi, reprenant les conclusions de Jon Elster, Azi Lev-On et Bernard Manin, nous rechercherons, dans cette conversation entre commentateurs, à répondre à 5 éléments qui nous permettront de valider notre thèse :

- Y a-t-il une question de départ qui oriente la discussion ?
- Est-ce qu'une variété des opinions s'exprime ? Comment s'articulent les oppositions ?
- Y a-t-il des évolutions dans les opinions exprimées induites par la discussion ? Est-ce qu'un commentateur change d'avis ?
- Y a-t-il des propositions de solutions soumises à l'approbation ? Un commentateur émet-il des pistes de solution pour réduire le problème soulevé ?
- Le débat permet-il à chacun de s'exprimer ? Les excès (s'il y en a) sont-ils neutralisés afin que chacun soit respecté ?

6.9.2 Eléments de la délibération

La question qui se pose est de comprendre pourquoi le commentaire initial (celui qui lance la conversation) suscite un nombre important de réactions. Le commentaire de Johnny FRERE n'est factuellement pas une question, il n'y a pas de point d'interrogation (ce qui est fréquent dans l'écriture de commentaires où la ponctuation fait souvent défaut), mais la manière dont son auteur s'adresse aux autres est une interrogation qui les concerne (*Et ce que les gens ne comprennent pas,* écrit-il). Ce commentaire encourage ses lecteurs à lui fournir une explication.

Ensuite son commentaire a un parti-pris fort et accuse une situation injuste qui favoriserait un fragment de la population (*les ultras riches*) au détriment d'une autre (*ceux qui bénéficient du RSA*). Ce type d'intervention pousse les lecteurs à marquer leur approbation d'un pouce levé (97), comme ils l'ont fait massivement sur le commentaire de Toro Picana, qui, lui, fait référence à une situation vécue (*on vit dans un pays où on demande sur un CV 5 ans d'expérience pour tenir un balai*) qui s'adresse directement au public de #DataGueule.

Nos observations à propos des commentaires qui recueillent le plus de réactions répondent à des critères qui peuvent se résumer en 4 points (Fig.169) :

1. Ils ont été postés le 1er jour de la diffusion et bénéficient donc d'une bonne exposition
2. Ils ont un grand nombre de like (pouce levé) en faisant appel à la curiosité des lecteurs en leur rappelant une situation qu'ils connaissent personnellement ou qui est moralement inacceptable.
3. Ils suscitent un nombre important de commentaires, du fait de leur fort un parti-pris qui pousse les lecteurs à se positionner.
4. Aucune des conversations ne pose véritablement de question. Ce critère ne fait pas partie des pré requis pour le démarrage d'une conversation. Pour autant, cela n'empêche pas les questions à l'intérieur des conversations.

Figure 169 :
Données relatives aux 8 premières conversations arrivant en haut du fil des commentaires

	Pseudo	👍	Nb Com	Date mise en ligne	Commentaires
1	Lucie	954	138	05/12/2016 22:50	Je suis fille de pauvres, et je tiens à faire part de mon expérience...
2	Toropicana	713	123	05/12/2016 11:55	On vit dans n pays où on demande sur un CV 5 ans d'expérience pour tenir un balais..
3	mignoyoa	313	93	05/12/2016 11:39	Une petite imprécision qui bien sûr en tant que juriste m'a fait tilter...
4	KhanleGrand	548	147	06/12/2016 04:13	Vous avez oublié de dire un truc dans votre vidéo et qui est pourtant essentiel...
5	Oamgui	20	3	05/12/2016 12:04	Une vidéo d'utilité publique qui casse le mythe du "profiteur du système"...
6	Johnny FRERE	95	75	05/12/2016 12:23	quelqu'un qui bénéficie du RSA mange intégralement ce qu'on lui donne...
7	FrogSplashh	275	125	05/12/2016 16:09	Il faut s'entraider davantage, pas moins...
8	JesusChrist	59	8	05/12/2016 19:21	j'aimerais un petit épisode sur les -25ans précaire...

Dans la conversation initiée par Johnny FRERE , nous avons relevé pas moins de dix questions :

- Elles peuvent être directes comme celle de Yuno Gasai qui, s'adressant @MrMizzati et lui demande : « *que penses-tu de ton action au sein du service civique ? Que fais-tu ? Est-ce compliqué ? Tu le recommanderais ?* ». Il obtient la réponse souhaitée (« *je suis au service de la Prévention routière […] j'hésite à le recommander, on est quand même payé au lance-pierre* »). Yono Gasai le remercie pour cela (« *merci d'avoir répondu à mes questions :) concernant le service civique* »), il y a un échange d'information qui s'opère.
- Elles peuvent s'adresser aux autres de façon détournée à la manière de Soldat Cincenhun qui simule à se poser lui-même la question : « Une question m'interpelle : Ce ratio de postes supprimer/postes créé ne révèle-t-il pas un manque de capacité à *évoluer ? Est-ce vraiment une aide financière qui résout le problème ?* ». Posée ainsi, c'est une façon d'intégrer les lecteurs à une réflexion de fond qui mérite l'intelligence du collectif pour approfondir cette difficulté générale et l'éclairer.
- Les questions servent aussi de riposte sémantique pour désapprouver une idée contestée, comme le fait Romain Gout, interrogeant Soldat Cincenhun "*En quoi c'est mal de placer son argent sur les marchés financiers ? Est-ce interdit ?*". Dans ce cas, les questions se suffisent à elles même. Elles servent de parade ou d'obstacles à franchir pour continuer à justifier son raisonnement.
- Enfin, certaines questions se rapportent plus à une demande de délibération, demandant le débat et l'approbation/désapprobation des lecteurs. C'est ce mode que choisit Yuno Gasai quand il les interpelle en leur demandant « *Doit-on donner une bourse à une personne ayant à la main un téléphone coûtant la moitié de celle-ci* ». Question à laquelle lui répond MrMizzati. Il ne veut pas entrer dans son jeu et tente de la caricaturer en écrivant : « *Pensez-vous que cela justifierait de supprimer ces aides au détriment des 99% qui n'en abusent pas ?* ». Cette remarque est soutenue par Johnny FRERE qui souhaite faire évoluer le débat vers les racines du problème.

On le voit, les questions sont utilisées minoritairement pour obtenir une information. Elles servent plutôt comme moyen rhétorique et à argumenter ou à proposer des idées en sollicitant l'attention des lecteurs. Cette manière inclusive d'écrire suscite le débat, les participants étant conviés à donner leur point de vue. Ce qu'ils font, chacun avec leur style et leurs idées. Certains pour répondre aux questions posées, d'autres

pour faire des propositions ou amender celles qui ont été faites auparavant ou encore pour débattre des thèmes proposés.

Car là est un élément de la délibération. Comme nous l'avons vu, celle-ci a pour but d'examiner les propositions faites par les citoyens. Et dans le cas étudié, les propositions politiques sont légion. Certaines sont originales et viennent directement des commentateurs, d'autres précisent celles qui ont déjà été proposées, d'autres enfin reprennent des propositions qui circulent dans les discours politiques des partis ou des candidats.

Dans cette catégorie, Krankar Volund est le militant qui semble connaitre le mieux le programme de La France Insoumise. Pour lui, il faut surtout s'attaquer à l'origine du problème en réduisant le temps de travail, augmenter les salaires, nationaliser les entreprises d'énergie (qui devraient compter pour service public), et créer des emplois grâce à la planification écologique et à des investissements massifs dans la santé et l'éducation. Le financement de ces mesures serait rendu possible grâce à la suppression de nombreuses niches fiscales et à une lutte sans merci contre l'évasion fiscale, ainsi qu'un protectionnisme ciblé qui prendrait en compte le coût environnemental des produits importés par rapport à ceux fabriqués en France. Cette mesure lui est suggérée par Lea Andersteen qu'il reprend à son compte. Ces propositions s'intègrent parfaitement à la période électorale de l'époque. S'il est discuté en tant que tel, ce programme et son auteur ne sont pourtant pas accusés de prosélytisme ou de propagande par les autres qui pourraient ainsi tenter de le décrédibiliser. Les contradicteurs auront seulement tendance à lui opposer des arguments de faisabilité économique, de financement et de contraintes législatives.

Ces propositions sont à elles seules un programme politique. Qu'il soit discuté entre opposants, débattu et argumenté montre l'engagement qui est le leur dans cette démarche délibérative. S'il n'y a pas de délibération à proprement dit, ces débats permettent aux webspectateurs de pouvoir se faire une opinion en dehors des canaux habituels, que sont les médias mainstreams ou leur environnement social proche. De plus, la proximité générationnelle des discutants crée une proximité qui facilite l'acceptabilité des idées. Nous sommes donc dans un processus de maturation politique dans laquelle les concepts sont pris en charge par participants et retraduits à leur manière pour être mieux assimilés.

La proposition nouvelle qui émane de ce débat vient après la description de Yuno Gasai un étudiant travaillant dans un supermarché pour financer ses études et qui témoigne du fait que des personnes qui n'ont pas nécessairement les moyens, s'achètent des produits haut de gamme au lieu de se contenter de produits équivalents plus économiques.

> *Comment trouvez-vous l'idée que l'État donne une partie des ressources non pas financièrement, mais directement en nature ? Voir même en bons comme c'était le cas en période de difficulté économique ou de rationnement.* Yuno Gasai

Cette proposition est reprise par plusieurs participants qui l'approuvent ou l'amendent ; certains craignent la stigmatisation, d'autres trouvent pertinent que l'État assure les besoins essentiels et laisse à l'appréciation de chacun les dépenses plus accessoires tel que le dernier smartphone fabriqué en Chine.

Il est intéressant de noter que cette mesure soit évoquée en rapport avec l'histoire et « *les périodes de rationnement »,* dont on perçoit la filiation avec les tickets de rationnement à Paris ou Londres lors de la

Première Guerre mondiale. Car comme le rappelle Thierry Bonzon[735], à une période où la France manque de charbon de chauffage, l'État organise une distribution en prenant en compte la taille de l'habitat et le nombre de personnes y vivant, pour attribuer une quantité de combustible, calculée non pas sur la solvabilité des ménages, mais sur leur besoin réel. Sans que ce rappel soit évoqué explicitement, il apparait que les idées viennent toujours de quelque part et remontent à la surface quand les dispositions s'y prêtent. Les arguments puisent dans la culture historique. Ils ancrent la discussion dans une dimension supérieure pour laquelle l'intérêt collectif prévaut sur le bénéfice individuel, à la manière dont les parlementaires pourraient le faire.

Si cette proposition est novatrice aujourd'hui, elle n'est pas clairement définie par une orientation politique de droite ou de gauche, ce qui perturbe quelques scripteurs qui ont besoin d'identifier et définir les frontières idéologiques historiques. Johnny FRERE résume son "algorithme de différenciation" par « la philosophie de la droite, c'est *"si t'es dans la merde, c'est de ta faute"* et le raccourci est plus facile que la philosophie de gauche qui dit *"si t'es dans la merde, c'est que la société et le collectif t'y as mis"* », en précisant que le 2e concept est beaucoup plus complexe à expliquer, et donc plus difficile à transmettre. Pour Soldat Cincenhun l'utilité de ce type de débat autour d'idée concrète à mettre en place pour l'intérêt général est de faire apparaitre les grands courants de pensée. Bien que se revendiquant plutôt de droite, il pense nécessaires les antagonismes pour faire évoluer la société. « *Ça amène une réflexion et pousse à remettre en question certaines idées. J'ai par exemple pu changer d'avis sur certains points rien qu'à travers ce sujet via des messages bien écrits, plutôt argumentés, ou simplement des expériences que lu dans des commentaires »*. Les commentaires peuvent donc faire évoluer ceux qui y participent (et peut-être aussi ceux qui ne font que lire les commentaires ?), les faire changer d'avis, et influer sur la vie politique à cette toute petite échelle. Ce résultat n'est pas seulement le résultat de l'engagement individuel d'un des commentateurs, mais d'un climat respectueux qui permet à des "opposants politiques" de se confronter à des voix inhabituelles pour eux et d'en adopter les principes, grâce à leur pertinence. Évoluer ou changer d'avis se vérifie dans cette discussion.

Enfin, une seconde proposition innovante émerge de ces débats. C'est une proposition/question autour de la limitation du nombre d'étudiants d'un domaine au nombre de postes dispos sur le marché fait par Soldat Cincenhun . Sur ce thème, les commentateurs se retrouvent aussi, étant pour la plupart des étudiants qui seront confrontés à la difficulté de trouver un emploi valorisant à l'issue de leur cursus. « *Redorer le blason de ces métiers (filières techniques), redonner de la valeur à leur savoir-faire auprès des jeunes* » comme le propose Cless va à l'encontre des politiques d'éducation actuelles. Alors, ces propositions sont-elles émises pour protéger leur statut et leur potentielle "mise sur le marché", ou pour défendre un intérêt général qui leur bénéficierait aussi ? Difficile de faire la part, mais le fait même d'énoncer de type de proposition pourrait provoquer un vrai débat, qui ici, n'est qu'amorcé.

Des modalités discutionnelles apaisantes

Le dernier point de notre analyse se focalise sur les commentaires des participants sur la discussion elle-même, la manière de se positionner vis-à-vis des propositions, la possibilité de développer ou pas ses idées… Il est question ici de formalités implicites de la délibération qui s'opère sans structuration, sans animateur ni modérateur.

[735] BONZON Thierry, Consumption and total warfare in Paris (1914-1918), dans Franck Trentmann et Flemming Just (sous titre de) Food and Conflict in Europe in the Age of the Two Wold Wars, Palgrave Macmillan, Londres, 2006

Le premier point remarquable concerne la civilité des échanges et l'auto-modération de ceux-ci. Même les échanges susceptibles d'agressivité se déroulent avec une touche d'humour qui en désamorce la violence. Loic, 27 ans, l'admet. « *Moi aussi j'ai des blagues qui me viennent, de l'humour quoi. ça peut être de l'humour en troisième degré avec une petite analyse politique cachée* ». Pour l'exemple, nous citerons Wilbur Walsh qui joue le provocateur de service en posant un regard cocasse sur les accointances qui se créent dans les discussions. Il commence sa première intervention par un énigmatique « *Je suis amoureux de Johnny FRERE* » et continue ensuite par quelques interventions ambiguës (« *bon c'est fini les amoureux ?* ») qui est suivi par un dialogue hilarant avec un autre participant.

- Wilbur Walsh *@Soldat Cincenhun j'aimerais bien vous inviter au cinéma*
- Soldat Cincenhun *Wilbur Walsh Le coca et le pop-corn inclus?*
- Wilbur Walsh *@Soldat Cincenhun oui, et y'aura même une petite surprise dans le paquet de popcorn*

Mis à part les faux apartés de ces échanges originaux, la maitrise de l'équilibre relationnel passe aussi par l'autocensure. Un intervenant propose même de se retirer pour atténuer de potentielles tensions idéologiques.

> Soldat Cincenhun *Dernier point, si des personnes (à part l'autre Mongole de @Wilbur Walsh) souhaite que je sorte de cette discussion, cette confrontation d'idée, qu'il n'hésite pas à le dire. Mon but est d'échanger des idées et arguments sur ce sujet. Je ne cherche ni les trolls ni à troller.*

Les scripteurs n'hésitent pas à encourager les bons usages en encourageant les autres : « *c'est toujours agréable de voir des gens qui comprennent bien tous les enjeux... ; @ClessAlvvein ton commentaire est intéressant ; tu as le droit de le penser bien sûr* ». L'un d'entre eux, Yuno Gasai pourrait même être considéré comme l'animateur de référence, comme les plateformes d'intelligence collective telles que Bluenove[736] ou Caps Collectif[737] en expliquent l'utilité pour stimuler positivement une délibération.
En effet, ce scripteur se positionne naturellement comme un participant modérateur ; déjà en décrivant le contexte de sa première intervention (il n'a pas lu tous les commentaires postés, son point de vue est personnel et basé sur son expérience. Il se veut apolitique) ; ensuite en modérant la portée de sa proposition : « *je ne dis pas non plus que c'est viable, je soulève seulement l'idée* » ; en sollicitant l'avis du groupe et demandant la contradiction pour enrichir et préciser son idée : « *y a-t-il d'autres avis ? il est plus intéressent d'avoir des arguments contraires ce serrais bien* » ; puis enfin, en tentant de rappeler une règle essentielle à toute relation humaine apaisée : « *faisons juste attention à rester corrects les uns envers les autres* ». Ce comportement est particulièrement exemplaire et semble jouer un rôle pacificateur dans la discussion. D'autres que lui en effet s'enquièrent de l'avis d'autrui, ou prennent les formes pour prendre la parole : « *je ne me permets de faire que ce commentaire*… » explique blapluie. C'est donc un rôle non défini, mais qui participe certainement à une discussion délibérative exemplaire.

[736] Bluenove opening organizations. En ligne : https://bluenove.com/offres/participation-citoyenne/
[737] Cap Collectif, entreprise pionnière de la civic tech. En ligne https://cap-collectif.com/

Bien sûr, l'exemple n'est pas la règle. Mais le fait que cela se passe dans cette conversation, choisie pour la proportion d'implication scripturale (Nb de like versus Nb de commentaires), indique que cela peut se produire si les conditions sont réunies. Ces constats renforcent ceux de Artemio Ramirez Jr & Shuangyue Zhang[738] (évoqués en début de chapitre), qui indiquent que les compétences sociales positives pour établir une bonne communication sont accentuées par les discours médiés par ordinateur (DEM), largement autant que les comportements nuisibles. Mais cela ne veut pas dire que la majorité des discussions puisse se passer ainsi.

Quand le rôle du design de YouTube est désigné par les utilisateurs

Car sur la configuration de YouTube, il est aussi intéressant de lire ce que pensent les utilisateurs de la plateforme. Si olivierhotv rappelle l'intérêt de la vidéo pour la discussion « *Tu n'as pas dû voir la vidéo, visiblement* ». Johnny FRERE souligne qu'il est difficile de se faire bien comprendre sur la plateforme et de développer ses idées. « *C'est difficile d'expliquer ça dans les commentaires YouTube* », tandis que d'autres relatent en filigrane certaines pratiques courantes d'utilisateurs incorrects de la plateforme, comme la surinterprétation, la critique d'un bout de phrase isolément du commentaire dans son ensemble, ou la possibilité d'un dérapage agressif qui oblige de prendre ses précautions pour ne pas les provoquer « *Je sais que c'est YouTube, mais de là à s'excuser autant de fois pour si peu quand même...*☺). La plateforme ne se fait donc pas oublier des utilisateurs. Son design prégnant impose une manière de lire et d'écrire.

- Manière de lire d'abord, en sélectionnant les commentaires les plus "populaires" ; en ne les mettant pas en avant sur l'application YouTube ou sur la version mobile ; en subissant un temps de latence en fin de page dû à l'algorithme pour faire apparaitre de nouveaux commentaires ; en devant déplier les discussions et les plus longs qui sont masqués après 4 lignes… Toutes ces contraintes techniques peuvent perdre ou égarer les lecteurs. Elles rendre plus difficile la compréhension des discussions, et peut faire passer les lecteurs à côté d'une appréciation plus globale sur la teneur des échanges.
- Manière d'écrire ensuite. Car pour ceux qui n'utilisent que leur smartphone pour visionner les vidéos, le design d'écriture des commentaires est rendu plus difficile. En effet, si le webspectateur n'utilise pas l'application YouTube, mais se rend sur la plateforme grâce à son navigateur, l'espace des commentaires n'apparait pas spontanément. Il faut savoir que le moyen de les faire apparaitre est de faire défiler les propositions de vidéos à suivre (une douzaine de propositions plus bas) et cliquer ensuite sur le mot "Commentaires". Bien sûr, comme nous le disions plus haut, il faut être connecté à son compte, dont nous avons déjà expliqué les modalités d'inscription. L'écriture du commentaire se fait ensuite avec le clavier du téléphone, ce qui rend rébarbative l'écriture de plus de 5 lignes avec le risque de perdre son "travail" dans le cas d'une fausse manipulation. Dans ses conditions, approfondir une réflexion devient une gageure. Avec l'application, les conditions sont identiques, mais il existe la possibilité d'organiser les commentaires suivant un ordre chronologique, ce qui n'est pas le cas avec le seul navigateur.

Les utilisateurs semblent connaitre les forces et les faiblesses de la plateforme. Ils y font référence à plusieurs reprises en ce qui concerne les côtés positifs, comme l'attrait de la vidéo pour faire passer un message, la

[738] WALTHIER Ramirez Jr & SHUANGYUE Zhang (2007): When Online Meets Offline: The Effect of Modality Switching on Relational Communication, Communication Monographs, 74:3, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. Communication Research, 23, 3-43

puissance de connexion et de médiatisation qui donne un pouvoir médiatique fort à des contenus qui n'avaient pas de visibilité auparavant, la possibilité d'expression de pensées alternatives, la diversité des contenus, le pouvoir d'influence de certaines vidéos, la possibilité d'échanges avec d'autres… mais aussi les côtés négatifs comme le trolling, l'agressivité de certains commentateurs, la difficulté de développer ses pensées, le consumérisme vidéo avec un choix pléthorique qui peut submerger, le pouvoir d'influence négatif, la mise en avant de théories fumeuses…
Comme nous l'avons vu lors des entretiens, les webspectateurs perçoivent donc la plateforme en conservant un esprit critique. Certains semblent adopter des stratégies pour pallier les difficultés d'écriture en se servant d'outil d'écriture tels qu'un traitement de texte ou une application de prise de notes. Ceci se voit dans cette conversation par le fait qu'un commentaire de Yuno Gasai ait été publié deux fois de suite et qu'un autre le dise Guillaume85 « *Avé pavé ! En double en plus !* ». Cette méthode permet de mieux maitriser le déroulement de son écriture, de se relire sans risque de tout effacer ou de poster le commentaire avant d'en être satisfait. Si seule une minorité semble procéder ainsi, cette pratique est représentative des moyens utilisés par les utilisateurs pour remédier à certains biais insatisfaisants.

6.10 Conclusion du chapitre 6

L'analyse des 3300 commentaires de l'épisode 66 de #DataGueule nous a dévoilé une multitude de résultats importants. Le fait que des discussions puissent être délibératives est le principal. L'engagement qui s'exprime à travers les commentaires montre à quel point la vidéo et son dispositif permettent de pratiquer ce qui est le fondement de la démocratie, même si cette pratique se fait à petite échelle. Elle entraine ceux qui s'y prêtent à écouter les avis contraires, à argumenter et à être ouverts aux arguments des autres, s'ils sont convaincants.

Nous avons montré que la catégorisation entre les commentateurs Uniques, les Multiples et les Massifs avait un sens. En effet, ces derniers ont un rôle spécifique dans le corpus. Ces catégories se distinguent par la longueur des commentaire, de leur expression et de l'approfondissement de leur pensée.
En effet, le nombre de commentaires écrits est symétrique à leur longueur, à l'approfondissement et à la politisation des sujets traités. Les commentateurs massifs sont donc plus investis dans les discussions. Plus intéressés par la chose politique, ils viennent stimuler les conversations en passant d'une conversation à l'autre. Parfois provocateurs, les autres se mesurent à eux dans des joutes dialectiques souvent constructives dans la mesure où elles obligent les protagonistes à trouver les arguments pour "remporter" la joute. Ils défendent leurs idées avec force, tout en provoquant leur adversaire politique, et poursuivant les échanges même si quelques frictions peuvent se produire. Si les profils des Massifs sont hétérogènes sociologiquement, nous pouvons noter toutefois qu'ils sont peu diplômés, mais qu'ils ressentent un grand besoin de comprendre le monde qui les entoure. Pour s'informer, ils n'utilisent pas les livres, mais sont grands consommateurs de vidéos. Cherchant leur légitimité à travers leurs connaissances ainsi renforcées, ils ont besoin de se comparer aux autres en venant les mesurer intellectuellement.

L'investissement des commentateurs est inversement proportionnel à leur production. Moins ils écrivent de commentaires et plus ils sont nombreux, signifiant par-là que peu de personnes sont très investies. Pour

autant, nous avons montré que les commentateurs UNIQUES s'intéressent également à des sujets politiques comme la répartition des richesses ou les inégalités sociales. Mais ils le font plus spontanément en témoignant de leur propre expérience, plutôt qu'en ayant une analyse plus globale du système politique et économique.

Une des clefs de lecture de cette politisation des commentateurs s'explique par l'analyse que Scott Wright fait des tiers espaces. Les fils de commentaires des chaines YouTube entrent dans la définition de ce concept qu'il a emprunté aux tiers lieux de Ray Oldenburg. Ils donnent la possibilité à une population relativement hétérogène de se rencontrer non sur des espaces militants, mais sur la volonté de trouver une information factuelle qui sera apportée par les chiffres de #DataGueule. Tout en reconnaissant une certaine subjectivité dans leur interprétation, les webspectateurs sont invités à partager leur point de vue pour donner corps aux propos de la vidéo. De ce fait, les commentaires sont nombreux et l'engagement qui transparait a une teneur politique très forte, en plus d'être un engagement en termes de temps passé à lire et à écrire.

Les sujets abordés et développés, s'ils sont influencés par le thème de l'épisode, élargissent son objet et vont explorer d'autres thématiques politiques en lien avec le sujet. Les commentaires ont une connotation très politique. Ils prolongent et explorent toutes les dimensions du sujet et les discussions peuvent même prendre la forme de proto-délibération. Il y a dans cet exercice un entrainement aux débats démocratiques participant à la formation des citoyens.

À propos de l'épisode sur l'assistanat, nous pouvons définir ceux qui pensent que le sort de chacun est de la responsabilité individuelle et que l'État doit intervenir à minima, et ceux pour qui la société a un impact décisif sur la destinée de tous et que l'État doit intervenir pour donner les mêmes chances à chacun. Beaucoup de scripteurs s'expriment en partageant un témoignage personnel. Peu sont chômeurs (moins de 4% des enquêtés), mais leurs conditions de vie sont rendues difficiles par leur situation économique. Ils servent d'arguments et de démonstrations et suscitent des réactions en fonction de leur pertinence. D'autres s'inspirent de corpus idéologiques disponibles dans la sphère publique. Ils reprennent les arguments à leur compte, comme cela se passe pour beaucoup de citoyens. D'autres encore, moins nombreux, font part d'une réflexion personnelle, enrichie de références multiples, tant politiques qu'historiques. Des considérations morales se confrontent à d'autres, plus philosophiques, et ces débats, qui peuvent être suivis par les simples lecteurs (80% des webspectateurs lisent les commentaires) peuvent être des sources de réflexions proches des leurs.

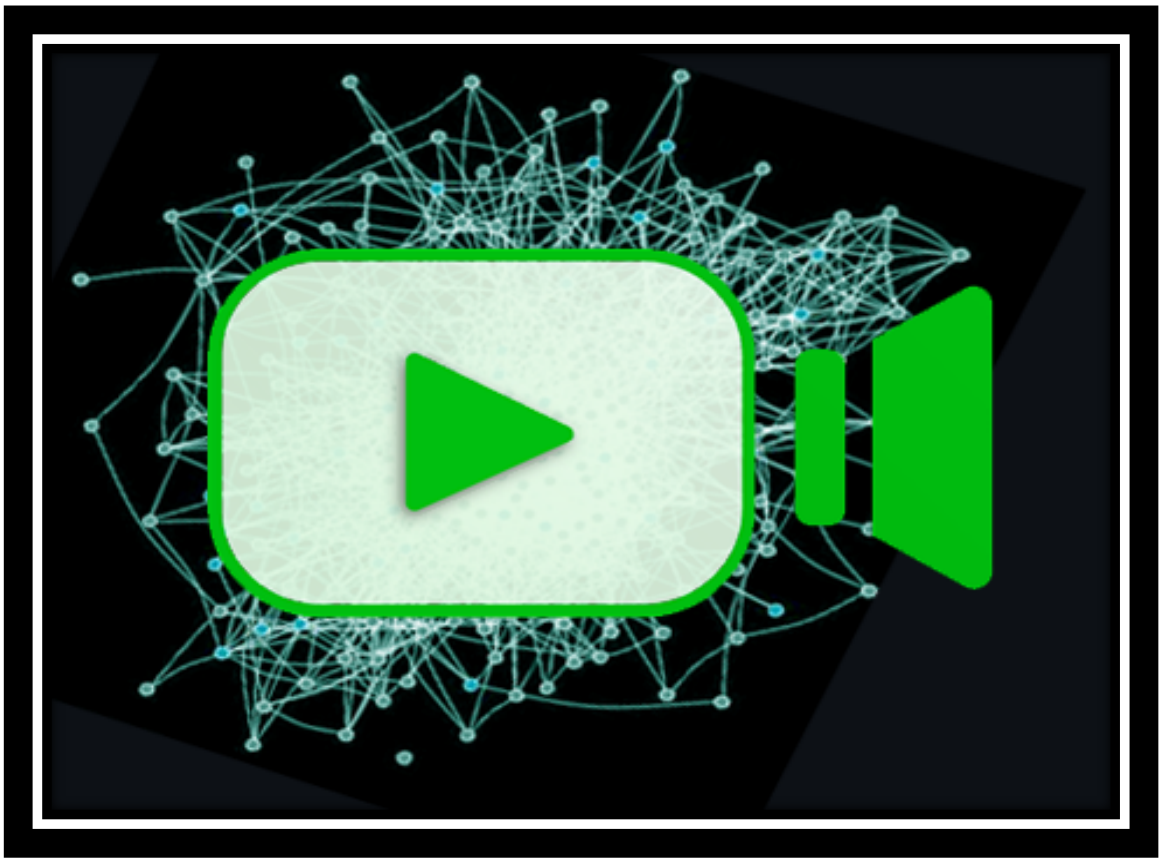
Les échanges sont nourris d'avis divergents qui s'expriment clairement. Chacun a la possibilité de s'exprimer grâce au processus d'écriture asynchrone. En effet, tous les commentaires sont édités. Personne ne peut censurer un propos mis à part les administrateurs de la chaine qui ne le fait jamais (ici c'est la société de production). Ainsi les paroles s'imposent naturellement et s'enchainent les unes après les autres. Mais le rapport de confiance et l'envie de débat amorcé par les auteurs réduisent les excès. Si un risque semble apparaitre à ce sujet, ils sont modérés par quelques scripteurs (souvent du groupe des massifs) qui endossent le rôle de modérateur. Ils rappellent les règles d'écoute en se les appliquant à eux-mêmes, ils reformulent les propos des autres afin d'être certain de les avoir bien compris, ils proposent même de s'effacer pour fluidifier les débats si les autres le semblent utiles. Ainsi, les échanges sont pacifiés et des solutions peuvent être proposées par les participants les plus investis. Ces propositions sont rapidement discutées, mais elles accréditent le fait qu'une proto délibération peut surgir à l'intérieur des conversations. D'autant plus lorsque

certaines personnes avouent qu’elles ont évolué à la suite d’arguments pertinents lus dans le fil des commentaires.

L'analyse de la modernité réflexive d'Ulrich Beck s'en trouve renforcée. Le fil des commentaires est un espace d'expérimentations sociales. Il permet aux jeunes de tester de nouvelles formes de discussion, de controverse presque délibérative, comme nous venons de le voir.
Pour Beck, la capacité de s’auto-organiser est un acte politique, d’autant plus si elle vient des citoyens eux-mêmes. Les discussions informelles des webspectateurs agissent comme une reprise en mots du vivre ensemble. Ils expérimentent ainsi ce que John Dewey souhaitait voir advenir : la constitution d'une opinion publique par la conscience collective d'exister, et produite grâce à la formation intersubjective et rationnelle de tous. Mais cette opinion publique ne peut pas être uniforme pour autant. Elle est constituée de la conscience des opinions divergentes se manifestant dans un tout qui cherche en permanence son équilibre. C'est un sentiment diffus, non pas d'appartenance à une "communauté" particulière, mais à la même société, faite de ses contradictions, qu'il faut à la fois combattre et soutenir, et qui sont la marque de sa bonne santé démocratique. Démocratie qui dessine un idéal, peut-être inatteignable, de prise en compte de l'intérêt de tous, mais un idéal de prise en compte de tous et de l'intérêt du plus grand nombre.

Chapitre 7

Conclusion & perspectives :
Une plateforme publique d'enquête vidéo et de délibération



7.1 De L'enquête de John Dewey à la YouTubisation de la connaissance

Pour conclure cette recherche, nous allons nous inspirer des travaux de John Dewey toujours aussi contemporains, malgré les 71 années qui nous séparent de sa disparition en 1952. Sa philosophie politique, ses travaux sur la démocratie, la citoyenneté et l'éducation des citoyens tout au long de leur vie, nous semblent prémonitoires de la transformation de la notion de public, que certains pourraient voir comme le peuple des citoyens[739]. Sa préconisation de constituer une communauté d'enquêteurs[740] capable de peser sur les décisions gouvernementales sera analysée ici en la rapprochant de la YouTubisation de la connaissance.

La démarche d'enquête remonte à Hérodote d'Halicarnasse (480 av JC- 425 av JC) qui voyagea dans de nombreux pays (Égypte, Perse, l'Inde, Babylone…) pour comprendre pourquoi les peuples se faisaient la guerre avec autant de violence. Cicéron disait qu'il avait inventé l'histoire, tellement sa méthodologie se rapportait à l'enquête. En grec, les deux mots se confondent ; enquêter, c'est "historier". "*L'historien*" est celui qui rassemble les témoignages, qui va écouter les parties. C'est lui qui va ensuite émettre un avis, l'avis le plus juste. L'enquête se fait par l'écoute (du verbe "*acouéne*") nous dit Paul Demont ; Halicarnasse va écouter ce qu'ont à dire les Perses et les Égyptiens. Il va aller voir lui-même pour vérifier les dires de ses enquêtés[741].

Le collectif Grenoblois "Pièce et main d'œuvre" (PMO)[742] revendique la filiation d'Hérodote et de John Dewey dans leur travail d'enquête critique lors d'un podcast produit par le site Floraison[743]. « *L'enquête permet de faire un pas de côté pour aller vers la réflexion. La démarche, c'est de suivre le fil chronologique en essayant de le saisir le plus haut possible et donc de faire des histoires, de faire de l'histoire ».* L'enquête, c'est ce qui permet de passer du concret à l'abstrait, du particulier au général et des faits à la théorie et non pas l'inverse. Une théorie, c'est précisément une vue ordonnée. La théoria en grec, c'est la contemplation, mais pas la contemplation du chaos, la contemplation du cosmos, la vue ordonnée. C'est le passage du chaos au cosmos, du désordre à l'ordre dit Yannick Blanc dans le podcast. Il est un des principaux auteurs du collectif PMO.

Nous vivons dans un chaos, un bombardement d'informations perpétuelles, par tous les médias, avec l'accélération des moyens technologiques. « *Les gens n'arrivent plus à faire sens. Parce qu'avec une rotation des flashes d'information tous les quarts d'heure, "un clou chasse l'autre". Avec l'effondrement des grands systèmes explicatifs (religieux, politiques, culturels…), les gens sont perdus. Et je crois qu'ils souffrent aussi de cette perdition. À partir du chaos et du désordre apparent, nous saisissons un fil, un fil conducteur, le fil d'Ariane, pour essayer de reconstituer l'ordre caché derrière les apparences chaotiques. Et donc en se livrant à l'enquête, la recherche, on saisit ce fil, et petit à petit, nous remontons des pièces éparses, on les assemble.*

---

739 SINTOMER, Yves. Le pouvoir au peuple. Jurys citoyens, tirage au sort et démocratie participative. Lectures, Les livres, 2007.

740 DEWEY J. (2006). Logique : la théorie de l'enquête (traduit par G. Deledalle). PUF. (Ouvrage original publié en 1938 sous le titre Logic: The theory of inquiry.)

741 DEMONT P." Figure de l'enquête dans les "enquêtes" d'Hérodote". *Annali Della Scuola Normale Superiore Di Pisa. Classe Di Lettere e Filosofia*, 2002. *7*(2), 261–286. http://www.jstor.org/stable/24308454

742 PMO : atelier de bricolage pour la construction d'un esprit critique à Grenoble. Site en ligne : https://www.piecesetmaindoeuvre.com/spip.php?page=plan

743 Podcast Floraison, "Face au monde machine" Episode 2 : "On ne nait pas anti-industriel, on le devient", 2022, en ligne : https://floraisons.blog/face-au-monde-machine/

On reprend la main. Le fait d'ordonner la réalité permet de faire qu'elle nous agresse moins. Parce que ce qui nous agresse, c'est le manque de sens » dit Yannick Blanc (à 9'50" du podcast de Floraison).
C'est que l'enquête enclenche un processus d'auto éducation qui rend les faits intelligibles. L'intelligence nait, croit et se développe en utilisant l'organe de l'intelligence qu'est le cerveau. La pratique de l'enquête critique permet de développer la pensée, ses facultés, et la maturité intellectuelle, philosophique, sociologique…
« *Il y a une espèce de jouissance, de compréhension qui est vraiment stimulante et à ce moment-là, en effet, on arrête de subir* » (Ibid.6').
En effet, une grande partie de la réflexion de John Dewey se focalise sur l'apprentissage continu et réflexif des individus, afin qu'ils puissent se constituer en un public suffisamment large et éclairé pouvant prendre en main sa destinée, en connaissance de cause, grâce à l'élaboration d'un esprit critique nourri par l'accumulation de connaissances.

Déjà en 1927, à l'heure où il s'attèle à son opus, Dewey fait le constat inquiétant d'une apathie politique des citoyens. Même si les institutions américaines, à l'intérieur desquelles il évolue, ne reflètent pas totalement la situation contemporaine, les transposer en France en 2023 apporte des enseignements particulièrement valides, malgré les transformations sociologiques et techniques qui se sont opérées depuis. En effet, cette apathie politique se manifeste déjà par un taux d'abstention très important. Elle est pour Dewey le produit d'un décalage entre l'organisation politique du pays (en France, la Vème république) et les attentes des citoyens qui ne s'identifient plus à leurs institutions. Pire, ils les perçoivent comme des freins à toutes les initiatives individuelles et collectives nécessaires pour préserver une viabilité de l'espèce humaine, dans la paix.
Le progrès humain est constamment contredit par le vécu et les attentes des citoyens. Le sentiment de défiance se généralise auprès d'une classe politique dont le rôle devrait être d'améliorer la vie de tous grâce à ses prescriptions et à l'organisation du pays. Les gouvernants sont perçus comme s'attachant à leurs propres intérêts et ceux de leurs alliés : une petite élite sociale dont la richesse se détache toujours plus de celle des Français "ordinaires". Ces inégalités, comme l'incapacité totale du personnel politique à s'attaquer aux problèmes structurels de nos sociétés, entrainent une dépréciation à l'égard des actions politiques, et de ceux qui les ont mises en place.
Les citoyens et citoyennes sentent qu'ils sont pris dans un système trop puissant et compliqué, qu'ils comprennent mal et ne maîtrisent pas. La pensée est immobilisée, et l'action paralysée. Des procès en incompétence des professionnels de la politique font suggérer que la solution résiderait dans des gouvernements d'experts[744]. Mais lorsqu'elle est appliquée, cette solution échoue rapidement de la même manière. On l'a vu en Italie en 2011 avec Mario Monti, revendiquant ce type de gouvernement[745].
Pour une personne qui s'intéresse à un domaine particulier, son expertise lui permet-elle d'aborder une multitude d'autres secteurs de compétence ? Et pour le profane, a-t-il le temps nécessaire pour appréhender problématique spécifique et s'y engager ? Ces questions, même si elles ne sont pas formulées aussi directement, sont perçues par le public. Chacun y fait face à sa mesure, en fonction de ses motivations, de

[744] LIPMAN Walter. *Le Public fantôme*, 1927, trad. fr. Laurence Decréau, présentation Bruno Latour, Ed. Demopolis, 2008
[745] ORTOVELA Peppino. « Qu'est-ce qu'un gouvernement d'experts ? Le cas italien », Hermès, La Revue, vol. 64, no. 3, 2012, pp. 137-144.

ses convictions, de ses croyances, et surtout, en fonction du temps qu'il peut y consacrer. Car maitriser un domaine particulier et pouvoir en comprendre ses imbrications prend du temps. Il faut se plonger dans de nombreux ouvrages, en comprendre les concepts et le langage souvent spécifique, faire le lien entre la théorie et les applications pratiques. Ce temps est normalement celui des études supérieures, qui ont plus tendance à se focaliser sur une spécialisation plutôt qu'une vision holistique des modèles d'appréciation. Mais les études ne compensent pas toujours l'expérience. L'enquête INSEE sur les compétences à l'écrit et à l'oral des adultes montre que si les compétences en lecture et calcul sont plus fortes chez les jeunes diplômés vis-à-vis des générations plus âgées (mais de manière très inégalitaire en ce qui concerne les catégories sociales), les générations antérieures ont une capacité de compréhension plus importante du fait même de leur expérience[746]. Maitriser les questions sociétales et se faire une opinion éclairée est un objectif difficilement atteignable. Mais pour Dewey, il est fondamental que les citoyens participent activement aux débats démocratiques. De là viendront leurs compétences et leur bonne gouvernance.

Si une partie des citoyens continuent d'entretenir un système à bout de souffle, et continuent à se rendre dans les isoloirs, c'est plus par habitude et pour préserver une croyance presque religieuse qu'il est difficile de remettre totalement en question. À l'image de ce qui se passe en France lors des élections présidentielles, Dewey constate que ceux qui votent encore le font souvent pour s'opposer, en votant contre un candidat, pour éviter ce qui leur parait le pire, et non pas pour participer activement à un projet pour lequel ils sont prêts à s'engager. C'est toujours ce qui se passe aujourd'hui en France.
S'en suit un sentiment de vacuité citoyenne, où seule la morale d'être encore un "bon" citoyen les empêche de se désinvestir totalement. D'où le classement en vingtième position du vote pour son implication d'engagement (p. 275).
Pour éviter l'innocuité totale de ce système de désignation des représentants par le vote, et pour renforcer ce sentiment d'utilité publique d'un gouvernement "représentatif", les médias mainstreams et les publicitaires participent régulièrement à des campagnes qui créent des sentiments d'insécurité ou de peur. Ces informations répétées en boucle agissent auprès de ceux qui s'informent uniquement par les canaux grand public, et pour qui le besoin de protection fait partie des éléments indispensables de quiétude. Et puisque la solution proposée se compose en grande partie de l'élection de l'homme (ou la femme) providentiel, l'institution parvient tant bien que mal à se légitimer et à se pérenniser, en mobilisant ceux qui n'entrevoient pas d'autres alternatives crédibles.
Les dépendances émotionnelles et les raccourcis intellectuels largement partagés dans la population créent les conditions idéales pour les faiseurs d'opinions. Pour Dewey, les scientifiques ont pris l'habitude de recourir à la méthode expérimentale pour traiter les questions physiques et techniques. Mais les médias les ignorent en ce qui concerne les affaires humaines. Cette difficulté est accrue par une rationalisation inconsciente qui les pousse à idéaliser les institutions en place, dans une sacralité presque religieuse ; la constitution, la propriété privée, la libre circulation…, en sont des exemples éloquents. Les mots « inviolable » et « sacré » viennent facilement aux lèvres des chroniqueurs, des journalistes ou des élus pour les évoquer. Ces mots mettent en évidence l'aura religieuse qui entoure les institutions.

[746] Enquête INSEE 2016 en ligne L'évolution des compétences des adultes : effet « génération » et effet « cycle de vie » https://www.insee.fr/fr/statistiques/2527122?sommaire=2527266

Si "saint" signifie ce qui ne peut être ni approché ni touché, sinon par l'intermédiaire de précautions cérémonielles et de personnes officielles spécialement ointes (Ibid.p.83), alors on peut expliquer pourquoi certains citoyens "agnostiques" se sentent éloignés de ces lieux institutionnels, et qui délaissent les actions qui devraient les justifier.

Ce ne sont pas les idées qui ont démonté les idéaux, mais l'innovation technologique en entrainant des modifications de comportement et de point de vue. Et dans ce combat entre les traditions et la "modernité", entre le passé et le futur, les combattants ne disposent pas des mêmes armes. Alors que la tradition est massivement soutenue par une série de symboles forts et transcendantaux, pouvant s'apprécier au travers de la religion, dans la littérature ou la politique, la modernité leur opposera une série d'outils technologiques performatifs que Dewey considère "durs et étroits" (Ibid.p.81), c'est-à-dire plus facilement appréhendables. Pour se faire valoir, ils font appel à un imaginaire coupé des formes sociétales traditionnelles. À travers la fiction (ou la science-fiction) les récits mettent en avant des individus "augmentés", sans lien social solide, et dont l'idéal de vie est le pouvoir.
Les symboles de la modernité sont véhiculés par Google et YouTube. Ils transforment nos manières de voir et d'appréhender le monde. Leurs représentations sont puissantes et masquent un "envers du décor" plus discutable. Ainsi l'utopie de la bibliothèque universelle, le mythe d'un monde ouvert et accessible en temps réel, et l'idéologie d'une nouvelle économie numérique, plus fluide, écologique et égalitaire[747], ont été associés à la culture numérique et à Internet[748]. Même si ces symboles sont en décalage avec la réalité des faits, ils tendent à transformer les citoyens, les utilisateurs, les consommateurs…

Mis à part ces dystopies, peu de nouvelles représentations symboliques ont vu le jour pour influer l'imaginaire d'un futur plus attrayant, alors que des périls planétaires menacent la vie des jeunes générations. Les intellectuels ont du mal à se défaire des concepts qui les ont forgés. Ils peinent à proposer des alternatives qui puissent servir d'horizon. Dewey continue à penser que les liens qui maintiennent les hommes ensemble dans l'action sont nombreux, solides et subtils. Mais ils sont tout à la fois invisibles et intangibles.
Le numérique a donné des moyens de communication extrêmement puissants comme nous l'avons analysé avec les vidéos YouTube. Ils devraient permettre d'augmenter les capacités de raisonnements collectifs. Pourtant, les humains n'arrivent pas à se mettre au diapason et à voir leurs intérêts communs. Ce n'est donc pas uniquement la pratique des outils qui transforme fondamentalement le groupe humain. Ils le font à la surface. Comme le dit Dewey, ils modifient la perception et la gestuelle individuelle, mais ne parviennent pas à fonder un Public. C'est un sentiment puissant qui provoque parfois des soubresauts irrationnels durant lesquels les individus peuvent penser qu'ils sont unis, alors qu'ils se divisent encore plus profondément. Pour lui, « *tant que la "Grande Société" ne sera pas convertie en une Grande Communauté, le Public restera éclipsé. Seuls le travail de l'enquête et la communication peuvent créer une grande communauté. Notre Babel n'est pas de langues, mais de signes et de symboles ; sans ceux-ci, une expérience partagée est impossible* ». (Ibid.p.81). Car les citoyens et citoyennes ont besoin de partager des visions communes pour prendre forme et se rassembler.

[747] DURAND Cédric. Techno féodalisme Critique de l'économie numérique. Edition La Fabrique, 2020
[748] FLICHY Patrice, *L'imaginaire d'Internet.* La Découverte, « Sciences et société », 2001, 276 pages

7.1.1 Recherche de la grande communauté

Parmi les imaginaires liés à l'internet, la "*communauté*" est celle qui est le plus mise en avant avec le vocabulaire des Youtubeurs eux-mêmes et qui doit être interrogée. Si être abonné à une même chaine YouTube donne le statut de "membre de la communauté de cette chaîne", ce seul critère n'est pas en mesure de caractériser de ce qui est commun à ces personnes. Faire partie d'une communauté requiert une somme d'éléments à partager beaucoup plus importante. Si ce vocable est autant véhiculé, c'est qu'il participe à contrer la réalité solitaire (seul devant son écran) des usagers de YouTube, comme ceux des autres réseaux sociaux. Qu'il y ait des interactions entre webspectateurs et/ou Youtubeurs ne signifie pas que les interlocuteurs partagent les mêmes valeurs, les mêmes projets, la même histoire… De ce point de vue, la crainte de Dewey d'une multiplication des publics semble réelle. Mais si la communauté n'est pas le concept le plus adéquat pour qualifier le public, la notion qu'il a développée pourrait peut-être se rapprocher de celle de peuple, comme l'évoque Joëlle Zack[749], en expliquant toutefois les différences fondamentales qui les distinguent : un peuple se constitue intuitivement par l'intégration géographique, linguistique et culturelle, créant une uniformité qui l'associe à une masse sans interaction sociale et dont l'expression nous est souvent retranscrite à travers les sondages, à la manière d'une identité statistique. C'est à ce peuple que les médias traditionnels et le personnel politique s'adressent, en utilisant des symboles et des concepts généraux, facilement accessibles par tous, mais seulement superficiellement.

Si la télévision s'adresse à une masse de spectateurs, YouTube s'adresse à des individus, identifiés par un nom ou un pseudonyme. Chacun est traité distinctement par la plateforme et son algorithme. Chacun interagit suivant ses caractéristiques propres, son histoire personnelle, son niveau de connaissance, ses affects...

Dewey imagine le Public comme une multitude d'individus identifiés ayant un plein accès aux données les concernant, dans leur ensemble. Par une attitude réflexive, individuelle autant que collective, ils peuvent former des jugements communs sur les conduites à tenir pour améliorer leurs vies. Mais pour se faire, il y a une nécessite d'apprentissages, partant du vécu de chacun, d'une meilleure connaissance de ce qui constitue la vie du groupe. Le Public doit regrouper toutes les dispositions qui agrègeront les individus en groupes locaux, régionaux et nationaux, à l'exemple du mouvement des Gilets jaunes[750], s'instituant en assemblée des assemblées en faisant remonter le travail de tous les groupes locaux pour mieux le faire valider par l'ensemble des autres groupes[751].

Participer à ce mouvement a permis à un nombre important de personnes (qui rejetaient la politique et son personnel), de se former à l'organisation du pays, sa constitution, ses institutions… Ces nouvelles compétences se renforçant avec l'organisation in vivo de mini assemblées, de leur tour de parole, des

---

[749] ZASK Joëlle, « Le public chez Dewey : une union sociale plurielle », *Tracés. Revue de Sciences humaines* 15 | 2008, mis en ligne le 01 décembre 2010. URL : http://journals.openedition.org/traces/753 ; DOI : https://doi.org/10.4000/traces.753

[750] BEDOK Camille, SCHNATTERER Tinette, BONIN Loic, LIOCHON Pauline. « Au-delà de la démocratie représentative : visions du système politique et réformes institutionnelles dans le mouvement des Gilets jaunes ».15e Congrès de l'Association française de science politique (AFSP), ST 12 : Au-delà des partis et des élections ? Confronter théorie politique et perceptions des acteurs, Sciences Po Bordeaux, Jul 2019, Pessac, France.

[751] GWIAZDZINSKY Luc, FLORIS Bernard, TURCO Angelo. « Sur la vague jaune. L'utopie d'un rond-point. » Elya Edition, 2019, En ligne : https://shs.hal.science/halshs-02546783/file/VERSION%20FINALE%20SUR%20LA%20VAGUE%20JAUNE%20(3).pdf

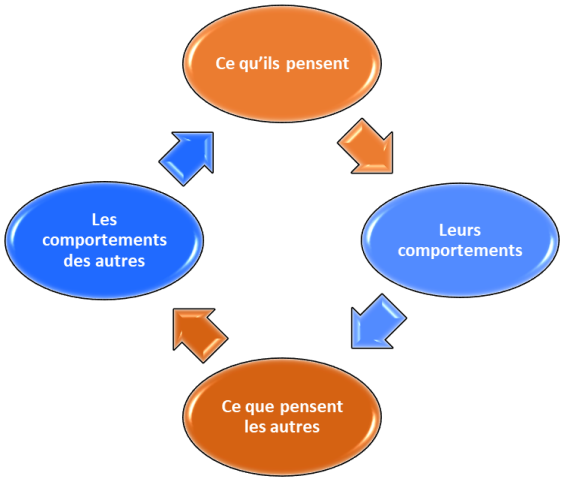
processus de prises de décisions, de création de slogans, de construction d'abris… Chacun étant à la fois émetteur et récepteur, éducateur et apprenant, en puisant dans ses expériences (ses connaissances) ce qui pourrait être utile à l'autre en tant qu'altérité. Grâce au groupe, une conscience politique renouvelée émergea chez de nombreux Gilets jaunes. Cette expérience pourrait servir d'exemple à une sorte d'enquête Deweyenne grandeur nature, où les réseaux socionumériques comme YouTube et les médias alternatifs ont pris le relais pour faire comprendre ce que les médias traditionnels n'expliquaient plus depuis longtemps. C'est alors d'autres compétences qui sont développées : la recherche de sources natives, la compréhension collective des textes ou des vidéos visionnées, l'approfondissement de thématiques par groupe de travail, la retransmission de cette réflexion lors des assemblées … Autant de nouvelles compétences qui permirent aux individus de retrouver une certaine estime d'eux-mêmes, et aux groupes de trouver une cohésion qui les légitimait auprès des autres groupes répartis sur le territoire.

L'enquête de Dewey part du principe que la société, notre environnement, nos connaissances…, sont en perpétuelle évolution. Pour y faire face, l'humanité doit s'adapter en permanence. Mais pour le faire, les humains doivent "enquêter", c'est-à-dire étudier tous les changements qui s'opèrent dans leur environnement, et rechercher collectivement les meilleurs moyens d'y répondre, avant de décider et d'appliquer les modifications à mettre en place et à suivre.
C'est un processus circulaire qui nécessite une participation du plus grand nombre (voir de tous) afin que les solutions proposées soient largement acceptées. Une sorte de grande convention citoyenne permanente où toutes et tous participeraient[752]. Car c'est un processus sans fin, une méthodologie qui doit s'inscrire dans le quotidien attentionnel du plus grand nombre. En effet, les solutions élaborées viendront modifier le cours de la société, avec ses outils technologiques, ses comportements, ses rapports sociaux... et apporteront ensuite leurs lots de dérèglements et de problèmes à résoudre.
Les relations sociales évoluent constamment et c'est pourquoi il est nécessaire d'en avoir l'image la plus précise, à chacun instant, car ce sont seulement les groupes humains qui peuvent adapter leurs actions aux nécessités. L'enquête est une double intrication qui fonde les comportements. Un cercle d'interactions en perpétuel mouvement (Fig.169). Ses résultats influent les pensées individuelles, ils modifient les comportements de chacun, ce qui fait réfléchir les individus de l'ensemble du groupe, qui modifient à leur tour leurs comportements. Il faut alors enquêter de nouveau pour reprendre le même cycle de réflexion et d'action, d'introspections individuelles et collectives.
Joëlle Zask décrit ce mouvement comme une combinaison de relations faisant le lien entre « *les problèmes collectifs qui se posent et un contact de chacun avec ses concitoyens. Le premier forge une compétence au jugement politique tandis que le second forge « l'esprit public »*[753].

[752] GOUGOU Florent, PERSICO Simon. Décider ensemble. La convention citoyenne pour le climat et le défi démocratique. La vie des idées, 2020. halshs-02870262

[753] ZASK Joëlle, « Le public chez Dewey : une union sociale plurielle », *Tracés. Revue de Sciences humaines* 15 | 2008, mis en ligne le 01 décembre 2010. URL : http://journals.openedition.org/traces/753 ; DOI : https://doi.org/10.4000/traces.753

Figure 169 :
représentation du processus circulaire d'enquête selon Dewey



Plus qu'une recherche de solutions, c'est une manière d'être engagée collectivement dans le monde, en prenant en compte les signaux faibles et leurs potentiels bouleversements futurs. Cette méthodologie d'enquête n'a pas les mêmes finalités que celles de l'intelligence collective imaginée par Pierre Levy, alors que des affiliations peuvent sembler pertinentes. Même si tous les citoyens sont concernés par cette recherche et ce partage d'information, par cette implication collective, le but essentiel de Dewey est la constitution de la "Grande Communauté", et non pas l'émergence d'une « *intelligence partout distribuée, sans cesse valorisée, coordonnée en temps réel, qui aboutit à une mobilisation effective des compétences* »[754]. Pourtant la méthode proposée par Dewey conduirait au même résultat. Mais le chemin pour y parvenir diffère radicalement et ne s'appuie pas sur une technologie de médiation faisant miroiter une lecture "en temps réel" de l'État du monde, mais bien l'accumulation d'une recherche de terrain très concrète, partagée progressivement à l'ensemble des autres groupes pour servir l'intérêt général dans un mouvement continu.

Bien avant l'heure, Dewey imaginait une collaboration horizontalisée de la recherche. Il regrettait que les chercheurs des sciences humaines doivent se spécialiser dans des domaines qui ne permettent plus de travailler et réfléchir ensemble, alors que cela lui semblait moins vrai dans les sciences dures, où les physiciens, mathématiciens, chimistes, et autres astronomes… s'enrichissent mutuellement.

Notre approche scientifique contredit son analyse, car notre recherche académique a nécessité de se plonger dans les sciences de l'information et de la communication, dans celles de l'analyse textuelle, dans l'histoire, la psychologie sociale, les sciences cognitives et bien d'autres. De plus, si les chercheurs s'attelaient à la totalité des domaines du savoir, il est évident que cela leur serait inutile ou leur ferait perdre un temps précieux. Cela risquerait même de leur donner une vision très superficielle de chaque domaine. Pourtant, l'interdisciplinarité est un puissant levier de rencontres et de stimulation intellectuelle qu'il faut cultiver et activer le plus possible. C'est peut-être le rôle de la vulgarisation et des vidéos YouTube de faire ?

À son époque, la matière, en tant que "chose", n'inspire souvent que du dédain, alors qu'elle révèle pour Dewey l'État des êtres. C'est un repaire des situations dégradées qu'il est indispensable d'étudier avec attention. Il soulève la dichotomie qui existe entre les sciences dites "pures" et celles dites appliquées, qui est pour lui significative d'une manière de penser binaire et segmentée. Si l'application des secondes signifie qu'elles impactent l'environnement et la vie humaine, avec comme arrière-pensée que cela est plutôt négatif, la pureté des premières semble les rendre inaccessibles aux communs des mortels, et sources de toutes mauvaises interprétations.

Dans le contexte contemporain, cette sensibilité négative s'est totalement renversée concernant le matériel. La technologie a pris l'avantage et la tendance est plutôt de chercher des solutions technologiques à tous les

[754] LEVY Pierre. L'intelligence collective, Pour une anthropologie du cyberespace. Edition la Découverte, 1994.

problèmes liés au développement et à la croissance infinie, pour lesquels les contradicteurs comme François Partant[755] ou Jacques Ellul[756] ont une voix qui peine à porter.

Cependant, Dewey constate que ce qui reste encore trop délimité participe à un cloisonnement délétère entre le monde dans lequel les humains vivent, et la vie des humains dans et par ce monde. *« Cette fissure se reflète dans la séparation de l'homme lui-même entre un corps et un esprit dont on suppose souvent qu'ils peuvent être connus et traites que séparément »* (Ibid.p.84). La scission entre l'homme et la nature est la source de nos problèmes. On sait aujourd'hui que cette fracture entre l'humain et son milieu est la cause du dérèglement climatique, d'une perte massive de la biodiversité et des problèmes environnementaux catastrophiques qui caractérisent la *société du risque*.

L'humain n'est qu'un mammifère contingenté à un écosystème. Le percevoir indépendamment, ouvre la porte à une multitude de dérives qui posent de graves problèmes. Tenter de faire public (ce qui est la priorité de Dewey), oblige à décloisonner les pensées et les recherches qui contribuent à les modifier.

« *Finalement, tout ce qui entre dans la vie humaine dépend des conditions physiques ; la compréhension et la maitrise sont subordonnées à la prise en considération de ces conditions. On pourrait donc penser que les conditions qui tendent à nous priver de la connaissance de notre environnement, et à en empêcher la communication en des termes qui soient ceux des activités et des souffrances des hommes, doivent être tenues pour désastreuses, qu'elles sont nécessairement ressenties comme intolérables et qu'on ne puisse s'en accommoder que là où elles sont devenues inévitables.* » (Ibid.p.85).

Dewey définit le concept d'expérience comme le lien entre l'agir et le subir, entre l'épreuve de la réalité non maitrisée qui produit son lot de catastrophes permanentes, et l'obligation de modifier constamment sa trajectoire pour éviter les trop fortes variations négatives. C'est la rencontre entre le milieu dans lequel vivent les personnes et leur capacité à le prendre en compte qui façonne cette expérience.

La remarque de Dewey sur la dichotomie des sciences est pertinente si l'on considère que les problèmes qui touchent notre société concernent la totalité des champs de la connaissance. Ce n'est donc pas aux chercheurs de modifier leurs champs d'investigation et d'élargir leurs connaissances, mais plutôt aux profanes, à tout un chacun, de s'emparer des questions à traiter et de faire le lien entre des domaines qui pourraient paraître aux antipodes. Certains Youtubeurs s'y emploient, comme Léo Grasset et sa chaine Dirtybiologie[757] qui s'adresse à ses webspectateurs en leur disant « *Tu ne voulais pas le savoir, mais maintenant c'est trop tard ! Des vidéos de science sur des sujets mindfuck, crades, ou juste rigolos. Parfois on parle de biologie aussi* ». 97 millions de vues pour 1,14 million d'abonnés. Tous types de sujets, économiques, écologiques, éthiques, sanitaires sont analysés sous l'angle de la curiosité scientifique.

Dans ce contexte, les chercheurs ont la mission de faire connaitre les résultats de leurs recherches et de les rendre compréhensibles au grand public. C'est déjà ce que font une grande majorité d'entre eux, même si la technicité de certaines recherches nécessiterait un gros travail de vulgarisation. Reste aux médias et aux institutions le rôle de diffuser cette connaissance pour qu'elle soit facilement accessible. C'est cette appropriation des résultats des chercheurs par les citoyens dont Dewey tente de dessiner les contours. Une compréhension qui doit être amorcée par les chercheurs eux-mêmes, repris par les médias et le personnel

---

[755] PARTANT François, « La fin du développement, naissance d'une alternative », Edition Babel, 1982

[756] ELLUL Jacques. « La technique et l'enjeux du siècle », Edition Armand Colin, Paris, 1954

[757] @dirtybiology · 1,14 M d'abonnés · 132 vidéos En ligne https://www.YouTube.com/c/dirtybiology/featured

politique, pour ensuite infuser les citoyens et les faire réagir. C'est la condition pour qu'ils s'emparent des sujets d'intérêt commun, et que les responsables politiques prennent en compte leur point de vue.

Dewey sait que sa proposition est quelque peu utopique, surtout pour son époque, où la pression environnementale n'est pas vécue comme elle l'est aujourd'hui. Mais l'horizon qu'il dessine est plus que jamais d'actualité et semble se préciser : que les citoyens s'organisent de manière à faire circuler la connaissance afin que chacun identifie et diagnostique les dysfonctionnements de nos sociétés. Penser les problèmes, c'est déjà une partie de la solution. C'est ce principe qui permettra selon lui de faire Public. Joëlle Zack précise que la notion de peuple suppose l'unité, que l'enquête permettrait[726]. Elle ajoute que cette unité repose sur des facultés partagées. Celles de posséder un niveau de connaissance rationnelle qui permette de transcender les particularismes culturels et les particularités individuelles (Ibid.part.16). Par l'implication qu'elles supposent auprès du public, les enquêtes augmentent la connaissance des individus sur le fonctionnement de la société et sur les interactions entre celles et ceux qui la constituent.

Dewey insiste sur la liberté totale laissée aux enquêtes et sur la diffusion la plus large possible de leurs résultats ainsi que toutes les conséquences qu'elles impliquent. Car sans ces deux éléments, la vision qui se crée est faussée, les questions sociales biaisées, les actions à appliquer inopérantes, ou pires, contre-productives. Sans cette indépendance, les outils d'enquêtes sont restreints. Ils ne peuvent prendre en compte les évolutions observées précédemment, et les comptes-rendus ont le risque être manipulés pour servir des intérêts particuliers.

Contre cette liberté, Dewey dénonce les méfaits de la publicité qui tend à orienter et fausser la réalité. Celle-ci connait parfaitement les moyens de manipuler l'opinion en utilisant les émotions, et avance masquée pour le faire. C'est pourquoi les enquêtes et leurs résultats doivent pouvoir faire l'objet d'une communication aussi massive que celle d'objets promus par les publicitaires ou les journalistes affiliés au pouvoir. « *La connaissance est communication aussi bien que compréhension. Une chose n'est pleinement connue que quand elle est publiée, partagée et socialement accessible »,* insiste-t-il. Pour ce faire, cette communication doit être soutenue par une instance puissante. On peut penser à France Télévisions.

Car l'autre condition nécessaire pour que son dispositif fonctionne, est que toute connaissance nouvelle soit diffusée rapidement après la confirmation de ses résultats. Dans le processus actif qu'imagine le philosophe, la connaissance de ses propres dysfonctionnements est un processus qui participe à son auto-analyse à des fins d'adaptation. Qu'un temps trop long se déroule entre les résultats de l'enquête et leur diffusion auprès du public, provoquerait une distorsion de compréhension, due au fait que l'analyse servant de modèle d'adaptation serait faite sur la base de résultats qui ne représentent plus tout à fait la réalité du moment. Nous sommes dans un continuum de recherches et d'analyses ininterrompues, ou chaque modification apportée à la suite des conclusions précédentes est à nouveau questionnée pour modifier les dysfonctionnements nouvellement apparus. Les délais de mise à disposition de ces connaissances doivent être brefs.

Cette adaptation permanente au milieu participe d'une véritable expérience. Pour Matthias Pepin les connaissances nouvelles deviennent des compétences[758]. Il expose un processus réflexif d'enquête Deweyenne, qui implique des élèves dans des actions concrètes rencontrées en classe, et qui créent par

[758] PEPIN Matthias. Le développement de compétences à l'école primaire au regard de la théorie de l'enquête de Dewey. Éducation et francophonie, 44(2), 19–39(2016).

l'expérience de nouvelles connaissances. Avec les principes de continuité, il énonce le fait qu'obtenir une nouvelle connaissance modifie celles que nous avions acquises précédemment, mais conditionne également la manière dont nous appréhenderons les autres dans le futur. Et pour que l'expérience soit la plus bénéfique en termes pédagogiques et donc d'acquisition de connaissance, il affirme que le plaisir du moment conditionne l'apprentissage, et qu'il influence le processus lui-même d'introspection collective en vue de la résolution de nouvelles questions à approfondir. L'expérience ne se vit pas au passé, mais au présent. C'est-à-dire qu'elle n'est pas le fruit d'un savoir cumulé, mais de l'expérience en train de se vivre, dans le plaisir de l'action. Elle est donc constamment en train d'évoluer, de se transformer, de s'enrichir. Elle s'auto-alimente en englobant avec elle l'expérience de ceux qui la vivent ensemble. Les savoirs accumulés devront alors être expérimentés et remis en cause pour être à nouveau interrogés dans l'idée d'une finalité qui forme un horizon jamais atteint. Le rôle du référent est important pour guider et définir les conditions de l'environnement, pour l'adapter aux capacités des apprenants et à leur intérêt.

Que ces moments réflexifs soient agréables, qu'ils procurent du plaisir et des émotions, et ils seront le moteur à proroger le processus. L'enquête est son propre objectif, elle se nourrit d'elle-même. Dewey définit l'expérience comme la succession de réflexions, d'actions et de l'analyse du résultat de l'action. C'est un processus plus large et englobant. Pour Pepin, l'expérience peut se dérouler seulement si une transaction s'est opérée entre l'individu et le milieu dans lequel il se trouve. Dans son exemple, c'est celle qui relie les professeurs, les élèves et la tâche qu'ils décident d'accomplir ensemble dont le but est de pallier à un manque régulier de matériel scolaire à l'école. Plus largement, c'est la transaction entre ceux qui vont participer à l'enquête et les ressources dont ils vont disposer pour le faire, entre ce que sont les individus dans leurs diversités, leurs capacités, leurs intérêts particuliers, leurs besoins… et les faits dont ils sont témoins, leurs cercles de relations, les moyens techniques dont ils disposent. Une transaction s'opère ainsi et amorce l'implication de l'individu.

7.1.2 La YouTubisation de la connaissance, un dispositif potentiel de l'enquête.

Dans son livre "Le public et ses problèmes", John Dewey consacre un passage à l'évolution des médias de son époque qui, selon lui, s'éloignent de son dispositif d'enquête. Il fait le rapprochement entre les aspects économiques et le type de contenus produits, en s'accordant sur le fait que les divertissements ont progressivement envahi l'espace de diffusion grâce à leur faible coût et leur aspect attrayant.

Cette analyse est confirmée aujourd'hui à la télévision, pour laquelle les divertissements, et en particulier les jeux quotidiens à très bas coûts, viennent coloniser les espaces de diffusions quotidiennes. Ces programmes ont tendance à faire diversion et à affaiblir l'attention des citoyens et des citoyennes sur les questions importantes qui concernent leurs vies.

Même si cela reste vrai de nos jours, des espaces se maintiennent encore pour des programmes qui sollicitent la réflexion des téléspectateurs. Des documentaires ou entretiens mettent en exergue des problématiques jusqu'ici ignorées. France Télévisions, par son statut de service public de l'audiovisuel, n'est pas soumise aux mêmes pressions économiques, et ses rédactions défendent des créneaux d'investigation. Leurs contenus peuvent en effet révéler des aspects non divulgués de notre société sur les chaines privées. Mais la structuration des chaines de production, leurs coûts élevés, et le poids économique et politique des

diffuseurs font que ces émissions sont souvent subtilement contrôlées afin de ne pas risquer de trop déstabiliser l'environnement institutionnel dans lequel les télévisions évoluent.
De son côté, YouTube ne dépend pas directement des institutions politiques. Son modèle économique est fondé sur la captation des données. Il y a donc une contrainte qui pèse sur les contenus malgré la liberté offerte à leurs créateurs. C'est pourquoi certains imaginent la création d'une plateforme publique qui puisse en concentrer les avantages tout en minimisant les pièges. Une plateforme ouverte, transparente et libre qui soit distribuée horizontalement et qui optimise les outils d'expression et de délibération. Nous y reviendrons.
Si nous analysons le contenu déjà existant, parmi la quantité phénoménale de vidéos téléversées, 50**%** d'entre elles se consacrent à la transmission de connaissances sous forme de conférences, de vidéos de vulgarisation scientifique, de réflexions politiques, de conseils de vie et de tutoriels en tous genres (chapitre 3.6).
Si la musique, les divertissements et gaming sont les trois genres les plus prisés en termes de nombre de vues, les catégories "Education", "Science et technologie" et "Actualité et politique" sont minoritaires, mais leur aspect réflexif, et les thèmes développés (qui ne sont souvent pas abordés sur les médias mainstream), font qu'elles ont un impact médiatique important. Car c'est dans ces catégories que les titres de presse historiques comme *Le Monde* produisent des vidéos et les diffusent sur YouTube pour s'adapter à la consommation de vidéos de leur public. Résultats pour la chaine YouTube du journal *Le Monde* : 1,59 millions abonnés et plus de 400 millions de vues cumulées (juillet 2023) depuis la création de la chaine en 2006. Arte, quant à elle, cumule 3,14 millions d'abonnés pour 260 millions de vues et permet ainsi à ses programmes d'être suivi par une population qui les regarde en ligne plutôt qu'en direct.
Pour prendre l'exemple de la chaine #DataGueule (coproduite par France Télévisions), elle cumule à ce jour 586 mille abonnés et 48 millions de vues depuis sa création en 2014. Et beaucoup d'autres chaines YouTube confortent ces observations : Thinkerview[759] rassemble plus d'un million abonnés pour 203 millions de vues, Cyrus North[760], qui se présente comme une "*Braintertainment Creator*", rassemble 788 mille abonnés pour 60 millions de vues. Cumulé, le nombre de ces chaines offre une variété considérable d'opportunité de connaissance.

Ces connaissances distribuées et travaillées par les citoyens webspectateurs permettent d'élever progressivement le niveau de compréhension de la société et des difficultés qu'elle traverse. Les discussions qu'elles provoquent exercent ceux qui les mènent à poser une analyse critique sur ce qui les entoure (et même ceux qui ne font que les suivre). Ce qu'ils lisent, visionnent, vivent, consomment… sont alors autant d'éléments venant expliquer un réel en mouvement.
Si chacun a ce travail solitaire à effectuer, les compréhensions peuvent aussi s'agréger et rassembler des collectifs. Pas besoin d'unité préalable acceptée par l'ensemble. Le public de Dewey se constitue par lui-même, en commençant par s'agréger en petits publics pluriels qui se rassemblent autour de questions qui les touchent et sur lesquelles ils se mobilisent. Ce ne sont donc pas des groupes caractérisés par des catégories sociales et culturelles. Ils sont rassemblés autour de leur expérience, et leur volonté commune d'en modifier le cours.

[759] https://www.YouTube.com/c/thinkerview/featured
[760] https://www.YouTube.com/c/CyrusNorth/featured

Ce qui importe à Dewey pour créer cette "grande communauté", c'est sa participation active dans la création de ses connaissances, dans les démarches individuelles et collectives qu'il mène et sa contribution à l'enquête. Et cela commence par le développement de la compréhension du monde qui l'entoure et de ses aptitudes à s'en servir pour participer à la réflexion générale. C'est par ce biais que le public pourra imposer ses choix à ses représentants (son gouvernement), en rompant avec les pratiques politiciennes qui le placent dans la position d'un sujet incompétent, à qui il faut imposer (pour son bien) des décisions dont il ne veut pas. Le savoir partagé crée la conscience de ce qui relie les individus entre eux. Il permet de transcender les intérêts particuliers pour penser l'intérêt général. Et l'enquête est un moyen de parvenir à ce terme. « *En désignant par public un résultat et non une condition préalable, Dewey parvient à cerner la similitude entre la logique du développement des compétences et celle de la production d'un accord* »[761]. La notion de public promeut la participation des citoyens et l'acquisition de compétences du groupe le plus large possible de citoyens, qui servira à localiser, en toute indépendance, leurs intérêts partageables.

Dans le cas des vidéos éducatives, de vulgarisation, de conseils ou d'analyse politique… diffusées sur YouTube, ce sont les auteurs et/ou les Youtubeurs qui font office d'éducateurs et qui adaptent leur contenu aux capacités de leur public. C'est eux qui créent les conditions de l'expérience audiovisuelle et qui stimulent la réflexion des webspectateurs. Le sujet développé, le ton qu'ils emploient, la mise en scène et les informations délivrées… font qu'ils créent une relation horizontale avec les webspectateurs. Même s'ils maitrisent mieux le sujet, ils le partagent plutôt qu'ils le transmettent.

La multiplication des chaines YouTube « People & blog » dont nous avons parlé précédemment ainsi que toutes celles qui regroupent moins de 1000 abonnés (87% des chaines de la plateforme) ont un intérêt manifeste. Non pas encore par leurs contenus (qu'il faudra étudier précisément), mais par leur seule fabrication. Comme nous l'avons vu, les vidéos ont cette nécessité de concentrer l'information, de la synthétiser et de la rendre la plus limpide et accessible au plus grand nombre. Pour ses innombrables créateurs et créatrices de chaines, se confronter à cet exercice les astreint à se poser les bonnes questions pour y apporter les bonnes réponses. Pour augmenter leurs chances de partage et de visibilité, s'attaquer à ses centres d'intérêt est le moyen le plus simple d'allier plaisir, compétence et intérêt. Suivre les exemples de ceux qu'ils (ou elles) aiment, les poussera à positionner leur énonciation horizontalement, s'adressant à leurs pairs pour mieux communiquer et être écoutés.

Mais pour ces chaines, leur apport ne se limitera pas à une unique vidéo sur un sujet particulier, ils et elles renouvelleront l'expérience de mois en mois afin de décortiquer un autre aspect de la complexité du monde. Et c'est cet ensemble, ces corpus entrelacés, qui participent à une dynamique de transformation. Qu'elle soit celle des auteurs eux-mêmes, en travaillant leur sujet et en expérimentant de manière active et créatrice des nouvelles expériences, ou que ce soit les publics qui les suivent, qui emmagasinent de nouvelles connaissances.

C'est ce qui se passe avec #DataGueule qui a fait cheminer sa pensée en 150 vidéos, semaine après semaine, mois après mois dans une dynamique réflexive qui parfois se recentrait sur une thématique plus large comme le réchauffement climatique ou la démocratie. Dans ce mouvement de création, les retours des webspectateurs ont leur importance. Ils les brusquent parfois, les encouragent, les interrogent, éveillent de

[761] ZASK Joëlle. Le public chez Dewey : une union sociale plurielle. Revue Tracés, revue de sciences humaines, 15/2008 Ibid. page 177 https://doi.org/10.4000/traces.753

temps en temps leur curiosité. C'est le dispositif qui les accompagne et génère un développement des capacités de chacun.

Même les Youtubeurs discutent en public des vidéos d'autres chaines YouTube : Outre leur fonction de diffuseur de connaissance, les Youtubeurs sont aussi des webspectateurs, peut-être plus "légitimes" ou attentifs que les autres. Leur chaine leur permet de créer des passerelles avec d'autres chaines, soit pour s'enrichir mutuellement, soit pour créer une discussion sur un point particulier, soit encore pour corriger un point qui leur semble "douteux". Nous citerons à cet égard trois exemples de vidéos, de 3 chaines totalement différentes, qui reviennent chacun sur les propos d'une autre vidéo.

La première est celle du **réveilleur**[762] (202k abonnés et cumule 8 millions de vues en mai 2023). Il revient en 2007 sur une vidéo de la chaine "*Et tout le monde s'en fout*"[763] qui parle des ressources d'eau disponibles sur terre et des problèmes de sa gestion. *Le Réveilleur* rectifie plusieurs imprécisions ou erreurs, reproche aux auteurs de ne pas fournir les sources de leur discours, et éclaire le sujet d'une analyse plus précise. Il s'attache à ce que les arguments énoncés, qui peuvent être repris par le public, soient les plus circonstanciés possible pour avoir le plus de chance de convaincre. Alors que les auteurs de "Tout le monde s'en fout" réalisent des fictions avec leurs vidéos, parfois au détriment de la précision des arguments, lui, est plus didactique et travaille les détails de ses exposés.

La seconde, celle de **Victor Ferry**[764] (455K abonnés et 39 millions de vues en mai 2023) reprend l'exemple de la chaine Thinkerview[765] pour enrichir son message. La chaine ayant comme vocation à partager des outils rhétoriques pour mettre les idées en discours, et le public en mouvement, il prend exemple sur Thinkerview comme une chaine qui respecte l'intelligence de son public, et qui a une manière remarquable de poser des questions. Il catégorise ainsi les questions selon plusieurs axes que tout un chacun devrait suivre pour se forger une opinion en comprenant le sujet :

- QUESTIONS DE VÉRITÉ : Comment sait-on que c'est vrai ? - Qu'est-ce qui vous permet de dire ça ? - Comment le savez-vous ? - Quelles sont vos preuves ?
- QUESTIONS DE CURIOSITÉ - Qu'est-ce que c'est ? - Comment ça marche ? - À quoi ça ressemble ? - Qu'est-ce qu'il y a à l'intérieur ?
- QUESTIONS DE CAUSALITÉ - D'où ça vient ? - Pourquoi ça se passe comme ça ? - Qu'est-ce qui explique ça ? - Comment en sommes-nous arrivés là ?
- QUESTIONS D'EMPATHIE - Est-ce qu'on ne peut pas voir ça autrement ? - Quels sont les autres points de vue sur ce sujet ? - Qu'en pensent vos adversaires ? - Est-ce la seule manière de voir les choses ?

---

[762] @LeReveilleur · 202 k abonnés · 99 vidéos : https://www.YouTube.com/watch?v=p-VuRpkrNto

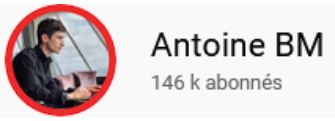
[763] @Ettoutlemondesenfout · 689 k abonnés · 197 vidéos : https://www.YouTube.com/watch?v=MWwJGhtsH54

[764] @VictorFerry · 455 k abonnés · 274 vidéos : (https://www.YouTube.com/watch?v=zSRDgZCyEu0

[765] @thinkerview · 1,15 M d'abonnés · 317 vidéos : https://www.YouTube.com/user/thinkerview

- QUESTIONS DE SOLUTION - Et si on faisait autrement, qu'est-ce que ça impliquerait ? - Qu'est-ce qu'il faudrait faire ? - Est-ce la meilleure option ? - Qu'est-ce qu'on peut faire dès maintenant ?

Victor Ferry s'appuie fréquemment sur des exemples pour entamer un raisonnement et une pratique rhétorique. Tous les médias lui servent d'appuis pour donner de bons conseils d'expressivité individuelle.



Enfin la troisième, celle d'**AntoineBM**[766], (176k abonnés, 15,7 millions de vues en mai 2023) durant laquelle il s'entretient avec Victor Ferry, sur son activité de Youtubeur et sur sa vie réelle. Le projet de celui-ci est politiquement très assumé, dans la mesure où il constate que les citoyens attendent trop *des gens qui sont en responsabilité. « Et vu qu'ils nous déçoivent, on pense que c'est parce qu'ils sont pourris… je pense que le problème principal de la politique à l'heure actuelle, c'est qu'on attend trop de nos représentants, et moi, ce qui m'intéresserait, c'est que quand les gens sont confrontés à un problème, n'importe quel problème, un problème écologique, un problème d'éducation, ils se disent : mais qu'est-ce que je peux faire, moi, pour régler ce problème ?* (Victor Ferry 14:23) Et sa proposition est d'aider tous ceux qui le souhaitent à formuler leur propre manifeste, élément indispensable pour commencer à entrevoir de changer le monde. Son enquête au long cours vise à étudier un problème de rhétorique en se servant d'un exemple médiatique, et à le résoudre pour que chacun y trouve un outil de progression dans sa propre expérience. Lui, que les webspectateurs visionnent grâce à une vidéo, les incite à prendre la plume pour mettre au clair leurs idées les plus chères et trouver les moyens rhétoriques de les défendre.

Le mouvement d'enquête perpétuelle peut être perçu en regard de ce type de vidéos critiques. Elles pourraient à leur tour être l'objet d'une réponse, dans une sorte de dialogue distancié intéressant.
Cette mise en action du public ne serait pas immédiatement possible sans le dispositif de YouTube. C'est la plateforme qui leur permet d'agir de manière plus ou moins émotionnelle, en "*likant*" la vidéo, en la partageant, en écrivant un ou des commentaires à la suite du visionnage, ou simplement en lisant ce qui a été écrit par les autres commentateurs. Toutes ces actions manifestent le débouché réflexif du visionnage.

Bien sûr, nous ne disons pas que les documentaires diffusés au cinéma ou à la télévision, et qui ne bénéficient pas de ces interactions numériques, ne stimulent pas la réflexion de leurs spectateurs. La pensée et la réflexion qu'ils génèrent peut aussi s'exprimer par des discussions avec l'entourage, ou même, déclencher une action toute aussi impliquante.
Ce que nous affirmons, c'est que <u>les possibilités qu'offre la YouTubisation, grâce à son dispositif, réduisent le laps de temps entre la réception du contenu et la réaction qu'il peut provoquer.</u> Le contenu des films et des documentaires, à cause de l'économie de leur circuit de diffusion, ne permet pas la même rapidité de traitement, et surtout, les mêmes sujets de questionnement, beaucoup plus spécifiques. Les premiers doivent s'adresser à un large public pour être rentabilisés, alors que les vidéos peuvent se contenter de cibler un public beaucoup plus restreint en traitant des questions dites de "niche".

Si les réactions sont incitées par les réseaux socionumériques et YouTube en particulier, c'est qu'elles sont souvent sollicitées par les émotions. Celles-ci font l'objet de nombreuses recherches et d'études depuis

[766] @antoinebm・180 k abonnés・1,1 k vidéos : Itv Victor Ferry https://www.YouTube.com/watch?v=pq1YK1IGJeQ

plusieurs années, tant sur leurs aspects négatifs, quand elles sont liées à l'économie de l'attention, au dévoilement et à la marchandisation de la vie privée[767]..., que positifs, lorsqu'elles favorisent l'apprentissage et le passage à l'action. Antonio Damasio affirme en effet que les émotions, loin de paralyser l'individu, sont des résonances physiques émanant du corps. Elles remontent au cerveau qui les traitera par une action appropriée dans le but de mieux vivre la situation[768]. Le mot même d'émotion vient du latin emovere (mouvoir/susciter) et a une signification politique dès son apparition au XVe siècle. En effet *« esmotion »* en français, a été inventé pour dénoncer une situation politique troublée. Nicole Hochnet soutient que c'est la référence au corps imaginaire de la société qui est l'élément constitutif nécessaire à la formation du mot « émotion »[769]. Au moment où l'armée royale pénètre à Orléans le 4 mai 1429, il est question des « esmotions des communes », soit des soulèvements civils, révoltes populaires. Les émotions sont donc la mise en mouvement physique d'un corps social, une réaction à une situation politique urgente et forte.

Face à une vidéo qui provoque donc des émotions, il y a les réactions possibles qu'elle peut susciter. La possibilité de pouvoir agir immédiatement pour prolonger sa réflexion, son indignation, sa gratitude ou toutes autres émotions ou pensées permet une médiation accélérée qui facilite le passage à l'acte. Cela se déroulerait de la même manière si, en sortant d'un cinéma après avoir vu un film sur les injustices sociales, une manifestation en lien avec cette thématique se déroulait juste devant la sortie. Le spectateur serait alors plus à même d'y participer. Ici, alors que le webspectateur est seul devant son écran, ces outils lui donnent un accès direct à l'expression de ses sentiments.

Cette mise en mouvement réflexive et émotionnelle permet, à des niveaux distincts, d'enclencher une réflexion, un rappel, une mémorisation du contenu, voire une mise en mots des réactions provoquées. Une participation active se crée alors, et permet à ce qui vient d'être énoncé de devenir une expérience, au sens Deweyenne du terme. Il y a bien une continuité de l'expérience, et la transaction qui fonde l'expérience éducative est renforcée de deux manières :

- Puisque les chaines YouTube dont nous parlons comptent plusieurs centaines de milliers d'abonnés, beaucoup reçoivent une notification qui les prévient de la mise en ligne d'une nouvelle vidéo. Ceux-ci en visionnent avec une grande régularité. Il y a donc continuité et familiarisation de la pensée sous-jacente des auteurs, de la manière d'aborder une question sociétale, et de questionner la manière dont elle est actuellement traitée avec toutes ses incohérences et ses biais. La pensée où les concepts diffusés prennent part progressivement dans un ensemble qui produit sa propre cohérence. La familiarité qui se crée entre les auteurs et leurs webspectateurs construit progressivement un corpus réflexif dans lequel ils pourront puiser.
- L'expérience réflexive des vidéos et du dispositif YouTube, mais également, celle de discussions avec leurs proches dans "la vraie vie" (IRL), modifie la perception du monde qui les entoure. Outre la révélation d'une 'information nouvelle et l'émotion éventuelle qu'elle peut produire, la compréhension de ses causes et de ses conséquences transforment la perception du réel. Un réel qui peut être modelé par les liens qui sont créés grâce aux connexions virtuelles d'une zone de commentaires, ou par les

[767] CITTON Yves, *L'économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme ?*La Découverte, « Sciences humaines », 2014, 328 pages.

[768] DAMASIO, Antonio R. "L'erreur de Descartes : la raison des émotions". Odile Jacob, 2006.

[769] HOCHNER Nicole, « Le corps social à l'origine de l'invention du mot « émotion » », L'Atelier du Centre de recherches historiques, 16 | 2016. URL : http://journals.openedition.org/acrh/7357 ; DOI : https://doi.org/10.4000/acrh.7357

discussions en présentiel avec ses amis ou sa famille. Exprimer est la première étape de l'action. Elle permet de faire entendre une voix, au début tâtonnante et intérieure, encore indécise, et la faire remonter à ses propres oreilles. "*S'entendre penser*" ou se lire, participe aux mécanismes de compréhension, même s'il passe par des propos confus. C'est le processus de l'apprentissage. Un processus qui travaille son propre réel pour lui faire donner sa forme, même provisoire.

Cette modification du point de vue est une expérience qui s'accumule et aiguise notre manière de voir, même si tous les sujets ne marquent pas tous les individus de la même manière. La personnalité des webspectateurs, le moment du visionnage et les événements simultanés, peuvent effacer la prégnance de la vidéo. Il n'en demeure pas moins que certaines expériences vidéo participent à l'évolution réflexive de celui qui l'a vécu.

Le plan d'action des auteurs de la chaine #DataGueule se situe bien dans la compréhension progressive des phénomènes sociétaux (politiques, économiques, sociaux, technologiques…). Ils affirment que « *le programme est un jeu où l'on assume que l'incompréhension est essentielle pour faire émerger l'évidence* »[770]. Une évidence en forme de compréhension des évènements qui s'expriment au départ comme « *un jeu de lego, où une réalité se construit sous nos yeux sans que l'on s'en aperçoive ».* S'affiche donc une volonté de mettre en mouvement l'esprit critique, de jouer avec les pièces du puzzle plutôt que de rester passifs. En somme, de se mettre à décrypter le monde pour mieux pouvoir agir dessus.

Mais bien sûr, le résultat final différera de l'objectif de départ. Celui-ci agit comme un horizon, une direction qui ne sert pas d'objectif final, mais plutôt à mettre en mouvement ceux qui visionnent les vidéos, pour tâcher de l'atteindre. C'est un processus progressif qui agit par étapes successives.

Les auteurs pédagogues se servent du dispositif de YouTube comme l'application d'une pédagogie inversée[771], où, à la suite d'exposés plus théoriques, les participants sont invités à participer à des ateliers plus pratiques ou à des discussions sur le sujet traité. C'est une méthode qui favorise les personnes moins bien formées et qui apporte une dose de plaisir dans l'apprentissage.

La vidéo remplit cette fonction lorsqu'elle suit ce but et que les auteurs font en sorte de le suivre. C'est ce que Dewey appelle l'intelligence de l'expérience éducative. Dans le cas des vidéos de #DataGueule, mais aussi celles des catégories "Education", "Science et technologie" et "Actualités et politiques", l'expérience est de faire en sorte que la réflexion du public soit stimulée pour tendre vers une intelligence active. Exposer des faits, en expliquer les causes, mettre à disposition des arguments, tout en ouvrant le débat, en terminant la vidéo par une interrogation, sont autant d'invitations à faire vivre le questionnement et la réflexion. C'est donc une expérience qui leur permet d'entrainer leurs facultés réflexives qui est proposer aux webspectateurs citoyens, exactement le souhait de John Dewey.

L'action qu'il entrevoit grâce à l'enquête ne peut se déclencher seulement si la réflexion a pris le pas sur l'action pour lui faire prendre une direction qui servira l'objectif à atteindre. Sans cette réflexion préalable, il y a risque d'envenimer les problèmes. Dans le cas de #DataGueule, nous pouvons pourtant voir que des

---

[770] Description du programme ##DataGueule par les auteurs dans l'onglet "à propos" de la chaine YouTube du même nom. https://www.YouTube.com/user/#DataGueule/about

[771] FAILLET Vincent. La pédagogie inversée : recherche sur la pratique de la classe inversée. In: Sciences et Technologies de l'Information et de la Communication pour l'Éducation et la Formation, volume 21, 2014. Évaluation dans les Jeux Sérieux / Les EPA : entre description et conceptualisation. pp. 651-665;

actions concrètes révèlent la réflexion. L'écriture des commentaires en est un exemple. Le partage, le soutien par le like, le sont aussi dans une moindre mesure. Mais la participation à des collectifs écologiques ou des manifestations en sont d'autres, beaucoup plus engageantes.

Pour Matthias Pépin, "*les objets de connaissance ne sont jamais préalables à l'acte d'apprendre; ils en constituent plutôt la fin".* Apprendre à partir d'un problème fait déjà une partie de sa résolution. Il résume les cinq conditions que Dewey préconise pour qu'une enquête soit correctement menée (Ibid.p.26)[786].

1) Reconnaissance d'une situation problématique.
2) Choix des données à explorer pour instruire la problématique.
3) Suggestion de solutions, ou de faire des propositions de solutions.
4) Raisonnement sur leurs implications et formulation d'actions à accomplir.
5) Prise en considération des conséquences modificatrices des actions accomplies.

Et ceci doit se produire dans un mouvement circulaire et évolutif durant lequel chaque nouvelle enquête vient enrichir l'apport de la précédente. Des discussions prolongent et exercent la réflexion, l'argumentation, les confrontations à l'altérité des participants. Les mots sortent de la plateforme pour prolonger les débats entre amis. Ils peuvent alors se former en collectifs ou rejoindre des mouvements pour participer à des actions concrètes qui leur apporteront le sentiment d'un pouvoir d'agir bénéfique pour la santé individuelle ou générale.

Les vidéos #DataGueule ne suivent pas nécessairement ces 5 étapes. Elles lancent le processus réflexif jusqu'à la phase 4, en analysant une problématique, en faisant le tri dans les données disponibles, et en suggérant par l'ironie aux webspectateurs de creuser la question. Une partie d'entre eux répondra à cette invitation en entamant des discussions dans l'espace des commentaires ou avec leur entourage. Certaines laisseront émerger des pistes de solutions. Là se joue la quatrième phase.

Pour la suite, les auteurs ne se situent pas dans une verticalité Top Down. Ils ne profèrent pas de vérité à un public captif à qui il suffirait de dicter les actions à mener. Ils établissent une relation égalitaire, et partagent une connaissance qu'ils ont acquise pour la soumettre à discussion auprès de ceux qui le souhaitent. C'est la raison pour laquelle, ils ne formulent pas de solutions "clef en main" et ne décrivent aucun caractère opérationnel. Chacun est libre de penser ce qu'il veut, de soumettre ou non des solutions, d'agir comme il le pense utile.

Les auteurs ne sont pas des leaders militants et ne sont d'ailleurs pas considérés comme tels par les webspectateurs. Tous les individus sont désormais légitimes à exprimer leur réflexion, même si certains sont mieux outillés pour le faire. Le public est jugé mature et apte à s'engager dans la voie qui lui parait la meilleure. C'est à une intelligence citoyenne[772] que les auteurs s'adressent et qu'ils stimulent en tentant de faire émerger la voix du "*Nous tous", (*condensé du "Pour nous" et du "Pour tous"). Une utopie dont l'horizon se profilerait peut-être, grâce à une augmentation générale du niveau de connaissance ?

Il ne peut donc pas y avoir de phase cinq, celle de prise en considération de la conséquence des actions accomplies, car celles-ci ne sont pas encore réalisées, en tout cas, collectivement. Elles n'ont pas pu encore

[772] HANSOTTE Mayo. Les intelligences citoyennes, éd. De Boeck Université, Bruxelles.2005

redéfinir la réalité, et ne peuvent donc pas être à nouveau interrogées. Pour autant, on peut dire que l'enquête critique est amorcée par certaines vidéos diffusées sur YouTube.

On peut ainsi imaginer que la connaissance globale de la population s'élève progressivement ; qu'elle devienne graduellement plus exigeante et à même d'appréhender de multiples questions, qui jusqu'à présent, étaient considérées par les dirigeants, comme étant hors d'atteinte. D'une manière presque biologique[773], la problématisation devient un élément d'adaptation humaine qui crée la connaissance. Et de cette connaissance provient la conscience, de soi, des autres, du monde dans lequel on s'active.

Cette attention renvoie à une histoire personnelle autant que collective, où YouTube, en tant qu'espace virtuel numérique, permet à cette activité réflexive d'avoir les moyens de se constituer en tant que telle. Les pensées et leur appropriation ont un cadre référentiel commun. C'est à la fois ce qui contraint et ce qui produit, obligeant à des attentions, des entraînements, des gestes qui font peu à peu advenir le citoyen, et de façon indissociable, faisant qu'une idée a une valeur dont on se sent proche… Tout cela passe par la verbalisation, mais ne se réduit pas à elle. Les profanes ne cherchent pas à penser leurs idées, mais à en jouir subrepticement, comme se sentant vivre une situation nouvelle de compréhension, un plaisir de saisir le complexe qui les entoure et qui leur échappe en permanence. Il y a une sorte d'attachement qui est le résultat d'une pensée, concrétisée par inadvertance, et qui donne l'occasion à celui qui vient d'être touché, de rentrer en contact avec l'autre, indéterminé ; que ce soit l'autre lui-même, ou l'auteur qui a fait jaillir l'étincelle de la compréhension, ou ceux qui sont autour et à qui le partage de cette expérience pourra créer du lien. La pensée se manifeste en se disant et de dit en se créant, pour reprendre une analogie du sociologue Antoine Hennion[774]: "Le goût, le plaisir, l'effet ne sont pas des variables exogènes, ou les attributs automatiques des objets. Ils sont le résultat d'une pratique corporelle, collective et instrumentée, réglée par des méthodes elles-mêmes sans arrêt rediscutées, orientées autour de la saisie appropriée d'effets incertains" (p.68).

Pour compléter l'analyse de l'émergence d'une conscience politique chez les webspectateurs qui se constitueraient progressivement en "public" Deweysien, le travail d'Antoine Hennion sur le goût et la réflexivité des amateurs, sur ce qu'ils aiment, est un parallèle intéressant. En effet, son analyse montre que celui qui éprouve une appétence vis-à-vis d'un objet, d'une pratique ou même d'un concept, est intrinsèquement lié avec son objet de prédilection. Est-ce le sujet qui a un certain goût ou est-ce l'utilisateur qui lui donne cette saveur qu'il apprécie ?

La question n'a rien d'une évidence. On connait l'importance des facteurs sociaux (âge, genre, catégorie sociale), historiques et culturels pour sculpter les croyances, les idées, et les goûts des individus. Le rôle du collectif est majeur dans la formation des idées, des pensées, et des émotions. On aime un grand cru parce que c'est un grand cru, autant que parce qu'on est nombreux à l'aimer il devient un grand cru. Une question de métriques en somme. D'où peut-être l'importance celles de YouTube ?

Cette ambivalence projette une certaine réflexivité entre l'enquête et le sociologue qui cherche à dévoiler les liens qui donneront du sens à ses observations. Si Antoine Hennion "ausculte" les amateurs (au sens de ceux qui aiment), nous nous focalisons sur les profanes, ceux qui n'ont pas de certificat d'expertise, mais qui

[773] FABRE Michel. Qu'est-ce que problématiser? L'apport de John Dewey. In : FABREM. &VELLASE. (dir.). Situations de formation et problématisation. Bruxelles : De Boeck, 2006.

[774] HENNION Antoine. Réflexivité. L'activité de l'amateur. La Découverte| « Réseaux »2009/1 n° 153 | pages 55 à 78

acquièrent des compétences et des savoirs grâce à leurs expériences d'enquête. Nous ne cherchons pas à révéler les mécanismes qui permettent de définir les goûts (comme il le fait), mais à dévoiler, pour mieux comprendre, en quoi le dispositif YouTube peut s'immiscer dans celui d'une enquête deweysienne, et faire émerger une expérience politique.

Rapportés à notre sujet, les faits se rendent intéressants à ceux qui s'y intéressent, autant que ceux qui s'y intéressent produisent de l'intérêt à ces faits. Il y a une double causalité qui permet de faire émerger une idée qui aboutira peut-être à une analyse politique. L'idée n'est souvent pas personnelle. Elle est le résultat d'une influence historique, sociale, patrimoniale, amicale. "C'est aussi pourquoi les façons de faire, les procédures, les circonstances, le fait de prendre du temps, de s'appuyer sur l'avis incertain des autres, sur des mesures d'audience et sur des impressions, tout cela compte tant pour les profanes", nous dit Antoine Hennion. Les pensées qui surgissent dépendent de tout ce qui nous entoure, du lieu dans lequel on se trouve, de ce qu'on a fait avant et qu'on fera après, de notre histoire intellectuelle, de nos références "bibliographiques", de nos engagements présents, de ceux du passé, de notre état physique...

Nous sommes donc attachés à des conditions d'apparition de pensées, qui nous dépassent. L'accepter permet-il de se défaire de la pression qui nous commande de mettre en œuvre des pensées personnelles ? Peut-être en partie. C'est d'ailleurs ce qui se produit lorsqu'une pensée surgit par surprise, tel un emboitement de pièces de puzzle qui vient former une cohérence alors qu'elles n'en avaient pas à l'instant d'avant, séparé l'une de l'autre.

L'émergence d'une pensée politique est une expérience qui peut être associée à l'escalade, autre exemple donné par Antoine Hennion. Elle n'est pas constitutive d'une personne, elle n'est pas donnée ou déterminée. Les deux se rencontrent par des pratiques récurrentes, qui viennent s'ajuster l'une l'autre. Ici, peu importe que le profane prenne la voie de droite ou celle de gauche, l'important est de monter et d'arriver au sommet. Même si celui-ci ne sera jamais atteint, c'est le parcours qui fait l'expérience et donne sa dynamique à l'ensemble, au Public évoqué par Dewey. Et cette dynamique ne peut pas être exclusive, car l'expérience est partagée ; et les autres profanes, tous ensemble, en font partie, avec leurs différences. "L'objet n'est pas la masse immobile à laquelle nos visées viennent se heurter : il est lui-même déploiement, réponse, réservoir infini de différences que la saisie de l'objet fait surgir. Autrement dit, « *plus il est social, plus il est naturel, et non pas moins* ». (Ibid.p60).

Les animaux sociaux que nous sommes se servent spontanément des outils qui leur permettent de satisfaire un besoin. Depuis l'émergence de la société du risque, la nécessité de maitriser son environnement est devenue une nécessité individuelle. Les consciences ont individuellement éclos, et commencent à se connecter les unes aux autres.

7.2 Une plateforme publique d'enquête vidéo et de délibération

Mais si YouTube porte les germes pour aider les citoyennes et citoyens à faire ce travail d'enquête, il faut reconnaitre que sa structuration actuelle ne permet pas de le déployer autant que nécessaire.

Si son histoire porte en elle un soubassement contre-culturel, plutôt ouvert à la liberté d'expression, elle ne s'est pas donnée pour mission de transformer activement le système politique dans lequel elle évolue. Son apport a été d'élargir l'assiette des apprenants citoyens grâce à l'utilisation de la vidéo, comme nous l'avons montré, mais ce résultat n'est pas exactement de sa responsabilité. Ce n'est pas elle qui a produit ces transformations culturelles et médiatiques, même si elle y a très largement participé. C'est une dynamique socio-historique beaucoup plus large dont nous avons montré les origines dès le 18e siècle. La création de YouTube n'est qu'une grosse pierre de cet édifice civilisationnel dans lequel nous vivons, pensons et agissons. Depuis la révolution industrielle et la période de modernité réflexive que la société du risque a engendrée, une dynamique d'individualisation et d'horizontalisation des rapports sociaux s'est mise en place. Chacun étant sommé de produire individuellement son propre récit de vie. De ce fait, YouTube y participe, mais presque involontairement.

Mais au-delà de ces constatations, la centralité des plateformes et toute l'organisation autour du noyau décisionnaire posent des questions que les hackers des années 70 s'étaient déjà posées. Aujourd'hui encore, ils tentent toujours de trouver des solutions pour s'émanciper de leur hégémonie, car celle-ci est un risque important pour la démocratie.

Si dans l'espace des commentaires de la plateforme se produisent parfois des bourgeons de délibération, plusieurs éléments sont des freins pour qu'elles puissent se généraliser et produire des propositions particulièrement structurées, afin de récolter un assentiment massif de la part des citoyens. Dans cette conclusion, nous voulons esquisser les contours d'un dispositif suffisamment puissant pour rassembler un large public et le faire devenir un tiers lieu stimulant de la démocratie.

7.2.1 Une organisation de pair-à-pair : le modèle PeerTube.

Le premier frein est le statut même de la plateforme : propriétaire avec une organisation hyper hiérarchisée.

En effet, la plateforme est constitutive d'un néolibéralisme hégémonique, corollaire d'un modèle économique fonctionnant sur la captation des données de ses utilisateurs à des usages commerciaux. Une entreprise privée d'une telle importance ne peut être crédible pour organiser une effervescence citoyenne, capable de remettre en question sa domination et ses pratiques. La captation massive de données personnelles est incompatible avec la confiance des individus et leur liberté de penser.

Mais au-delà de cette réalité, son organisation verticale, regroupée autour de flux d'informations centralisés, ne peut qu'aller contre une fluidification des échanges et l'émergence d'une intelligence citoyenne. Ces questions s'étaient déjà posées en 1984 lors de la première *Hacker's conference* organisée par Stewart Brand. Les 400 participants avaient déjà fait émerger l'idée de codes informatiques librement modifiables pour permettre une constante amélioration, au service de tous. Concevoir ensemble des logiciels libres, juste pour

le plaisir d'apprendre et de créer, est une démarche qui va à l'encontre de l'univers néolibéral qui marchandise tout, le vivant compris.

Internet n'aurait jamais pu voir le jour s'il avait été conçu par une entité privée, détenant des brevets pour tous les codes, algorithmes et programmes informatiques utilisés. Le protocole TCP/IP accorde les ordinateurs entre eux et leur ouvre la voie des échanges et des transferts d'informations. Un protocole est une règle qui régit la transmission des données. Internet comprend de nombreux protocoles, allant de ceux qui déterminent la manière dont les données sont physiquement transmises à ceux qui régissent les applications Internet les plus courantes, comme le courrier électronique ou la navigation Web. Fondamentalement, tous ces protocoles sont ouverts, dans le sens où n'importe qui peut configurer et exploiter un routeur, un site Web ou un serveur de messagerie sans avoir besoin de s'inscrire ou d'obtenir une autorisation. Toutes ces innovations sont sous licence libre pour pouvoir se répandre le plus largement. Car plus il y a d'ordinateurs connectés, plus les échanges sont riches et l'architecture solide.

Vue dans la perspective de l'histoire plus large d'Internet, la domination des plateformes fermées est une aberration. La structure des premiers ordinateurs est intégrée au domaine public par le chercheur John Neumann ; les premières connexions informatiques entre machines utilisent le réseau téléphonique public répandu largement dans les pays développés ; programmé par des universitaires et financé par l'armée, le premier réseau ARPANET n'a aucune connotation commerciale. Internet s'est initialement développé autour d'un ensemble d'applications ouvertes et décentralisées, dont beaucoup restent aujourd'hui essentielles à son fonctionnement. Les serveurs qui hébergent les données de Google et YouTube sont tous sous Linux, système d'exploitation open source, sans licence propriétaire. Sans cela, les coûts auraient été rédhibitoires et ces plateformes auraient été beaucoup moins profitables.

Pour parvenir à créer des systèmes d'exploitation alternatifs comme Linux, plus solide encore que Windows ou MacOS, des centaines de personnes se sont regroupées librement ou ont travaillé dans leur coin pour faire ce qu'ils savaient le mieux faire : programmer. Toutefois, ils ne l'ont pas fait pour servir une entreprise privée. Leur motivation était humaniste. Ils souhaitaient transformer la société pour qu'elle soit plus juste, et que la connaissance soit une richesse à partager par tous, pour tous. Au-delà de leurs contributions essentielles, c'est une philosophie qu'ils ont partagée : l'envie de voir émerge un réseau libre, sécurisé et bénéfique pour la société. L'exemple de l'encyclopédie Wikipédia est éclairant. Elle est écrite par ses utilisateurs avec leur simple navigateur Web, dans une organisation de vérification très démocratique qui la rend encore plus fiable que l'encyclopédie Britannica[775]. Ce sont ses informations qui guident gratuitement le moteur de recherche de Google pour valider les réponses des infinies requêtes.

La philosophie de coopération qui anime cette grande communauté de hackers et d'internautes exigeants s'étend à des domaines aussi variés que les logiciels libres, les publications scientifiques ouvertes, de nouvelles formes artistiques ou de médias coopératifs. « *Dès à présent leurs réalisations esquissent de nouvelles sociétés de l'abondance, économes de leurs ressources physiques, mais riches de toute la créativité*

[775] Conspiracy watch : « Covid-19 : Wikipédia fait figure d'îlot de rationalité dans un océan de rumeurs » En ligne https://www.conspiracywatch.info/covid-19-wikipedia-fait-figure-dilot-de-rationalite-dans-un-ocean-de-rumeurs.html

des êtres humains »[776]. C'est une vision très politique qui s'exprime à travers ces réalisations et ces coopérations permanentes. Une volonté farouche d'émancipation et d'une démocratie réelle dont le bien public est l'objectif à atteindre. S'appuyer sur ce terreau pour développer un dispositif d'enquête et de délibération citoyenne semble par conséquent pertinent.

> *« C'est la combinaison entre cette capacité de représenter et de traiter l'information, et celle de l'échanger, de la partager, de s'en servir dans la communication entre êtres humains, de construire de nouvelles coopérations, qui est susceptible de toucher l'humanité dans son ensemble ».*
>
> *Philippe Aigrain*[831]*,*

Pour contourner les difficultés que YouTube pose à l'enquête, et à la délibération qui l'accompagne, le modèle pair-à-pair (Peer to Peer, P2P) semble adéquat. Ouvert, décentralisé, il pourrait totalement s'inscrire dans le développement du service public. Comme nous l'avons vu, les téléspectateurs de France Télévisions ne semblent plus y trouver l'intérêt qu'ils sont en droit de demander. Si des avancées ont été opérées par quelques responsables tels que Bruno Patino et Boris Razon, un effort de projection doit encore être mené pour inverser la tendance.

PeerTube De plus, il existe déjà une plateforme de diffusion vidéo open source sur laquelle quelques informaticiens de France Télévisions pourraient s'agréger pour créer un dispositif novateur. Le prix serait modique et la transformation de paradigme majeure. En effet, qu'un service public aussi puissant s'émancipe des intérêts privés au profit d'une stratégie de développement d'application libre, serait une révolution.

Bien qu'il doive être amélioré, PeerTube est un programme qui s'installe sur un serveur (ordinateur connecté au réseau internet). Il permet de créer un site d'hébergement et de diffusion de vidéos très simplement. Développé par Framasoft, une association française « *d'éducation populaire aux enjeux du numérique et des communs culturels »,* son but affiché n'est pas de remplacer YouTube, mais d'offrir une alternative modulable et décentralisée qui permette d'en améliorer les fonctionnalités et la gouvernance.

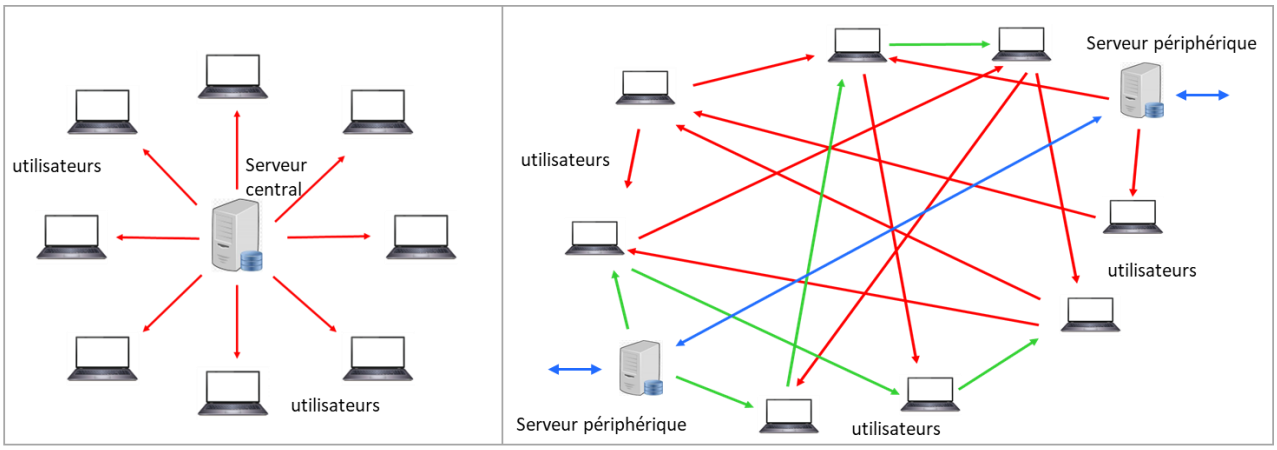
Très sensible à l'utilisation des données, Framasoft s'est engagé depuis 10 ans à ne faire aucune exploitation commerciale des données recueillies. Ce point est important pour créer un espace de délibération de confiance. Toutefois, il n'est pas inutile de mentionner que l'utilisation des données n'est pas, en soi, une source d'intrusion dans la vie personnelle. Elles peuvent aussi aider les individus, lorsqu'ils en acceptent le principe en toute connaissance de cause, pour être source de propositions et ne servir aucun dessein commercial ni communicationnel. On peut donc imaginer un système ou les utilisateurs pourraient régler le degré d'utilisation de leurs données, afin qu'ils en soient les acteurs. Comme les entretiens nous l'ont appris, chacun est conscient de la présence des algorithmes, et tous et toutes ne souhaitent pas nécessairement les bloquer. De même, pour reprendre la façon de faire de Clément, il ne faut pas s'interdire de faire financer le dispositif par l'apport volontaire de publicités. Ce webspectateur de #DataGueule nous déclarait les accepter

[776] AIGRAIN Philippe, « Cause commune, l'information entre bien commun et propriété », Fayard, 2005. P32. En ligne : http://grit-transversales.org/IMG/pdf/Causecommune-CC-By-NC-ND.pdf

pour financer les vidéastes qu'il apprécie. C'est une manière de financer un service sans transaction financière, mais sans devenir pour autant le produit captif d'un système qui masque ses pratiques.

PeerTube est construit sur une architecture pair-à-pair. Celle-ci renvoie à une forme d'organisation qui permet à plusieurs entités de se fédérer, sans nécessité de coordination centrale particulière. C'est un réseau de diffuseurs qui peut partager ses contenus pour s'enrichir mutuellement. Plus ce réseau est important, plus le nombre de vidéos disponibles est important. Les flux vidéo et les serveurs sont ainsi répartis partout sur le territoire et partagés, ce qui en allège les coûts et diminue la bande passante et les risques d'engorgement. Chaque ordinateur fait office de « nœud ». Il reçoit le flux d'une vidéo et peut devenir en même temps serveur et envoyer à son tour tout ou partie de la vidéo, par paquets. Plus une vidéo est populaire, plus il y a d'internautes qui la visionnent, et plus leurs ordinateurs la redistribuent en même temps. Ainsi, en cas de succès d'une vidéo, les flux du serveur source sont allégés d'autant et n'entrent pas dans un niveau critique, risquant de le faire décrocher.

Figure 172 : comparaison de système de diffusion vidéo YouTube et PeerTube



Système de diffusion centralisée
Modèle YouTube

Système de diffusion pair à pair
Modèle PeerTube

France Télévisions et ses filiales de France 3 sont implantées dans toutes les régions de France. Celles-ci peuvent alors héberger des serveurs qui alimenteraient et soutiendraient le dispositif. De plus, nous pourrions imaginer des accords avec les autres services publics, tels que Radio France, Arte et l'Éducation nationale, qui dans certaines régions expérimentent déjà PeerTube et encourage les professeurs à y poster leurs vidéos éducatives[777]. L'académie de Limoge a élaboré un document d'explication disponible en ligne, pour répondre aux questionnements des enseignants[778].

Par ailleurs, le système open source sous lequel est développé PeerTube permet à chaque utilisateur de modifier le code source pour l'adapter à des fonctionnalités qui lui semblent nécessaires. La version PeerTube actuelle peut largement être améliorée pour répondre aux besoins exprimés dans le projet d'enquête et de délibération. Il est donc possible de partir de cette base pour y ajouter les modules adéquats.

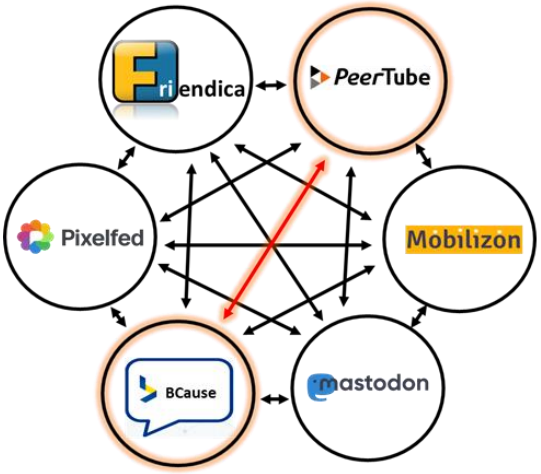
[777] Voir la vidéo de l'académie de Paris, « PeerTube : Créer son compte sur le PeerTube de l'académie ». En ligne : https://tube-numerique-educatif.apps.education.fr/w/51b0c8cd-573f-4add-a351-dd257f2df2c1

[778] Tutoriel : Peertube, un outil pour hébergé des vidéos. En ligne http://pedagogie.ac-limoges.fr/langues_vivantes/spip.php?article364

En particulier l'intégration d'un espace de discussion et de délibération beaucoup plus abouti que celui de YouTube.
Il existe donc dès maintenant un réseau distribué potentiellement important capable de faire émerger un grand projet PeerTube dont la visée serait délibérative. Plus il serait soutenu par les structures existantes, plus il le serait aussi par les utilisateurs eux-mêmes. Ils pourraient y mettre une partie de leurs ressources réseau en partage.

Dans le modèle YouTube, lorsqu'un créateur de contenu met en ligne une vidéo, il l'envoie d'abord à un serveur de YouTube. Ce serveur distribue ensuite la vidéo via son réseau à d'autres utilisateurs. Comme toutes les plateformes, YouTube dispose de son propre protocole interne qui traite les données représentant la vidéo et tout le dispositif qui l'encapsule : le contenu de la vidéo bien sûr, mais aussi les métadonnées telles que les tags de la vidéo, son titre et résumé, son origine linguistique, le pseudo de l'utilisateur, le jour et l'heure à laquelle elle a été mise en ligne, les likes, les commentaires et toutes les autres métadonnées sur les préférences et l'historique de l'utilisateur. C'est ce qui permet aux algorithmes de fonctionner et d'alimenter le fil des suggestions.
PeerTube utilise le protocole open source « Fediverse ». Celui-ci permet à plusieurs médias décentralisés de faire fonctionner ensemble leurs codes, applications et communautés. Le plus populaire est ActivityPub, développé par le World Wide Web Consortium, la principale organisation internationale de normalisation du Web. C'est elle qui a également développé les normes HTML, XML et autres normes fondamentales de l'Internet. Le logiciel est interopérable avec d'autres réseaux et logiciels. La nature décentralisée d'ActivityPub signifie que chaque instance peut choisir le contenu qui circule sur son réseau et utiliser différentes normes de modération de contenu (Fig.173).

Figure 173 : Réseau Fediverse d'applications complémentaires



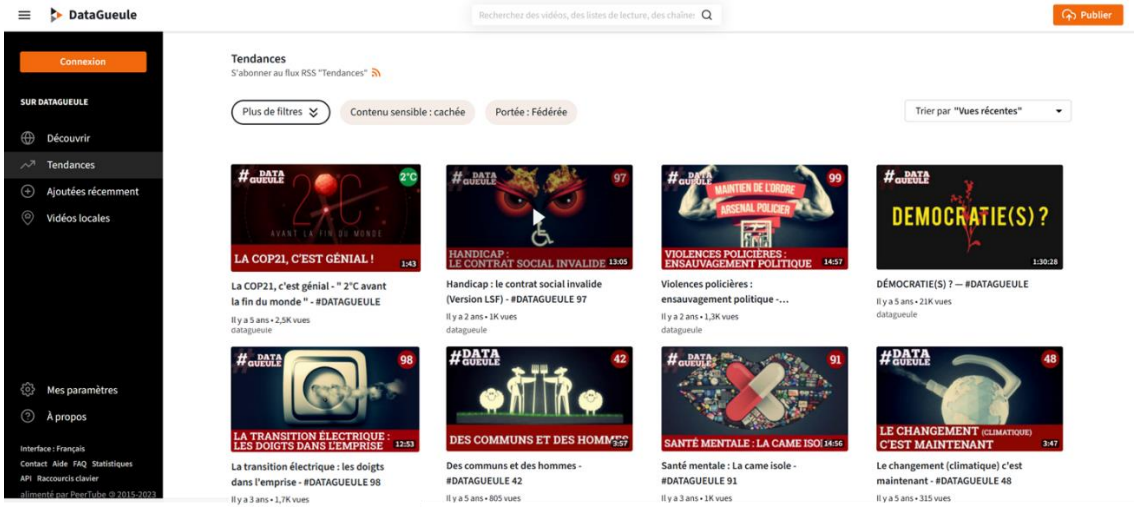
La caractéristique la plus importante d'ActivityPub est qu'il est décentralisé. Cela signifie que chaque instance peut choisir le contenu qui circule sur son réseau et utiliser différentes normes de modération de contenu. Leurs décisions ont une portée locale : aucune instance ne peut contrôler le comportement d'une autre instance. Cela conduit à un modèle qui s'apparente à la subsidiarité en matière de modération de contenu. Tout comme le principe général de subsidiarité politique veut que les décisions soient prises au niveau organisationnel le plus bas, de celui qui est capable de prendre la décision, la subsidiarité en matière de modération de contenu délègue les décisions aux instances individuelles qui composent le réseau global. De ce fait, la parole est plus libre, sans pour autant laisser libre cours à l'agressivité ou à la vulgarité.

Le protocole ActivityPub est suffisamment flexible pour s'adapter à différents types de contenu sur les réseaux socionumériques. Cela signifie que les développeurs peuvent créer différentes applications sur le protocole unique ActivityPub. Ainsi, Friendica reproduit les principales fonctionnalités de Facebook, Mastodon réplique celles de Twitter, PixelFfed celles d'Instagram et PeerTube de YouTube.

Mobilizon est une création. Elle permet à des communautés militantes de fédérer leurs sympathisants et d'annoncer leurs actions. Pour les enquêtes, cela peut être très utile.
Enfin BCause, est une plateforme de délibération en ligne dont nous explorerons plus bas les fonctionnalités et tenterons de proposer des améliorations.
Toutes ces applications peuvent donc échanger des parties de contenus ou des modules, et les intégrer à leur environnement. Elles peuvent interagir et se renforcer les unes les autres dans une synergie mobilisatrice. Cela donne au réseau une puissance potentielle, chaque application se renforçant par et avec les autres en prenant en compte des utilisateurs ayant déjà des pratiques diversifiées. Comme nous l'avons vu, le besoin de partager ce qu'ils apprécient au-delà de la plateforme fait partie des usages sociaux de n'importe quel humain. Si ces partages sont simplifiés et répondent à une éthique, il est fort probable que cela amplifie la participation citoyenne afin de rendre effective la "grande communauté" si chère à John Dewey.

L'équipe de DataGueule a déjà investi PeerTube pour soutenir son principe de modèle libre et alternatif. Son contenu enrichit donc le catalogue disponible sur la plateforme.

Figure 174 : Capture d'écran de la page d'accueil de la chaine PeerTube de #DataGueule



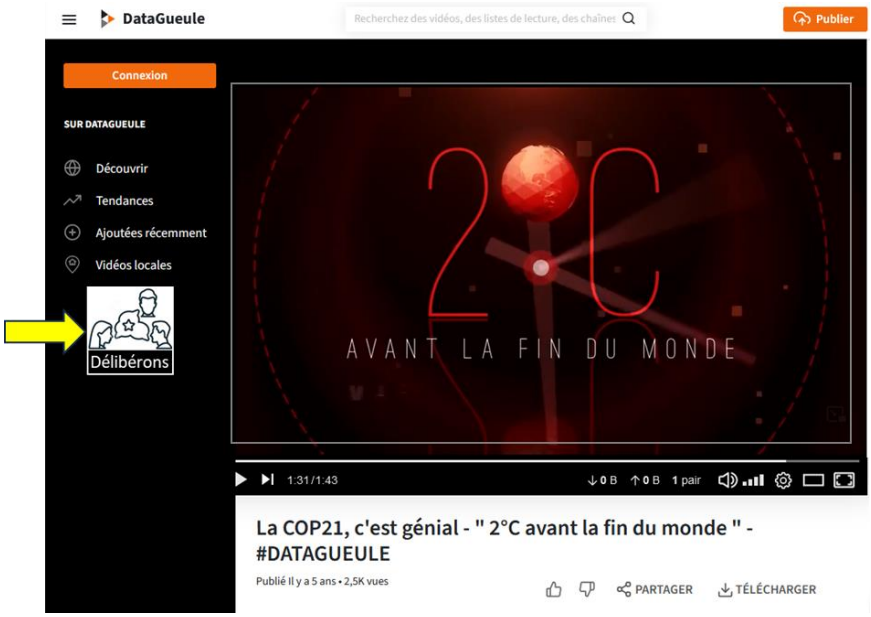
https://peertube.datagueule.tv/

Par conséquent, il est intéressant de partir de cet exemple pour imaginer ce que pourrait donner un développement plus abouti. Nous pourrions bien sûr imaginer que cette chaine soit celle de France Télévisions. Une chaine PeerTube du service public audiovisuel pouvant regrouper une quantité de contenus vidéo, assortie d'une véritable plateforme de délibération. C'est un chantier réalisable, peut-être un peu utopique, mais qui permet de se projeter dans un modèle alternatif à celui des grandes plateformes hégémoniques américaines.

Contrairement au modèle de YouTube, le lecteur vidéo PeerTube n'est pas immédiatement accessible à l'entrée de la chaine. Ici, une vision plus exhaustive des contenus est proposée. Les webspectateurs doivent activement sélectionner ce qu'ils souhaitent visionner. La philosophie est donc radicalement différente. Le webspectateur est considéré responsable de ses choix. Mais en fonction de la quantité de vidéos disponibles,

on peut imaginer un algorithme proposant un choix de vidéos en fonction des préférences et un moteur de recherche (type Qwant) pour sélectionner les vidéos selon leurs thématiques.
Après avoir cliqué sur une étiquette pour visionner une vidéo, une page s'ouvre avec le lecteur, sous lequel on peut lire son résumé et les références qui ont servi à son écriture. Plutôt que de placer l'espace des commentaires sous ces informations (comme le fait YouTube), nous proposons, un bouton « *Délibérons* », qui transporterait les webspectateurs dans l'agora de délibération. Une rapide explication de son intérêt pourrait être inscrite à côté. On peut aussi imaginer que les synthèses des discussions soient lisibles sous les sources ?
Pour les écrire, il est envisageable d'utiliser l'intelligence artificielle telle qu'Open AI. Mais ces synthèses devront être relues par un collège d'utilisateurs avant leur publication afin de s'assurer qu'elles soient représentatives des échanges.

Figure 175 : proposition d'une entrée « *Délibérons* » à côté du lecteur.

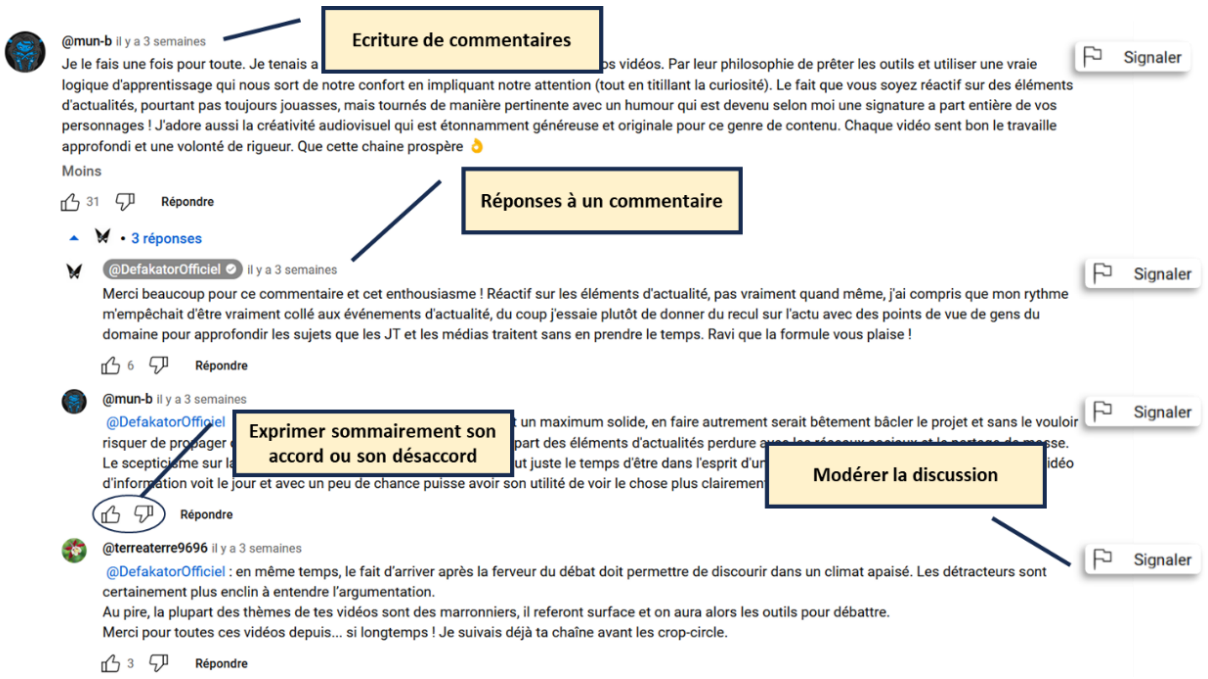


7.2.2 Un design au service de la délibération

Puisque YouTube n'a pas prévu de développer une interface de commentaires qui serve une délibération, celle existante est assez sommaire. Outre qu'il est possible d'écrire un commentaire facilement, de répondre à l'un d'eux, d'exprimer son accord sur son contenu par un pouce levé ou à l'inverse, d'exprimer son désaccord par un pouce vers le bas, il est aussi possible de signaler ceux qui ne « *respectent pas le règlement de la communauté* » (Fig176). Les conséquences de signalement ne sont pas immédiates. Le message est alors examiné par un modérateur YouTube pour être soit supprimé, soit limité à un public majeur, ou enfin laissé tel quel.

À la différence des sondages d'opinion qui testent des propositions mises à l'agenda par une élite, les résultats de ces délibérations pourraient alors servir de force de proposition pour les gouvernements, les partis de la majorité et ceux de l'opposition, les syndicats et la multitude d'associations et de collectifs existants. Plus les participants seraient nombreux, plus leurs impacts permettraient de peser sur les débats publics.

Figure 176 : design de l'espace des commentaires YouTube et des possibilités d'actions.



Pour parvenir à embarquer un maximum d'enquêteurs et d'enquêtrices webspectatrices citoyennes, il est fondamental que la structure d'accueil et les interfaces donnent confiance à ses participants afin qu'elles se pérennisent et puissent faciliter la production des contenus sémantiques sur lesquels les choix de toutes et tous puissent s'accorder.

Pour suivre les conclusions de Friess et Eilders qui ont fait une revue des recherches sur la délibération en ligne[779], 6 grands principes de fonctionnement nous guideront dans notre réflexion du process délibératoire :

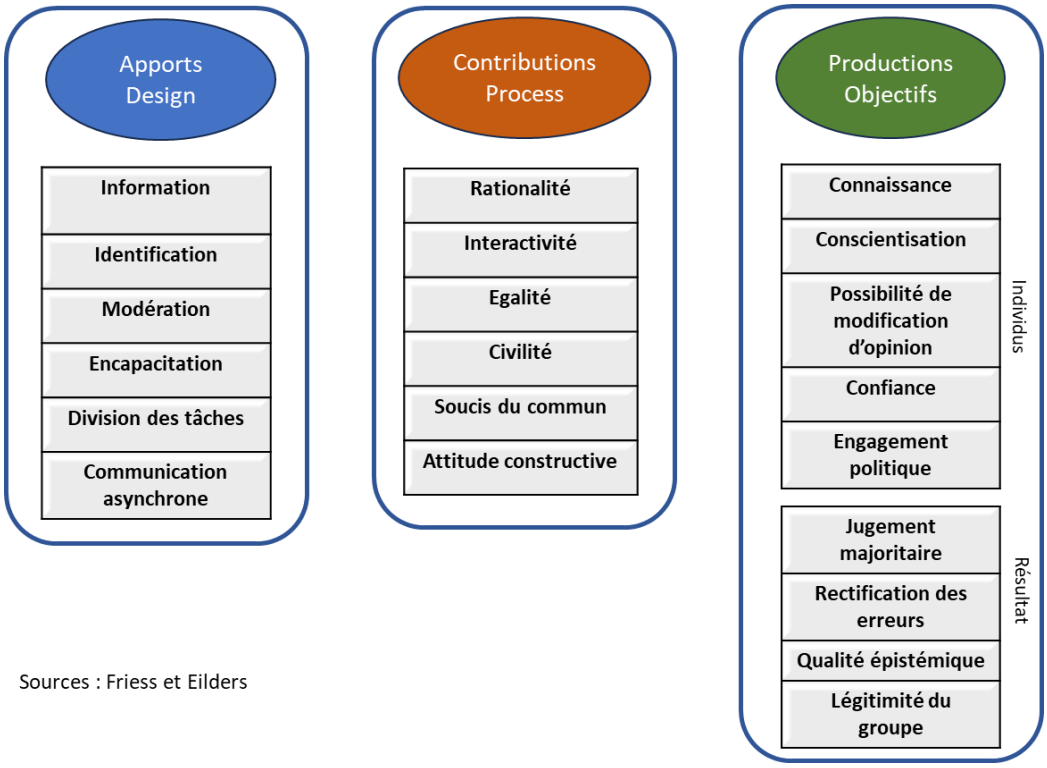
1. Rationalité : les positions sont étayées par des arguments et des preuves empiriques.
2. Interactivité : Les utilisateurs doivent pouvoir interagir les uns avec les autres facilement.
3. Égalité : Tout le monde peut participer. Chacun a les mêmes possibilités de s'impliquer.
4. Civilité : Il est important qu'une modération évite les inflammations discutionnelles.
5. Souci du bien commun : L'objectif visé doit être clair. Il s'agit d'une instance citoyenne au service des citoyennes et des citoyens.
6. Attitude constructive : Le but fixé est de construire des solutions acceptables par le plus grand nombre, des consensus réalisables.

Reprenant les préconisations d'Azi Lev-On et Bernard Manin[780], et celles décrites dans la revue scientifique de Friess et Eilders, il nous faut au préalable définir les points importants afin de les prendre en compte dans notre esquisse de proposition.

[779] FRIESS Dennis et EILDERS Christiane. "A systematic review of online deliberation research." Policy & Internet, 2015, vol. 7, no 3, p. 319-339.

[780] LEV-ON Azi et MANIN Bernard. « Internet: la main invisible de la délibération ». Esprit, 2006, no 5, p. 195-212.

Figure 177 : Résumé des composantes du processus de délibération souhaitée



Sources : Friess et Eilders

En préambule, une délibération est un processus qui doit être préparé. Si elle peut surgir subrepticement à des échelles réduites, il est nécessaire d'en construire les bases afin qu'elle puisse s'activer à grande échelle. Pour ce faire, ceux qui souhaitent proposer une délibération doivent l'amorcer de telle sorte que :

- La vidéo initiale donne à comprendre la problématique, ses enjeux, les avis d'experts, du personnel politique et de son opposition… Qu'elle permette d'aborder une question large dont l'issue converge vers une question de départ clairement identifiée. Les informations doivent être riches et approfondies, sans trop s'attarder, dans un premier temps, sur les explications techniques.
- Les sources ayant permis d'écrire la vidéo doivent apparaitre clairement afin que le principe de transparence soit établi de fait. Elles peuvent être accompagnées de rapports, d'articles de presse et de publications scientifiques ainsi que d'études pour alimenter la connaissance de chacun[781] & [782].
- La délibération doit être amorcée par une interrogation initiale forte et des sous-questions plus détaillées. Celles-ci doivent être claires pour focaliser les discussions sur les solutions concrètes à mettre en place.

  En résumé, la fragmentation de questions complexes en différentes unités peut favoriser la délibération en ligne en termes de participation et de rationalité. La division des grandes tâches en unités plus petites est l'une des leçons clés des projets de crowdsourcing comme l'ont expérimenté

[781] TOWNE W.B., and J.D. HERBSLEB. "Design Consideration of Online Deliberations Systems." Journal of Information Technology & Politics 9 (1) 2012.: 97–115. doi:10.1080/19331681.2011.637711

[782] GUDOWSKY N., and U. Bechtold. 2013. "The Role of Information in Public Participation." Journal of Public Deliberation 9 (1): 1–35. http://www.publicdeliberation.net/jpd/vol9/iss1/art3

Linux ou Wikipédia. Beth Simone Noveck souligne que plus la question est précise, plus la réponse sera ciblée et pertinente[783].

La plateforme à construire doit aussi répondre à certaines règles :

- Lors de leur inscription, les utilisateurs indiquent des informations personnelles. Ces informations sont utiles pour la communauté participante. Il est important de pouvoir situer une assemblée, en avoir une rapide composition en terme statistique. Ceci situe les résultats produits.

  Pour établir la confiance dans le processus et les inciter à le faire, une charte de confidentialité et de restriction d'utilisation des données personnelles est mise en avant. Ces éléments doivent être lisibles immédiatement.

- Les utilisateurs ont la possibilité d'endosser des tâches spécifiques au sein de la plateforme. En fonction du rôle choisi, les utilisateurs ont des fonctions supplémentaires qui leur permettent d'assurer plus facilement leur mission :
  - Contributeur (par défaut). Tous les utilisateurs et utilisatrices peuvent contribuer comme ils ou elles le souhaitent. Par la lecture ou l'écriture des propositions, d'arguments ou de contre arguments, de proposition de solutions… chacun a les mêmes possibilités d'expression. Les « spécialistes » n'ont pas de statut particulier. À la manière de Wikipédia, ils sont invités à expliquer leur point de vue de façons pédagogique pour bien le faire valoir.
  - Modérateur : Leur rôle est de s'assurer que les échanges soient courtois, même si s'expriment de véritables désaccords. Pour détecter les écarts, chacun à un devoir de vigilance pour repérer les expressions agressives. Si un utilisateur en détecte ou les subit, il les soumet aux modérateurs. Les décisions prises sont collégiales et progressives. Si la censure peut s'exercer, elle doit être motivée par ceux qui l'ont prise. Le respect mutuel étant la base inconditionnelle des échanges.
  - Facilitateur : Leur rôle est de stimuler les échanges en rapportant des idées intéressantes au-devant de la plateforme. Ils agissent un peu comme les commentateurs massifs que nous avons identifiés. Les propositions qui remportent le plus de suffrages, ou à l'inverse, celles qui provoquent le plus de controverses viennent momentanément enrichir la réflexion.
  - Synthétiseur : leur rôle est de relire les synthèses proposées par Open AI et de la rectifier si besoin après avoir parcouru les échanges. Ces documents sont téléchargeables par tous. Leur mise en forme est limpide et agréable à lire. Elles sont datées et bien identifiées vis-à-vis de la question traitée.

- L'anonymat est autorisé avec l'affichage du seul prénom ou d'un pseudonyme pour identifier les participants. Ils peuvent placer une vignette pour se définir. On peut imaginer une sorte de « carte d'individualité » sur laquelle le genre, l'âge, les sensibilités politiques peuvent être indiqués. Mais rien n'est obligatoire, mis à part un mail valide vérifié par une adresse IP correspondante.

[783] NOVECK B.S. 2009. Wiki Government: How Technology Can Make Government Better, Democracy Stronger and Citizens More Powerful. Harrisonburg, VA: Brookings Institution Press. Page 171

- Un tableau de bord indique le type de public (genre, âge, région, CSP) et le % de réponse par catégorie. Le but étant de se situer sur l'échiquier des participants et de pouvoir avoir une sorte de représentation de « l'hémicycle » des participants.

- Les communications sont asynchrones. Cela permet aux participants de délibérer à leur convenance, même si cette asynchronie peut se rapprocher d'échanges en temps réel. Ce décalage encourage la dimension délibérative de la rationalité, de la courtoisie et de l'inclusion.
- De petits sondages en cours de délibération peuvent donner aux participants les tendances des discussions. Ces interludes sont des moyens de relancer les discussions.
- Chaque utilisateur a la possibilité de partager dans la médiathèque tous documents diversifiés qui lui semblent importants pour enrichir les discussions : Vidéos, article de presse, publications académiques, études sont des éléments qui enrichissent la connaissance et peuvent rendre les discussions plus pointues. Ces informations communes aident à partager des modèles de pensée et favorisent une communication claire[784].
- Les controverses doivent pouvoir s'exprimer. Les désaccords sont un élément fondamental de la politique. Ils doivent pouvoir s'exposer dans le respect de l'autre. Une interface claire permet ainsi de marquer ses accords et désaccords en en expliquant les raisons. Il est important d'argumenter toute prise de position afin que les participants puissent bien les comprendre. Le but est d'éviter les malentendus. Ils sont souvent dus à des formulations imprécises et peuvent créer des réactions inadéquates.
- Les propositions de solution doivent pouvoir être identifiées. Le but de cet espace délibératif n'est pas la conversation. Il est important que l'objectif soit clairement identifié pour qu'il puisse amener les participants à faire émerger des propositions, aussi variées que nécessaire. Pour cela, une proposition peut être placée dans la catégorie proposition par son auteur ou un autre utilisateur, avec la possibilité de la reformuler. Ainsi, ce petit inventaire peut aussi être un raccourci pour celles et ceux qui n'auraient pas participé aux discussions, mais qui seraient curieux de leurs résultats. Ils pourront alors les rejoindre ou seulement lire leur historique s'ils en ont envie.
- Pour les personnes qui souhaitent discuter à part, elles peuvent se retrouver dans des salons virtuels afin que les bavardages et les plaisanteries soient circonscrites à des espaces spécifiques qui ne polluent pas la délibération dans son ensemble. Les moments conviviaux doivent pouvoir se vivre sans venir perturber l'ensemble.
- Sur les rapports de synthèse est indiqué le prénom (avec leur pseudo) des contributeurs. Le travail et les propositions sont valorisées dès que leurs auteurs sont identifiés (même s'ils restent anonymes). Être reconnu pour son implication encourage à la maintenir sur d'autres sujets.
- Les propositions les plus abouties sont soumises aux votes les participants. Ce vote consiste à faire pencher la balance du consensus d'un côté ou de l'autre suivant son intérêt. Ce processus permet d'identifier les propositions réunissent un accord fort autant que celles qui agrègent une ferme

[784] TOWNE W.B., and J.D. HERBSLEB. "Design Consideration of Online Deliberations Systems." Journal of Information Technology & Politics 9 (1) 2012 Page 104

opposition. Cela contribue à avoir des espaces contributifs considérés comme solides. Jansen et Kies concluent que les espaces de discussion vigoureux ont tendance à être plus délibératifs[785]. Les résultats sont donnés par le pourcentage d'accord ou de désaccord. Ceci a le mérite de ne pas figer le résultat en le faisant évoluer dans le temps. De plus, l'idée n'est pas d'imiter les processus de référendum, mais de faire pencher la balance d'un côté ou de l'autre pour faire adopter ou non la décision. Ce vote s'apparence au jugement majoritaire. Il dépolarise les résultats en exprimant la complexité des problématiques.

Pour proposer une visualisation d'un possible design, nous nous inspirerons fortement de la plateforme BCause[786]. Elle a été créée par the *Knowledge Media Institute*, à l'université ouverte de Walton Hall en Angleterre. Développé par des chercheurs en design d'interaction, leur modèle nous semble être celui dont les bases théoriques reprennent en grande partie les préconisations développées ci-dessus.

C'est la raison pour laquelle, nous nous inspirerons de leur travail déjà très abouti, pour l'enrichir de ce qui nous parait manquer.

Le premier point est le fait d'entrelacer PeerTube et BCause afin de mettre en avant les vidéos comme médium principal de transmission de la connaissance. C'est par elles que naissent les discussions et c'est elles que les webspectateurs viennent chercher dans un mélange de curiosité et de plaisir.

Anna De Liddo, la responsable du projet, a testé la plateforme auprès de 4 groupes de 18 personnes pour évaluer différentes versions de discussions plus ou moins délibératives, allant d'un design simple et proche de celui de YouTube à celui très abouti offrant de nombreuses possibilités d'actions et de rétroactions[787]. Elle a testé auprès d'eux une vingtaine de variables d'engagements, comme la réflexion, la perception de convivialité, l'implication, l'attention… Les résultats obtenus sont très encourageants en termes d'intérêt des échanges et des propositions. Ils mettent en avant la pertinence de leur design.

L'ayant testé à notre tour, nous confirmons que celui-ci est fluide et favorise la réflexion. Les suggestions que nous proposons ont pour but d'élargir l'assiette des participants en l'accolant à une plateforme de diffusion vidéo. Si PeerTube à l'avantage de se situer dans un environnement d'éducation populaire et d'intelligence citoyenne, on peut également envisager que les délibérations puissent être mises en avant par les créateurs de contenus directement dans leur vidéo en indiquant le lien pour y accéder.

Mais l'idée de s'appuyer sur les ressources de France Télévisions vient aussi de l'image de sérieux que le service public détient encore auprès du public (même s'il est bousculé par les jeunes adultes pour sa programmation et son accointance gouvernementale). L'association du service public, de PeerTube et de

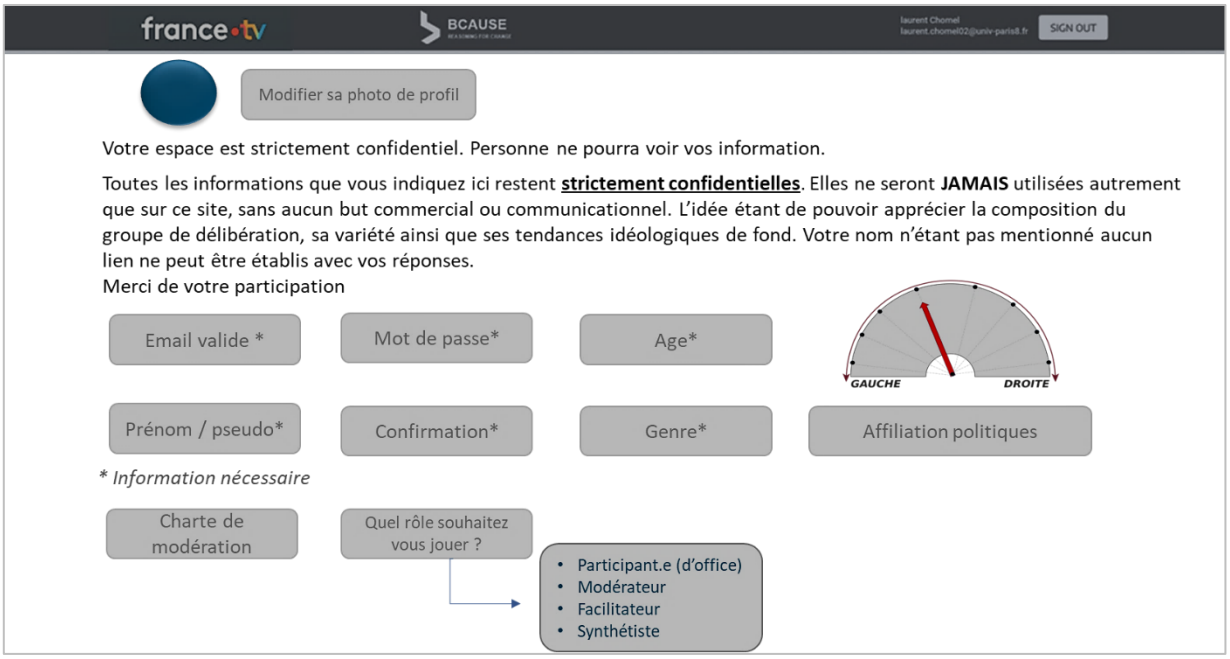
[785] JANSSEN D., and R. Kies. 2005. "Online Forums and Deliberative Democracy." Acta Politica 40: 317–35

[786] Bcause : La transformation par le raisonnement : En ligne https://bcause.kmi.open.ac.uk/

[787] ANASTASIOU Lucas et DE LIBBO Anna. « BCause: Reducing group bias and promoting cohesive discussion in online deliberation processes through a simple and engaging online deliberation tool. In : Proceedings of the First Workshop on Social Influence in Conversations" (SICon 2023). 2023. p. 39-49.

BCause, enrichie d'autres applications telles que Mastodon ou Pixelfiel, nous semble pertinente même si l'horizon d'un tel projet est un peu utopique. Mais notre but est de dessiner des perspectives.

Figure 178 : proposition d'espace d'inscription et de profils



L'idée de cette association serait de pouvoir accorder un petit budget de fonctionnement à cette plateforme de délibération afin que les résultats en soient optimisés. La conception des débats (formulation des questions et sous questions à traiter), de l'information initiale (la vidéo principale), des sources et autres documentations nécessaires sont en effet importantes comme #DataGueule nous l'a révélé. Les rôles de modérateur, facilitateur et synthétiseur seraient amorcés et permettraient aux utilisateurs de s'habituer à leurs fonctionnements. Les premiers rapports seraient bien édités et montreraient l'intérêt de ces discussions.

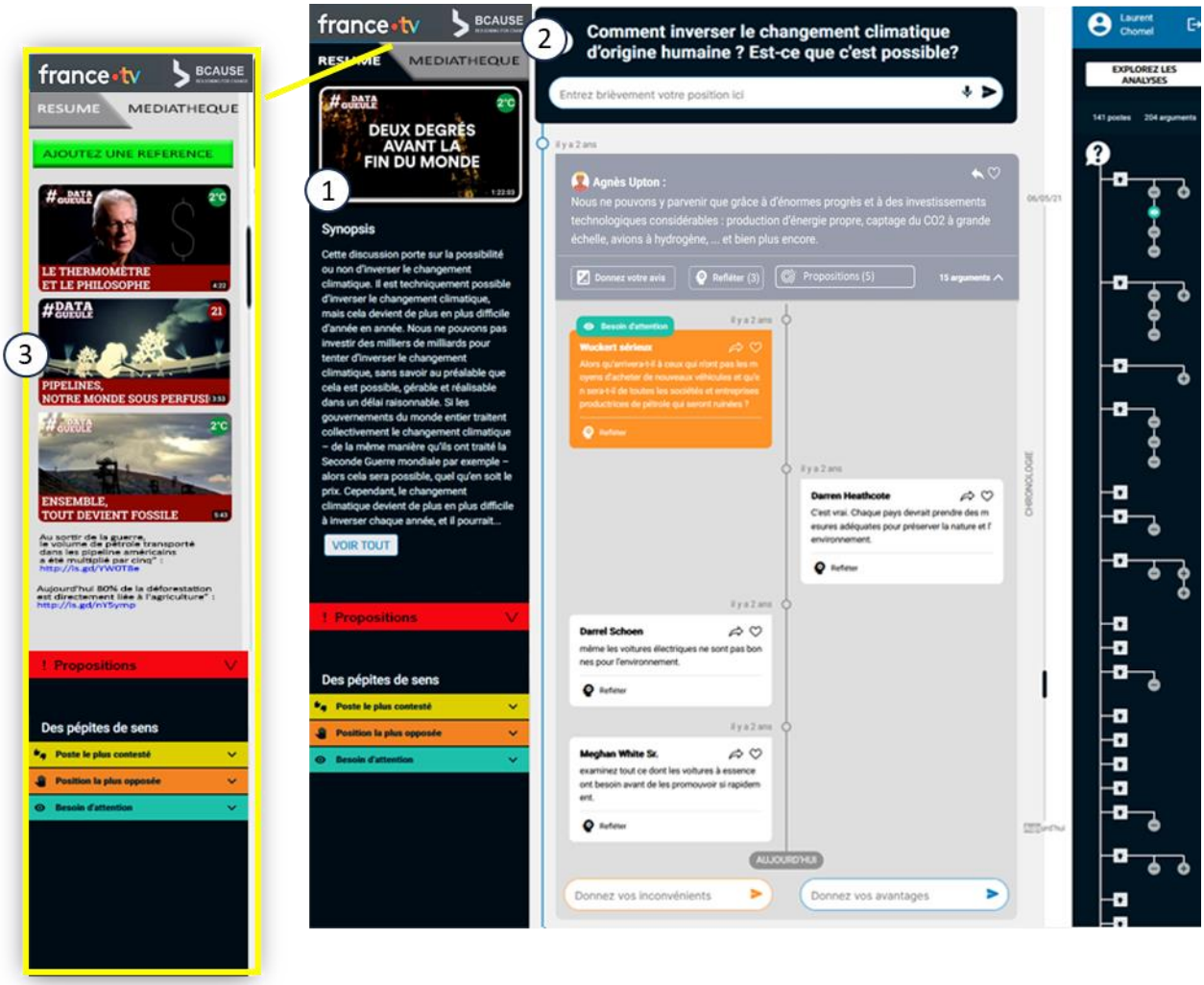
Avant de pouvoir utiliser le dispositif, les utilisateurs et utilisatrices doivent s'inscrire avec un mail valide et vérifié par un système de lien à confirmer. C'est là qu'ils se décrivent dans le but d'aider la communauté à se visualiser (pourcentage homme/femme, âge moyen, affiliation politique) (Fig.178).

C'est aussi là qu'ils décident du rôle qu'ils souhaitent jouer au sein de cette la délibération. Ce rôle peut évoluer. Les utilisateurs peuvent revenir dessus, ou au contraire, s'inscrire pour l'endosser.

C'est encore là qu'ils ont accès à la charte de modération et d'anonymisation.

Une fois cette page renseignée, ils entrent dans le site dédié à la délibération. La vidéo principale est mise en évidence, aux couleurs de la chaine de France Télévisions. Leur entrée se fait par le lien au départ de la vidéo. Une fois inscrits, ils arrivent sur un espace central de la délibération, en lien direct avec la vidéo (Fig.179).

Figure 179 Inface centrale & médiatique des ressources



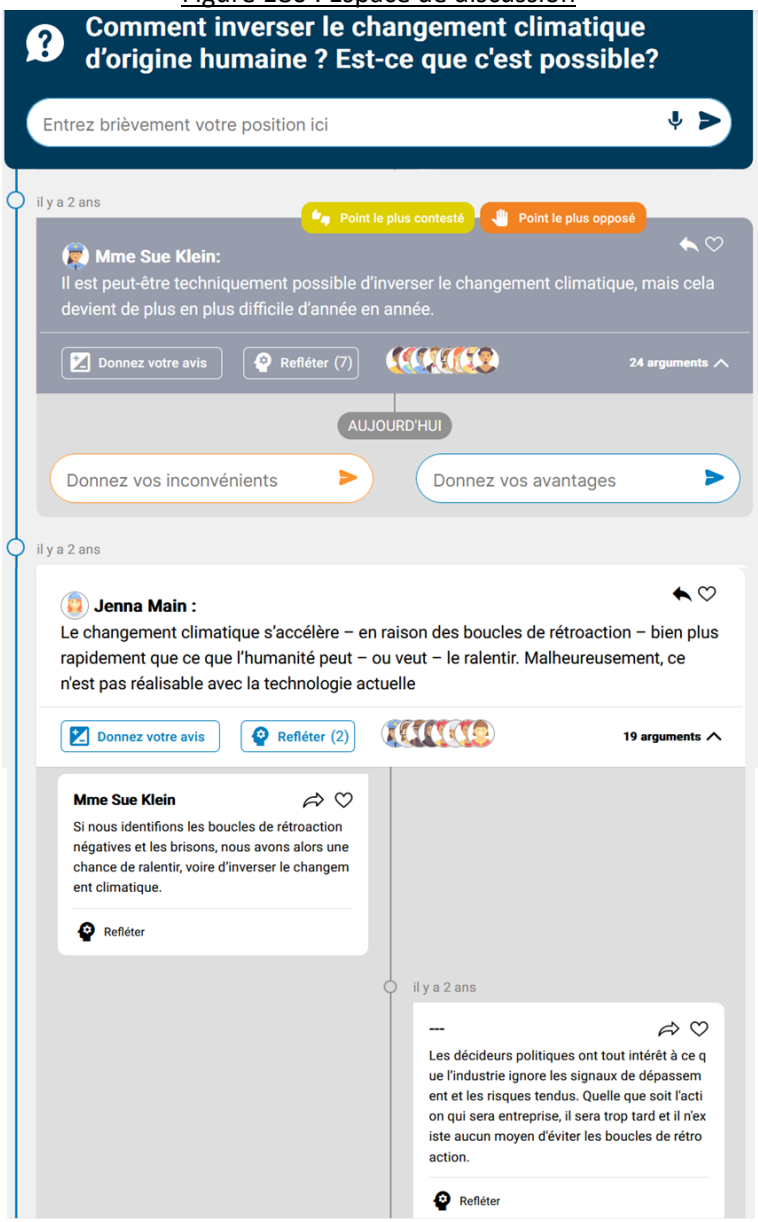
L'interface centrale laisse principalement la place aux discussions qui se déplient verticalement. Nous y reviendrons.

La colonne de gauche est consacrée aux propositions phares, aux points les plus saillants ainsi qu'aux résumés et synthèses des discussions. La vignette de la vidéo (1) est bien présente en haut à gauche pour rappeler constamment qu'elle est le point de départ. Il est possible de la visionner à tout instant en cliquant dessus pour qu'elle s'ouvre dans une fenêtre qui prenne la moitié de l'écran. Comme sur YouTube, il est possible de la visionner en plein écran, de l'accélérer ou la ralentir, de prendre des captures d'écran qu'il sera possible d'utiliser dans les discussions.

Au-dessus de la vignette se trouve un onglet pour accéder à la médiathèque (2). C'est ici qu'il est possible à chacun d'ajouter des vidéos ou n'importe qu'elle lien ou document à télécharger (bouton vert) (3). Au départ, les initiateurs de la délibération ont intérêt de placer plusieurs documents. C'est là qu'ils peuvent y mettre leurs sources ou d'autres vidéos qui leur semblent utiles.

Cette médiathèque peut être une mine d'information. Elle peut être agrandie et triée selon les médiums utilisés. Chaque ajout nécessite un rapide résumé qui permet aux délibérateurs d'être mieux informés avant de se lancer dans la lecture, l'écoute ou le visionnage. Cette phase répond à la nécessité d'informer le plus abondamment les délibérateurs pour qu'ils et elles prennent connaissance des enjeux.

Figure 180 : Espace de discussion



Tout le monde peut proposer des questions à délibérer et chacun à la possibilité d'exprimer ses réserves en notifiant les inconvénients qu'il imagine, ou aussi renforcer la proposition en apportant des arguments favorables, en notifiant ses avantages. Chaque proposition peut être votée grâce à un vote au pourcentage d'adhésion (Fig.181) à l'intérieur duquel il est proposé d'expliquer les raisons du vote sur le même principe d'avantages-inconvénients.

Les propositions les mieux ratifiées sont alors placées en exergue dans les synthèses placées sur la colonne de gauche.

Il est aussi possible également d'entamer des discussions plus personnelles avec les auteurs des propositions (Fif.182). Là aussi, on peut exprimer son avis en exprimant sa position d'énonciation (pour/contre la proposition discutée).

Ces discussions personnelles sont visibles par tous, car elles sont susceptibles d'enrichir la réflexion générale.

Figure 181 Interface de votes par adhésion

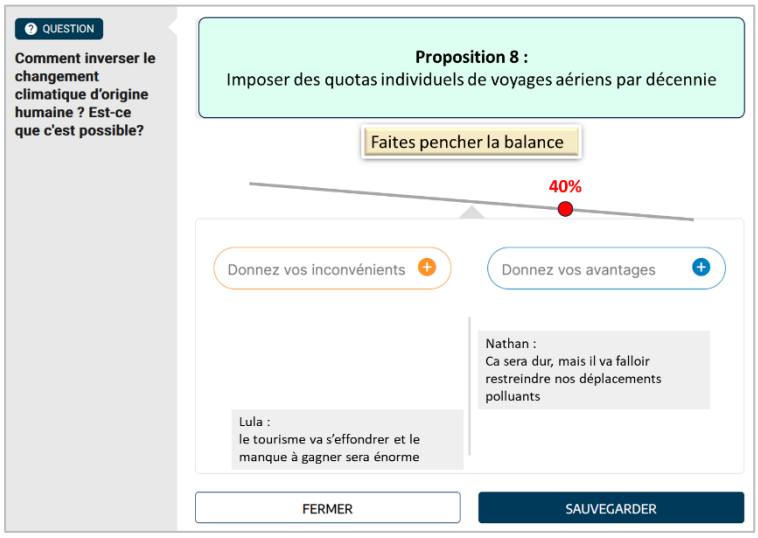
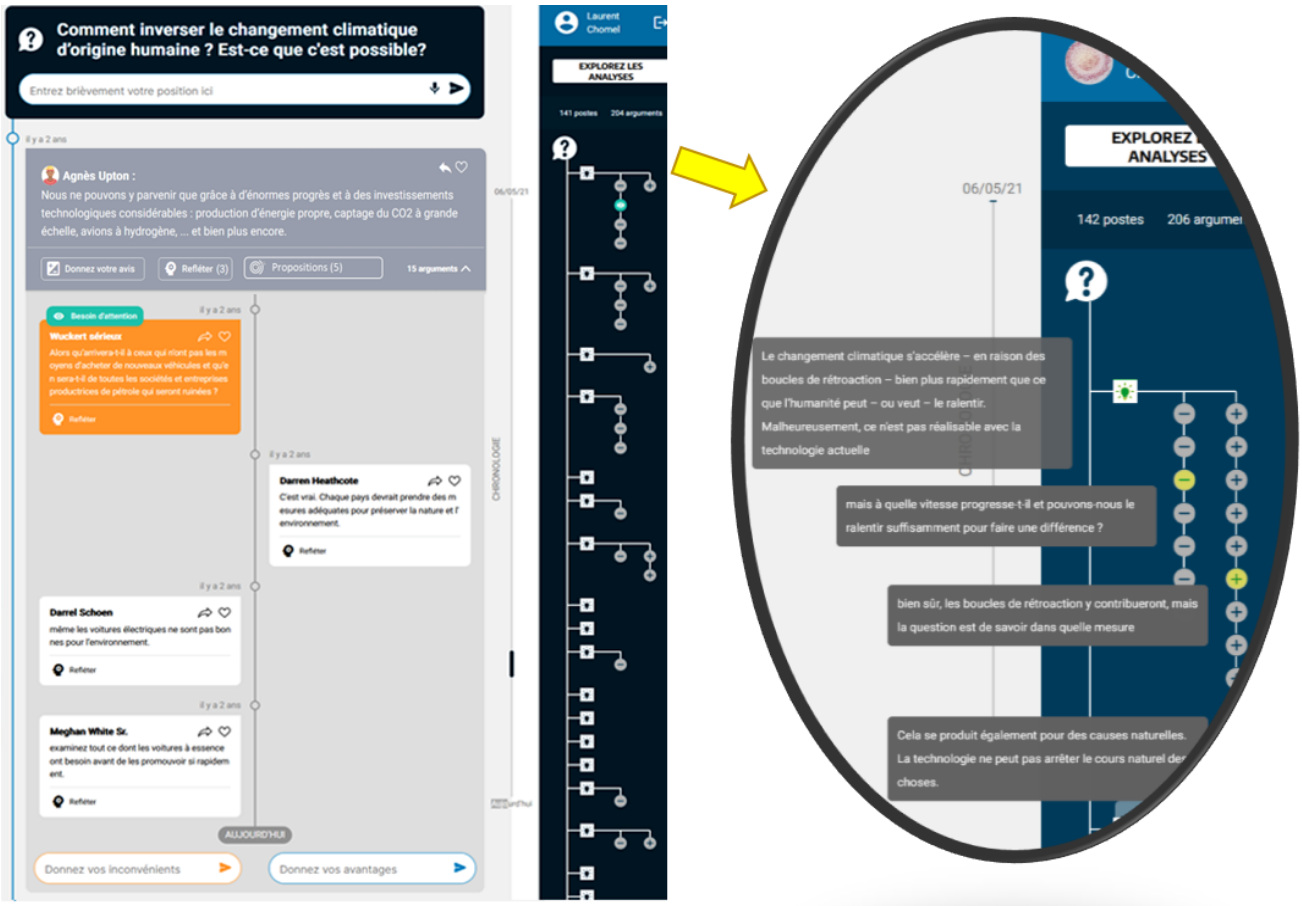


Figure 182 : interface de réponse individuelle

Au centre se trouve l'espace de délibération. Chaque question à traiter est placée chronologiquement ainsi que le déroulé des discussions.

Figure 183 : Visualisation rapide des discussions

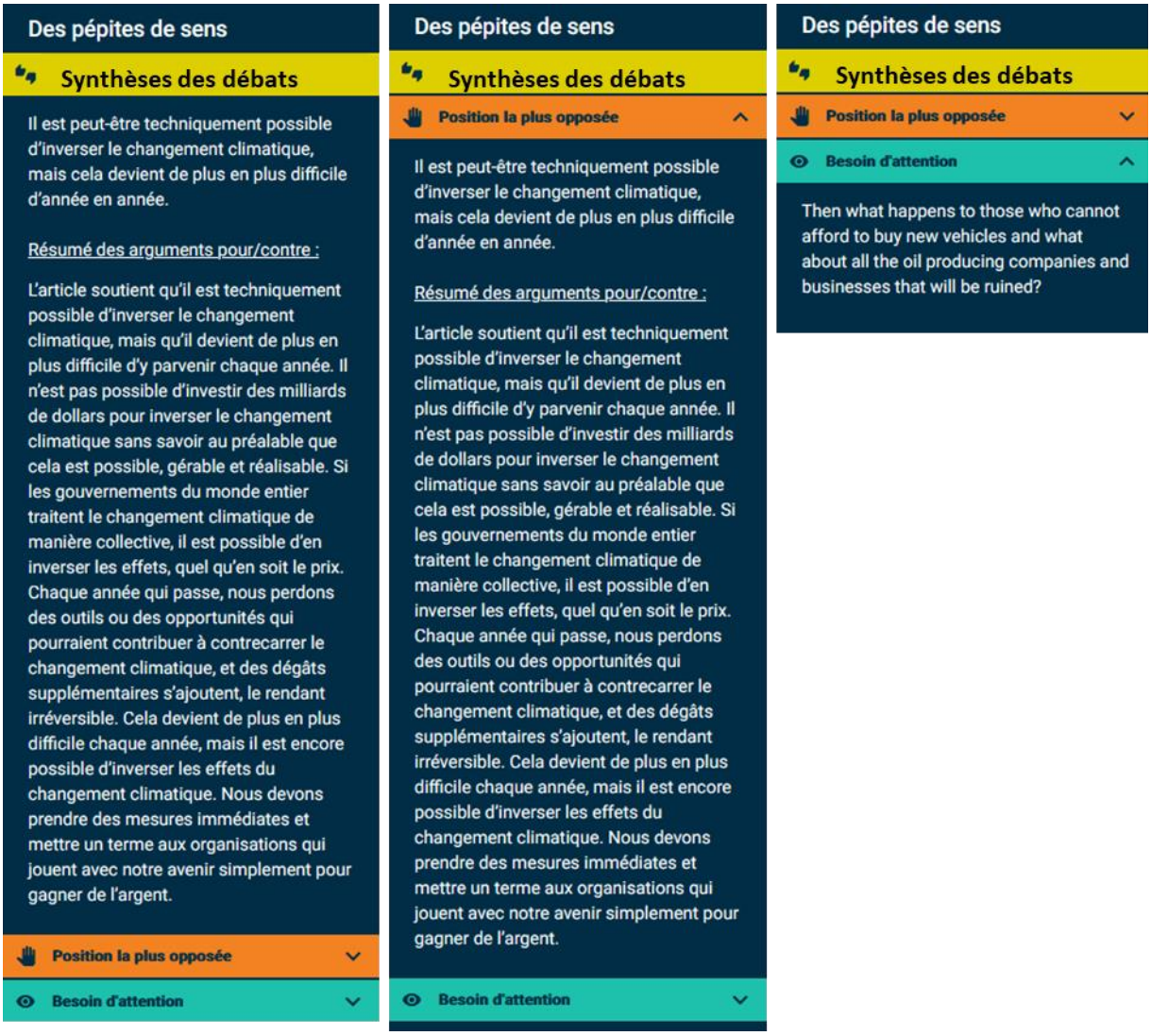


Sur la colonne de droite, le fil des échanges permet d'avoir une vue d'ensemble des discussions de manière chronologique (Fig 183). Les avantages et inconvénients de chaque proposition sont identifiés par un + ou un - . Il est possible de lire chacun des commentaires en promenant sa souris sur les icônes. Lorsqu'un sujet attire l'attention, il est possible d'y accéder directement, très facilement, en cliquant dessus.

Enfin, sont accessibles sur le bas de la colonne de gauche les synthèses des discussions (nommés ici « les pépites de sens ») (figure 184). Apparaissent également les positions les plus dissensuelles ainsi qu'un focus sur une proposition qui semble être largement soutenue. Les synthèses plus développées sont téléchargeables pour pouvoir être partagées en dehors du cercle des discutants. Elles sont modifiables (LibreOffice) afin que des collectifs puissent s'en emparer et les enrichir le cas échéant.

Pour produire ces synthèses, les personnes qui ont choisi d'endosser le rôle de synthétiseur ont à leur disposition la trame de toutes les discussions dans un format modifiable. Elles peuvent se servir de Chat GPT d'Open AI pour en résumer les points saillants pour les aider dans le compactage. Mais elles devront aussi relire le travail de l'AI pour vérifier sa pertinence. L'AI n'est qu'un outil pour gérer le volume, mais l'intervention humaine est aussi nécessaire.

Figure 184 : Espace des synthèses

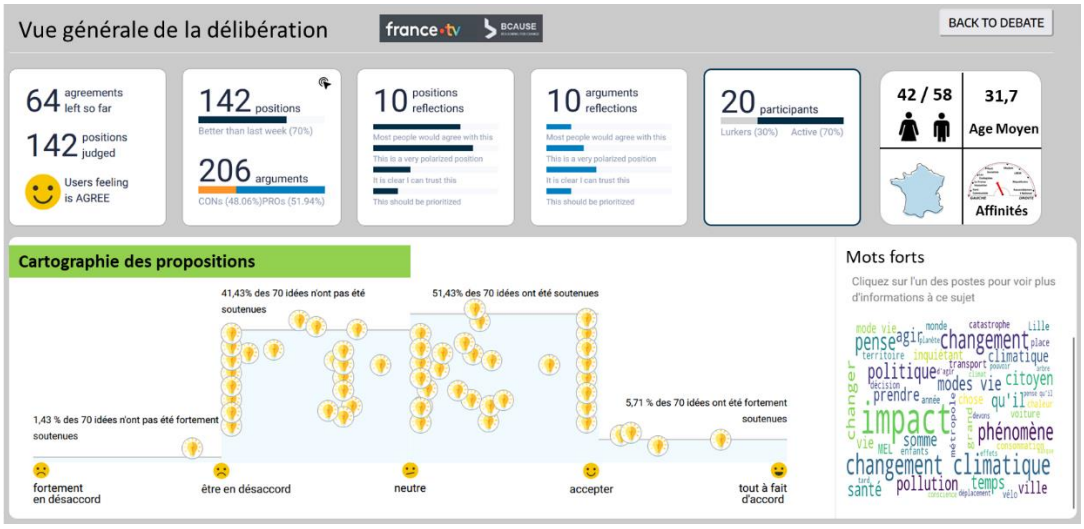


Enfin, pour finir cette présentation d'un BCause enrichi, un bouton en haut de la colonne de droite permet d'accéder à la vue analytique de la délibération (Fig.186). Apparaissent ici le nombre des propositions, le nombre d'arguments positifs et négatifs, celui des participants ainsi que leur sociologie simplifiée, donnant l'âge moyen des intervenants, la répartition par genre et la tendance politique moyenne des discutants.

Une cartographie des propositions favorables et défavorables à la question initiale donne la teneur des échanges, avec des pourcentages d'adhésion et de rejet. Un nuage de mots met en exergue les plus utilisés. Cela est une façon visuelle de résumer ce qui s'est dit.

La conception de ce design est réfléchie pour inclure le maximum de contributeurs et contributrices. C'est une proposition un peu idéaliste que nous assumons. Elle se base sur un travail existant en lui donnant encore plus de pertinence. Mais afin qu'une telle plateforme de délibération puisse voir le jour à grande échelle, il est important de de grands acteurs puissent s'en emparer. Framasoft est certainement celui qui le ferait le plus spontanément, mais ses moyens sont déjà trop réduits pour accomplir toutes les missions qu'ils se sont fixées. France Télévisions y aurait intérêt pour montrer que le groupe public sert l'intérêt général.

Figure 186 : Vue synthétique de la délibération



Nous voulions conclure notre recherche par une proposition concrète. Faire le lien entre une recherche théorique, des observations attentives et cette tentative de réponse est une manière pour nous d'ancrer la recherche académique dans une application qui puisse être utile aux communs.

Cet outil est pensé pour vivifier la démocratie, dont les bases sont aujourd'hui fragilisées. C'est un sujet important. #DataGueule y a consacré plusieurs vidéos. À l'heure du constat assez largement partagé des limites de la constitution de la 5e République, on peut imaginer que ce type de plateforme pourrait apporter une effervescence de réflexions, de partages d'expérience, d'expérimentations à petite ou grande échelle qui nourrissent notre réflexion commune.

Ce serait l'objet d'une grande enquête citoyenne *Onlife*, à travers laquelle les citoyens et les citoyennes pourraient se retrouver sur cette plateforme plus délibérative ainsi que dans des lieux physiques situés au plus près des habitants. Ce projet se veut être une mise en mouvement des préconisations de John Dewey pour former ce qu'il nommait « la grande communauté » humaine. Il espérait qu'elle puisse réorienter la société vers plus de démocratie. Car c'est elle qui peut résoudre les grandes difficultés qui menacent le monde, comme le dérèglement climatique, la perte de la biodiversité et les méfaits du néolibéralisme globalisé.

7.3 Conclusion générale

Le point de départ de notre recherche était de donner du sens à une longue période de production audiovisuelle. Nous faisions première hypothèse que certains programmes, produits et diffusés sur une plateforme capitaliste orientée sur la captation des données personnelles, puissent malgré tout servir le bien commun et participent activement à une effervescence réflexive des jeunes adultes les poussant à une conscientisation libératrice. Cette émancipation amènerait progressivement la société vers une démocratie réelle. Le but de notre recherche était d'observer et d'analyser comment une série de vidéos diffusée sur YouTube (#DataGueule), dont l'objectif était de créer de l'impact social, réussissait à susciter des gestes et des actions d'engagement stimulant la participation citoyenne de son public.

Trop de périls menacent aujourd'hui l'existence des générations futures. Les jeunes adultes les ressentent déjà et envisagent leur avenir de manière sombre. Nous en avons même rencontré plusieurs qui se posaient la question de faire ou non des enfants, d'autres étaient sujet à l'éco anxiété, mais aucun ne voulaient rester passif face à cet avenir incertain. Pour ne pas subir ces tourments, leur solution instinctive était d'agir pour ne pas subir. Chacun à sa manière : du petit geste numérique pour les plus jeunes, à la participation à des opérations collectives *online*, ou à l'engagement militant sur le terrain, pour les plus motivés.

L'individualisation des parcours et des ressentis personnels pousse à une mixité d'actions qui ne rentre plus dans les attributs politiques traditionnels. Plutôt que les structures politiques organisées comme les partis ou les syndicats (très peu suivies), ce sont des collectifs moins formels, à l'organisation horizontale, pour lesquels les engagements se prennent "à la carte".

Partant d'une lecture historique de la notion de progrès, nous avons observé qu'au 19e siècle, son concept se divisait en deux mouvements bien distincts qui ne s'alimentaient pas aux mêmes sources et divergent encore plus aujourd'hui.

Le premier se focalise sur l'Humain, sa liberté et son émancipation. Ce mouvement progressiste soutient une éducation populaire la plus large possible, permettant aux classes populaires de s'affranchir d'un système d'oppression capitaliste. L'acquisition de connaissances est le moyen de réfléchir et de modéliser le monde afin de mieux en appréhender son organisation. Y déceler ses nœuds a pour but de les défaire pour retisser un environnement plus juste et soutenable.

Le second se rapporte à l'innovation technologique, à la croissance et aux profits qu'elle peut potentiellement disséminer sur la population. Ce progrès est basé sur la volonté individuelle, la consommation et les données, dont le traitement améliore les rendements, les produits et les services. L'éducation sert ici la maitrise d'un socle de techniques indispensables à produire des compétences. Mais elles alimentent un système inégalitaire dans sa répartition des profits.

Dès l'origine d'Internet et de ses applications numériques se trouvaient les germes d'une libération des individus, même s'ils ont été jusqu'à présent réduits et limités à des cercles d'utopistes très compétents. Ils se sont manifestés dans les hakerspace, la programmation de logiciels libres et dans quelques œuvres d'art dont la beauté entretenait l'espoir. Internet est pour eux un outil d'augmentation de la puissance d'agir des

individus grâce aux partages de connaissances, à leur mise en réseau décentralisée et à leur possibilité de s'exprimer librement pour mettre en commun leurs intelligences[788].

Si le progrès humain a progressivement été dissous dans le progrès technologique, tous ces mouvements de résistance, ces collectifs d'individus éclairés et leurs productions, ont contribué à conserver un horizon à cette vision progressiste de l'histoire, alors même que la technologie occasionne plus de risques qu'elle ne semble résoudre de problèmes comme l'analyse Ulrich Beck.

Certains travaux hacker (tels que Linux ou Wikipédia) sont même devenus incontournables pour faire fonctionner Internet. Mais ces acteurs n'ont pas réussi à supplanter le désir de pouvoir et d'hégémonie, moteur des firmes multinationales régissant le monde numérique aujourd'hui. Le néolibéralisme a remporté la première étape et s'est appuyé sur les plateformes numériques pour déployer une numérisation industrielle, pour laquelle la richesse est captée par une oligarchie financière. « *Le savoir est définitivement devenu une "marchandise" et une industrie des titres de propriété intellectuelle se met en place via l'exploration systématique de brevets, le prix de vente n'étant plus corrélé aux coûts de production* » nous rappelle Nicolas Auray et Samira Ouardi. Les plateformes numériques ont trouvé dans le néolibéralisme l'environnement politique parfaitement adapté à leur suprématie. Mais pourtant, persiste à l'intérieur de certaines un espace propice au partage de connaissance. C'est le cas de YouTube où la moitié de son catalogue de vidéos disponible peut être associé à la transmission de connaissances. Une dissémination horizontale qui en accentue l'adhésion.

Pour répondre aux exigences citoyennes, des actions subpolitiques ont progressivement transformé les pratiques politiques des jeunes adultes. La modernité réflexive engendrée par la société du risque (Beck), focalise chaque individu au centre d'itinéraires dans lesquels le collectif ne se définit plus à son environnement proche, mais à un niveau plus étendu, donnant à chacun la possibilité d'un choix d'actions plus diversifiées. Chacun devient responsable de son propre itinéraire. Il importe pour s'en sortir d'avoir une réflexion stratégique, une maitrise des enjeux, une planification des étapes à franchir, et la connaissance est un outil indispensable pour y parvenir. Notre seconde hypothèse était que ces nécessités participaient à une utilisation pédagogiques de YouTube afin de trouver les vidéos qui pourraient les préparer au mieux à affronter l'avenir en maitrisant mieux ses contours et son positionnement.

Le numérique accentue l'individuation avec la prolifération des écrans et la normalisation de leur utilisation. Pour la génération des jeunes adultes (nés avec l'internet), la frontière entre la vie *online* et le *offline* s'estompe. Leur smartphone intrique leurs usages dans des pratiques *Onlife*, pour lesquelles leur corps gagne en ubiquité. Être là et ailleurs en même temps permet des engagements plus diversifiés, mettant en forme des nuées numériques qui donnent de la puissance, même si elles sont volatiles.

Avec cette individualisation des rapports sociaux, les socles d'éducation se sont personnalisés. Le niveau de diplômes a fortement augmenté, donnant à chacun des outils d'analyse et de compréhension. Mais un basculement culturel s'est opéré en parallèle. Les grands récits ne sont plus portés par la culture littéraire classique, mais se déploient à travers la marchandisation industrielle du divertissement mainstreams. Les

[788] AURAY Nicolas, OUARDI Samira, « Numérique et émancipation. De la politique du code au renouvellement des élites », Mouvements, 2014/3 (n° 79), p. 13-27. DOI : 10.3917/mouv.079.0013.

sons et les images supplantent progressivement l'écrit, plus difficile d'accès d'un point de vue cognitif. En effet, décoder les lettres, les mots et leurs enchainements et en capter le sens, demande une grande pratique et un effort cognitif largement supérieur au visionnage d'images animées accompagnées de sons.

L'enquête PISA et l'étude *Skills Matter* de l'OCDE montrent que les compétences en lecture s'affaissent en France depuis 2010. Si les jeunes adultes regardaient beaucoup la télévision, une baisse drastique s'opère depuis 2008 au profit des vidéos en ligne. Elles sont devenues leur médium de prédilection et viennent compenser les difficultés de déchiffrage. Que ce soit pour s'informer, apprendre ou comprendre, les vidéos et le dispositif dans lequel elles sont encastrées semblent particulièrement adaptés à l'acquisition de connaissance. Les vidéos viendraient élargir le socle des apprenants en leur permettant d'aller à leur rythme, en choisissant leur domaine d'apprentissage. Nous avons émis l'hypothèse qu'une vidéotisation de la connaissance pouvait élargir la base des apprenants en leur permettant de mieux comprendre le monde qui les entoure. Cette vidéotisation consiste à produire de la connaissance avec la vidéo alors qu'elle aurait été produite auparavant grâce à des textes et des images.

Pour un journal comme *Le Monde*, il s'agit de produire des contenus textuels et vidéographiques similaires et en parallèle l'un de l'autre, afin de toucher un public plus vaste et renouvelé. Loin d'amoindrir les capacités pédagogiques et la nature des connaissances distribuées, les vidéos s'adressent à un nouveau public de non abonnés et plus jeune. Elles leur donnent accès à des informations sérieuses proposées par le journal en donnant accès aux sources pour celles et ceux qui souhaitent approfondir le sujet.

En effet, les animations, graphiques et les explications orales des journalistes permettent de complexifier les contenus vidéos tous en les vulgarisant pour un public beaucoup plus large que celui du journal. De plus, les réactions générées sur YouTube sont sans commune mesure avec celles des articles sur le site du journal. Une très forte activité scripturale marque la nécessité pour les webspectateurs *du Monde* de prendre un temps à la suite du visionnage pour lire ce que les autres en ont pensé et discuter si nécessaire avec eux. La vidéotisation n'affaiblit pas l'information, bien au contraire.

De même, alors que les cours face à un professeur d'université sont historiquement efficaces pour apprendre, les Massive Open Online Course (les MOOC) se développent au sein des universités qui les produisent pour se diversifier et compenser certaines de leurs lacunes en termes d'effectifs et de cours. Ces MOOC sont construits autour de vidéos qui reprennent les codes de YouTube, qui lui-même s'inspire des journaux télévisés, et tentent de tisser un lien moins surplombant que les cours dans les amphis. La proximité du professeur qui se crée grâce à l'écran, la possibilité de revoir les séquences vidéo et de trouver immédiatement les sources pour approfondir les connaissances, font de ces enseignements vidéotisés des outils performants. La plateforme Canvas, spécialiste américain des MOOC a même élargi son public en s'associant à la série mainstream *The Walking Dead* pour proposer un cours très sérieux sur les sciences de survie dans une société effondrée. Les résultats obtenus, tant pour l'université, la plateforme que les étudiants sont très largement positifs.

C'est pourquoi les professeurs de lycée utilisent de plus en plus de vidéos dans leurs cours comme nous l'avons montré grâce à nos entretiens. Elles ont la capacité de focaliser l'attention de la classe entière, de stimuler les réflexions des élèves et de donner des respirations pédagogiques très profitables dans les classes surchargées. La lecture de textes le fait aussi, mais de manière très laborieuse. Les vidéos utilisées viennent

toutes de YouTube. Elles sont choisies pour leur intérêt pédagogiques par les professeurs. Ils se les transmettent entre eux et plusieurs académies les y encouragent en leur fournissant des listes selon les matières dispensées. Les salles de classe sont maintenant équipées de projecteurs sur lesquels YouTube tient une place privilégiée.

Sur la plateforme, les vidéos de Connaissances sont majoritaires. Elles ont été le carburant de la plateforme à ses débuts, et représentent aujourd'hui plus de la moitié des contenus. Même si les visionnages se dirigent majoritairement vers le divertissement et la musique, l'accès aux informations, aux analyses ou aux savoir-faire disponibles représente un temps non négligeable pour la réflexion et l'apprentissage des jeunes adultes.

Au-delà de son catalogue de vidéos partageant des connaissances, YouTube les encapsule dans un dispositif d'interactions qui permet aux utilisateurs des possibilités de sociabilité leur permettant d'enclencher leur réflexion. C'est ce que nous avons nommé YouTubisation de la Connaissance, car cet agencement engage le webspectateur dans une série d'actions le poussant à revisiter et questionner les émotions que ces connaissances ont produites chez lui.

#DataGueule est un exemple éloquent à ce propos. Ce programme émane d'une volonté de ses créateurs (autant que de ses commanditaires, responsables du service public audiovisuel français), de produire de l'impact social, à savoir une activation réflexive des webspectateurs par des actions d'engagement, dont les commentaires, et les discussions qu'ils produisent, sont le terrain de cette effervescence. La conception du programme a intégré le dispositif de YouTube et l'a même étendu pour le rendre plus efficient. Sur un wiki extérieur sont déposés les textes des voix off et des interviews, accompagnés par les références bibliographiques ayant permis l'écriture. Les auteurs ont aussi activé une agora lors du financement participatif d'un projet d'un format #DataGueule de 90 minutes sur la démocratie. Ces espaces ainsi que celui de la plateforme sont un terrain d'observation privilégié pour vérifier les engagements provoqués.

Grâce aux auteurs et producteurs de #DataGueule, nous avons pu faire une enquête en ligne auprès de leur public afin de mesurer ses pratiques d'engagement *online* et *offline*. Composée d'une majorité d'hommes (75%), de 15 à 35 ans, plutôt plus éduqués que la moyenne nationale, il ressort 3 catégories d'engagés dont la principale (les engagés réfléchis-65%) sont ceux qui ont besoin de maitriser un sujet avant de s'activer. Quand ils le font, c'est de manière plus classique, pour rejoindre des mouvements d'opposition et en discutant avec les autres. De part et d'autre de ce groupe se trouvent les engagés réticents (16%), plus rétifs à prendre position et s'exprimer sur le sujet d'une vidéo et les engagés impulsifs (19%), plus jeunes et plus enclins à utiliser toutes les possibilités qu'offre YouTube pour partager, s'exprimer ou défendre une cause, dans la rue ou en ligne. C'est eux qui stimulent les espaces de commentaires et toutes les discussions que tous déclarent avoir avec leurs proches à propos des sujets traités dans les vidéos.

Les entretiens que nous avons menés à la suite de cette enquête avec des webspectateurs de #DataGueule qui avaient répondu à l'enquête ont permis d'affiner leurs motivations et de faire le lien avec la société du risque dans laquelle nous vivons, et de la modernité réflexive qui en émane. De profils représentatifs du public de #DataGueule, leur sensibilité politique penche plutôt à gauche. Ils sont d'origine souvent privilégiée malgré quelques exceptions. Une grosse majorité est étudiante alors que les autres travaillent ou cherchent une activité professionnelle. Tous très sensibles et inquiets de l'état de notre société, leur curiosité et leur besoin de s'informer sont immenses. Ils confirment cependant nos constats sur la baisse de la lecture, en

plébiscitant les vidéos pour les satisfaire. Pourtant, s'ils ne regardent plus beaucoup la télévision, le service public reste une référence qui appuie le sérieux des vidéos. Il est intéressant de découvrir que les algorithmes de YouTube sont totalement intégrés par ses utilisateurs. Certains les utilisent pour promouvoir les vidéos qui leur semblent intéressantes ou en découvrir de nouvelles, d'autres les fuient par des stratégies inventives pour ne pas se laisser enfermer par eux.

Les sujets traités par #DataGueule sont beaucoup discutés dans leurs cercles de connaissances ou même parfois en cours, quand leurs enseignants le leur montraient. Beaucoup vont les approfondir en regardant les sources, en lisant des articles ou en visionnant d'autres vidéos sur le sujet. Les croquis sont même recopiés par certains afin de servir d'outil lors des discussions. Presque tous lisent une partie des commentaires afin de se faire une idée de la réception et ainsi se mettre en phase ou en décalage de ce qu'ils ont lu. Ceux qui en écrivent cherchent à entrer en contact, voir même à stimuler les échanges pour les plus impulsifs. Mais peu se sentent faire partie d'une communauté #DataGueule. Les commentaires servent d'échos pour se situer et construire leur réflexion en fonction.

Nous avions même émis l'hypothèse que #DataGueule pouvait susciter des conversations suffisamment structurées que certaines pouvaient être délibératives. Voulant approfondir ce qui s'écrivait dans l'espace des commentaires et mesure le degré de réflexion, nous avons analysé un corpus de 3300 commentaires écrits à la suite d'une vidéo sur l'assistanat. Ce sujet relativement clivant nous intéressait pour voir si les oppositions stérilisaient les débats ou si des discussions pouvaient sortir de la délibération. Car 75% des commentaires écrits le sont à l'intérieur d'une discussion, révélant ainsi le désir des commentateurs de discuter avec d'autres. Nos résultats mettent en avant 3 typologies de scripteurs. Une majorité qui n'intervient qu'une fois, tandis qu'un autre groupe écrit jusqu'à 6 commentaires, quand les plus actifs peuvent y passer un temps très important. S'ils sont une minorité, ils animent et stimulent les discussions en passant de l'une à l'autre et en écrivant de longs textes élaborant leur pensée. C'est comme cela qu'émergent parfois de petites délibérations, à l'intérieur desquelles les intervenants peuvent évoluer sur leurs opinions, et discuter de propositions concrètes pour résoudre les questions posées. Ceux qui n'y participent pas peuvent lire ce qui s'y passe et intégrer les conclusions, car les échanges sont modérés par des volontaires qui neutralisent les risques de tension.

La YouTubisation de la connaissance permet donc l'exercice de débats entre inconnus sur des sujets bien documentés par les vidéos, leur bibliographie et les sources extérieures qu'auront été cherchés les webspectateurs. Les scripteurs s'exercent ainsi à débattre. Ils testent leurs arguments et pourront s'en servir lors de leur discussion en face à face. Le temps qu'ils y passent s'apparente à un engagement dans la mesure où il les expose et les incite à agir concrètement sur le monde à travers leurs actions.

Toutefois, l'effet positif du dispositif de la plateforme pourrait être déployé beaucoup plus intelligemment. Puisque YouTube est un pur objet du néolibéralisme, son projet n'a jamais été une transformation radicale et émancipatrice de la société par la participation active et vigilante de ses citoyens. La plateforme se sert plutôt de cette expression populaire pour valoriser les données récoltées et les faire fructifier financièrement.

Conscient de ce biais contradictoire, nous avons souhaité proposer un modèle de plateforme autogérée inspiré par les exigences des hackers ayant pensé Internet. Sur la base d'un réseau de pair-à-pair, le modèle

PeerTube libère les interactions des influences commerciales et permet des améliorations conséquentes sur l'interface des commentaires. Notre travail, au-delà de comprendre les rouages des évolutions sociétales, s'est aussi donné pour but d'être force de proposition. C'est la raison pour laquelle nous avons achevé ces pages par la proposition d'un design d'espace de délibérations plus abouti, donnant un poids plus important à celles et ceux dont les vidéos, et les autres supports de connaissances ont activé le désir d'être les acteurs d'une démocratie renouvelée. Nous espérons que ses propositions seront reprises par le service public et tous les citoyens et citoyennes qui veulent prendre part à la réparation du monde.

Bibliographie

- AGAMBEN, Giorgio et RUEFF, Martin. Théorie des dispositifs. Po&sie, 2006, no 1, p. 29
- AIGRAIN Philippe, « Cause commune » Fayard, 2005, p.60
- AIGRAIN Philippe, « Cause commune, l'information entre bien commun et propriété », Fayard, 2005. P32. En ligne : http://grit-transversales.org/IMG/pdf/Causecommune-CC-By-NC-ND.pdf
- ALBRECHT Bob,"My Computer Likes Me When I Speak BASIC",D YMAX, Menlo Park, California, 1972. Téléchargeable en ligne : https://web.archive.org/web/20180215210308/http://storage.datormuseum.se/u/96935524/Datormuseum/mycmp.pdf
- ALEXANDRE Olivier, « Quand la tech refait le monde », Seuil, 2023
- ALEXANDRE Olivier. « YouTube ou l'imaginaire sous contrôle. Voyage dans les images formatées et monétisées des Youtubeurs », Revue du Crieur, vol. 1, no. 1, 2015, pp. 122-127.
- ALLARD, Laurence. « YouTubeuse, YouTubeur, travailler à être soi-même à l'âge du talent numérique ? » Études digitales, 2020, vol. 2019, no 7, p. 63-83.
- ALLARD-HUVER François. « Agnotologie, transparence et fake news : stratégies de guerre informationnelle autour du glyphosate », Revue internationale d'intelligence économique, vol. 13, no. 1, 2021, pp. 53-75.
- AMADORI, Sara, « Le débat d'idées en ligne : formes de la violence polémique sur YouTube » In SIGNES, DISCOURS ET SOCIÉTÉS (2012).
- AMOSSY Ruth et KOREN Roselyne, « Argumentation et discours politique », Mots. Les langages du politique [En ligne], 94 | 2010, URL : http://journals.openedition.org/mots/19843 ; DOI : https://doi.org/10.4000/mots.19843
- AMOSSY, Ruth, « Image de soi dans le discours, la construction de l'éthos », Delachaux et Niestlé, 1999
- ANASTASIOU Lucas et DE LIBBO Anna. "BCause: Reducing group bias and promoting cohesive discussion in online deliberation processes through a simple and engaging online deliberation tool. In : Proceedings of the First Workshop on Social Influence in Conversations" (SICon 2023). 2023. p. 39-49.
- ANDERSON, Chris. « La longue traîne ». Pearson, 2012.
- ANSCOMBRE, Jean-Claude, and DUCROT Oswald : « NTERROGATION ET ARGUMENTATION ». Langue Française, no. 52, 1981, pp. 5–22
- ARENDT Hannah, « Qu'est que la politique ? » Edition du Seuil, 1995 pour la traduction française.
- ARNAUD, Lionel. « Une éducation populaire 2.0 ? ». Nectart, 2018, vol. 7, no 2, p. 50-57.
- ARSENAULT, Marie-Ève. « Comment susciter l'intérêt du lecteur: analyse de contenu de 38 guides rédactionnels ». 2015. Thèse de doctorat. Université Laval.
- ATCHOUA, Julien, BOGUI, Jean-Jacques, et DIALLO, Saikou. « Technologies numériques et sociétés africaines: enjeux de développement ». ISTE Group, 2020.
- AUBERT Patrick, SILLARD Patrick, « Délocalisations et réductions d'effectifs dans l'industrie française », Insee juillet 2005, en ligne : file:///C:/Users/LAUREN~1/AppData/Local/Temp/ecofra05b.pdf
- AURAY Nicolas, OUARDI Samira, « Numérique et émancipation. De la politique du code au renouvellement des élites », Mouvements, 2014/3 (n° 79), p. 13-27. DOI : 10.3917/mouv.079.0013.

- BABEAU, Franck. « La participation politique des citoyens «ordinaires» sur l'Internet »: La plateforme YouTube comme lieu d'observation. Politiques de communication, 2014, no 12, p. 125-150.
- BACON, Francis, « Essais de morale et de politique », 1851. P.311 BNF En ligne : https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k9756652j/f321.item
- BADOUARD Romain, « Les mobilisations de clavier. Le lien hypertexte comme ressource des actions collectives en ligne », Réseaux, 2013/5 (n° 181), p. 87-117.
- BAKHTINE Mikhaïl. « Esthétique de la création verbale », Paris Gallimard 1979, trad. Fr 1984)
- BALLE Francis. « L'école et la télévision ». Communication et langages, n°100-101, 2e-3e trimestre 1994. 25e anniversaire. pp. 79-88. doi : https://doi.org/10.3406/colan.1994.2515
- BALSLEV T, DE GRAVE W.S, MUIJTIENS A.M.M. and SCHERPBIER A.J.J .A. (2005), "Comparison of text and video cases in a postgraduate problem-based learning format". Medical Education, 39: 1086-1092. https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2005.02314.x
- BAR-HEN A., JAVAUX H. & VILLA-VIALANEIX N. « Analyse statistique des profils et de l'activité des participants d'un MOOC ». Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire / International Journal of Technologies in Higher Education, 12(1-2), 11–22(2015).
- BARLOW John Perry. « Déclaration d'indépendance du cyberespace », Olivier Blondeau éd., Libres enfants du savoir numérique. Une anthologie du "Libre". Éditions de l'Éclat, 2000, pp. 47-54.
- BARTL Mathias. "YouTube Channels, Uploads and Views: A Statistical Analysis of the Past 10 Years." Convergence 24, no. 1 (February 2018): 16–32. https://doi.org/10.1177/1354856517736979
- BARUSH Marc Olivier. « Histoire, humour et liberté d'expression. Retour sur l'« affaire Dieudonné.», Grief, vol. 2, no. 1, 2015, pp. 64-72.
- BEAUD S et PIALOUX M, « Retour sur la condition ouvrière. Enquête aux usines Peugeot de Sochaux-Montbéliard », Fayard, Paris, 1999.
- BECK Ulrich, « La société du risque ; sur la voie d'une autre modernité » Ed Champs essais, 2003, page 325
- BECK Ulrich, « Le conflit des deux modernités et la question de la disparition des solidarités ». Lien social et Politiques, 1998
- BECK Ulrich, Mads P. Sørensen et Allan Christiansen : "an introduction to the theory of second modernity and the risk society", Routledge, London ; New York, 2013
- BECQUEL Valérie. « Des cheminements compliqués vers la citoyenneté », Après-demain, vol. n ° 24, nf, no. 4, 2012, pp. 5-7.
- BEDOK Camille, SCHNATTERER Tinette, BONIN Loic, LIOCHON Pauline. « Au-delà de la démocratie représentative : visions du système politique et réformes institutionnelles dans le mouvement des Gilets jaunes ».15e Congrès de l'Association française de science politique (AFSP), ST 12 : Au-delà des partis et des élections ? Confronter théorie politique et perceptions des acteurs, Sciences Po Bordeaux, Jul 2019, Pessac, France.
- BENDALI, Zakaria, et RUBERT Aldo. « Les sciences sociales en gilet jaune. Deux ans d'enquêtes sur un mouvement inédit », Politix, vol. 132, no. 4, 2020, pp. 177-215.
- BENEDETTO Pierre. « Chapitre 4. Le soi, Psychologie de la personnalité ». Sous la direction de Benedetto Pierre. De Boeck Supérieur, 2008, pp. 51-60.

- BENNOUIA Abdeldjalil. L'impact de l'écriture électronique sur la qualité d'écriture des étudiants de licence de français), 2018, 127-148. http://193.194.84.141/index.php/h/article/view/2884
- BENVENISTE Émile; « L'appareil formel de l'énonciation ». Langages, no. 17, 1970, pp. 12–18.
- BERGAMI P, BARBOSA G, « Lire Propaganda d'Edward Bernays : psychanalyse et manipulation des masses », In Analysis, Volume 5, Issue 2, 2021, Pages 168-173,
- BERLAN Jean-Pierre. « Brevet du vivant : progrès ou crime ? », Revue Tiers Monde, vol. 181, no. 1, 2005, pp. 207-221
- BEROUD Sophie, DUPUY Camille, KAHMANN Marcus et al., « Jeunes et engagements au travail. Une génération asyndicale ? », Agora débats/jeunesses, 2019/2 (N° 82), p. 7-25.
- BESLEY Tania. "Digitized Youth: Constructing Identities in the Creative Knowledge Economy". Policy Futures in Education. 2010;8(1): page 127. En ligne : https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.2304/pfie.2010.8.1.126
- BIGGS John, "A Video Clip Goes Viral, and a TV Network Wants to Control It", The New York Times, 20 février 2006, en ligne https://www.nytimes.com/2006/02/20/business/media/a-video-clip-goes-viral-and-a-tv-network-wants-to-control-it.html
- BONNAUD Pierre-Marie, « Le Troll numérique, figure disruptive du web participatif », Master infoCom, Celsa 2015
- BONNET Jacques. « De Rhône-Poulenc à Sanofi-Aventis : intérêts régionaux et logiques mondiales ». In: L'information géographique, volume 69, n°2, 2005. pp. 117-131.
- BONVILLIAN, William B. « DARPA and its ARPA-E and IARPA clones: a unique innovation organization model. Industrial and corporate change", 2018, vol. 27, no 5, p. 897-914.
- BONZON Thierry, "Consumption and total warfare in Paris (1914-1918)", dans Franck Trentmann et Flemming Just (sous titre de) Food and Conflict in Europe in the Age of the Two Wold Wars, Palgrave Macmillan, Londres, 2006
- BOULLIER Dominique : « Profils, alerte et vidéo : de l'outre-lecture à la fin de la lecture ? » dans Lectures et lecteurs à l'heure d'internet, édition du cercle des libraires, coll Bibliothèques 2011 page 41
- BOULLIER Dominique, « Puissance des plateformes numériques, territoires et souverainetés » SciencesPo, Chaire digital, gouvernance et souveraineté, 2021. https://www.sciencespo.fr/public/chaire-numerique/wp-content/uploads/2022/07/puissance-des-plates-formes-numeriques-dominique-boullier-juin-2022.pdf
- BOULLIER Dominique.« Quel rôle pour les profs ? » Revue Projet, 4(347), 80-87, 2015. DOI : https://doi.org/10.3917/pro.347.0080
- BOUQUILLION, Philippe et ITHURBIDE, Christine. « La globalisation culturelle et les nouveaux enjeux d'hégémonie à l'heure des plateformes ». Reseaux, 2021, vol. 226227, no 2, p. 71-98.
- BOURDIEU Pierre, « La distinction », Les Éditions de Minuit, 2016.
- BOURDIEU Pierre, « La noblesse d'État. Grandes écoles et esprit de corps? » Paris Le éditions de minuit. Collection "le sens commun" 1989
- BOURDIEU, Pierre, « Entretien avec Anne-Marie Métailié », paru dans Les jeunes et le premier emploi, Paris, Association des Ages, 1978, pp. 520-530. Repris in Questions de sociologie, Éditions de Minuit, 1984. Ed. 1992 pp.143-154.

- BOURDIN Alain. « Avec ou sans McLuhan ». In: Communication et langages, n°7, 1970. pp. 67-76. doi : https://doi.org/10.3406/colan.1970.3824
- BOURON, Samuel. « Un militantisme à deux faces. Stratégie de communication et politique de formation des Jeunesses identitaires », Agone, vol. 54, no. 2, 2014, pp. 45-72.
- BOURON, Samuel. « Des «fachos» dans les rues aux «héros» sur le web: La formation des militants identitaires ». Réseaux, 2017, no 2, p. 187-211.
- BOYER, Alain. « Le phénomène de l'hésitation selon Paul Ricœur », Revue philosophique de la France et de l'étranger, vol. 135, no. 4, 2010, pp. 479-494.
- BRADFORD K, LOBLE M – KALI Ml et EBNER E. "Classroom Hollywood: Using popular Entertainment to Engage New MOOC Audiences". (2016). Proceedings of the European Stakeholder Summit on experiences and best practices in and around MOOCs (EMOOCS 2016).
- BRAHAMI, Frédéric. « L'ambition pédagogique d'Auguste Comte » In: L'éducation à la citoyenneté. Besançon: Presses universitaires de Franche-Comté, 2018 (30e segment) en ligne : https://books.openedition.org/pufc/11823#text
- BRAND Stewart, "We owe it all to the hippies" the Times, Mar. 01, 1995, en ligne : https://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,982602,00.html
- BRETON Philippe. « La "société de la connaissance" : généalogie d'une double réduction », Éducation et sociétés, vol. no 15, no. 1, 2005, pp. 45-57.
- BRISTELLE Antoine. « YouTube comme média politique : les différences de contenu entre interviews politiques classiques et émissions en ligne de trois représentants de La France insoumise », Mots. Les langages du politique, vol. 123, no. 2, 2020, pp. 103-121.
- BRUN André. « Citoyenneté, individualisme, coopération et lien local ». In: Économie rurale. N°229, 1995. pp. 11-16;
- BRUNEL Valérie, « Les managers de l'âme. Le développement personnel en entreprise, nouvelle pratique de pouvoir ? », Paris, La Découverte. 2008
- BRUNO Patricia. « Tutoriels vidéo en ligne à la BCU de Fribourg : réflexion sur la mise en application de screencasts ». 2011. Doctorat. Université de Fribourg.
- BUCHETON Dominique, « Refonder l'enseignement de l'écriture, des recherches pratiques du primaire au lycée », Editions Retz, 2014.P.78
- BULLICH Vincent. « Plateforme, plateformiser, plateformisation : le péril des mots qui occultent ce qu'ils nomment », Questions de communication, 40 | 2021, mis en ligne le 01 juin 2022, URL : http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/27413
- BYUNG-CHUL Han, « Dans la nuée. Réflexions sur le numérique » Acte sud, 2015
- CADWALLA Carole, "Stewart Brand's Whole Earth Catalog, the book that changed the world" The Guardian 5 mai 2013, en ligne : https://www.theguardian.com/books/2013/may/05/stewart-brand-whole-earth-catalog
- CANGUILHEM, Georges. « La Décadence de L'idée de Progrès ». Revue De Métaphysique Et De Morale, vol. 92, no. 4, 1987, pp. 437–454. JSTOR
- CARDON Dominique, « Du lien au like sur Internet. Deux mesures de la réputation », Communications, 2013/2 (n° 93), p. 173-186. DOI : https://doi.org/10.3917/commu.093.0173

- CARDON Dominique, La démocratie internet. Promesses et limites. Paris, Éd. du Seuil, coll. République des Idées, 2010, 112 p
- CASHMORE Ellis, CLELAND Jamis et DIXON Kevin, "Screen society", Palgrave Macmillan, 2018
- CASILLI Antonio « Digital affective labor : les affects comme ressorts du capitalisme des plateformes », Préface à CAlloing & JPierre, Le web affectif. Une économie numérique des émotions, Editions de l'INA, p. 5-8. 2017
- CERUZZI Paul, "An unforeseen revolution: computers and expectations, 1935–1985" in Imagining tomorrow, history, technology and the American future, Joseph J. Corn ed, 1986.
- CHA M., KWAK H., RODRIGUEZ P, Y. -AHN Y. and MOON S, "Analyzing the Video Popularity Characteristics of Large-Scale User Generated Content Systems," in IEEE/ACM Transactions on Networking, vol. 17, no. 5, pp. 1357-1370, Oct. 2009, doi: 10.1109/TNET.2008.2011358.
- CHARAUDEAU, Patrick, « Le discours de manipulation entre persuasion et influence sociale », Acte du colloque de Lyon, 2009, lisible sur le site : http://www.patrick-charaudeau.com/Le-discours-de-manipulation-entre.html
- CHATELET Claire, « Des pocket films aux plateformes web contributives : les (re)médiations numériques du récit de soi », Entrelacs, 15 | 2018, mis en ligne le 28 octobre 2018. En ligne : http://journals.openedition.org/entrelacs/4143
- CHEN KK. "Storytelling: An Informal Mechanism of Accountability for Voluntary Organizations". Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly3. 2013; 42(5):902-922. doi: https://doi.org/10.1177/0899764012455699
- CHEURFA Madani & CHANVRIL Flora, Cevipof Baromètre de la confiance politique 2019, en ligne : https://www.sciencespo.fr/cevipof/sites/sciencespo.fr.cevipof/files/CEVIPOF_confiance_10ans_CHEURFA_CHANVRIL_2019.pdf
- CHEVALIER Tom. « Les enjeux d'un revenu pour les jeunes », Regards, vol. 59, no. 1, 2021, pp. 139-149.
- CHEVALIER, Tom et LONCLE, Patricia. « Une jeunesse sacrifiée? » La vie des idées, PUF, 2021.
- CHEVRY PEBAYLE Emmanuelle, « Pratiques informationnelles des Youtubeurs scientifiques au service de la médiation du savoir », Communication, Vol. 38/2 | 2021
- CHIAPELLO, Eve, BOLTANSKI, Luc, et al. « Le nouvel esprit du capitalisme ». Gallimard 1999.
- CHRISTENSEN Christian, "Hey Man, Nice Shot": Setting the Iraq War to Music on YouTube", The YouTube reader, Stokholm, National Library of Suede, 2009 p. 204-218
- CIAVOLELLA Riccardo, « L'émancipation des subalternes par la « culture populaire ». La pensée gramscienne et l'anthropologie pour appréhender l'Italie de l'après-guerre et le Tiers monde en voie de décolonisation (1948-1960) », Mélanges de l'École française de Rome - Italie et Méditerranée modernes et contemporaines En ligne : https://journals.openedition.org/mefrim/2947#quotation
- CINGOLANI Patrick, « La colonisation du quotidien. Dans les laboratoires du capitalisme de plateforme », Paris, Amsterdam Editions, 2021, 220 p
- CIORAT Benjamin, « L'Atelier et le chronomètre : essai sur le taylorisme, le fordisme et la production de masse », Paris, Christian Bourgois éditeur, 1979 (rééd. 1982 et 1994)

- CISLARU Georgeta, « Le pseudonyme, nom ou discours? », Les Carnets du Cediscor [En ligne], 11 | 2009, mis en ligne le 01 mars 2011, consulté le 30 avril 2019. URL : http://journals.openedition.org/cediscor/746
- CITTON Yves, « L'économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme ? ». La Découverte, «.Sciences humaines », 2014, 328 pages.
- CITTON Yves. Pour une écologie de l'attention. Le Seuil, la couleur des idées, 2014.
- CLARCK, J.M., PAIVIO, A. “Dual coding theory and education”. Educ Psychol Rev 3, 149–210 (1991). https://doi.org/10.1007/BF01320076
- COAVOUX Samuel, et ROQUES Noémie, « Une profession de l’authenticité. Le régime de proximité des intermédiaires du jeu vidéo sur Twitch et YouTube », Réseaux, vol. 224, no. 6, 2020, pp. 169-196.
- COMBAZ Gilles. « Concurrence entre établissements et choix de l'école : les personnels de direction mis à l'épreuve ? », Éducation et sociétés, vol. 31, no. 1, 2013, pp. 157-170.
- CONDORCET Jean-Antoine-Nicolas de Caritat, « Cinq mémoires sur l’instruction publique, Premier mémoire, Nature et objet de l'instruction publique », Présentation, notes, bibliographie et chronologie, par Charles Coutel et Catherine Kintzler. Ed Flamarion, 1994. page 35 En ligne : Nicolas de Condorcet, 5 mémoires
- CONTENT, A. (1993). « Le rôle de la médiation phonologique dans l'acquisition de la lecture ». In : J. P. Jafüé, L. Sprenger-Charolles & M. Fayol (Eds), Lecture, écriture, acquisition, les actes de la Villette, Nathan pédagogie, Paris, 80-97
- COULANGON Philippe, « Lecture et télévision, Les transformations du rôle culturel de l'école à l'épreuve de la massification scolaire ». Dans Revue française de sociologie, 2007/4 (Vol. 48), pages 657 à 691
- COUVIDAT, Yann. « Vingt ans de gestation, trente de maturité en Californie. La génèse de la Silicon Valley ». In : Les Annales de la Recherche Urbaine. Persée-Portail des revues scientifiques en SHS, 1990. p. 31-38.
- COVINGTON Paul, ADAMS Jay, and SARGIN Emre. 2016. « Deep Neural Networks for YouTube Recommendations”. In Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems (RecSys '16). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 191–198. DOI: https://doi.org/10.1145/2959100.2959190
- CRINON Jacques, « Écrire le journal de ses apprentissages », dans : Jean-Charles Chabanne éd., Parler et écrire pour penser, apprendre et se construire. L'écrit et l'oral réflexifs. Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Éducation et formation / L'Éducateur », 2002, p. 123-143.
- CURIEN Nicolas & MUET Pierre6Alain, « La société de l'information », rapport d'étude de la vie publique, Conseil d'Analyse économique, La documentation française, 2004. En ligne : https://www.vie-publique.fr/rapport/26546-la-societe-de-linformation
- DAHLGREN P, “Reconfiguring civic culture in the new media Milieu”. In: Corner J and Pels D (eds) Media and the Restyling of Politics. London: SAGE, 2003, pp. 151–170.
- DAMASIO, Antonio R. « L'erreur de Descartes: la raison des émotions ». Odile Jacob, 2006.
- DARDOT Pierre, et LAVAL Christian « La nouvelle raison du monde. Essai sur la société néolibérale », La Découverte, 2009.

- DARDOT Pierre, et LAVAL Christian. « Néolibéralisme et subjectivation capitaliste », Cités, vol. 41, no. 1, 2010, pp. 35-50
- DAUPHIN Florian, « Culture et pratiques numériques juvéniles : Quels usages pour quelles compétences ? », Questions Vives, Vol.7 n°17 | -1, 37-52.
- DAVIE Grace. « DAYAN (Daniel), KATZ (Elihu), « La Télévision cérémonielle ». Paris, Presses Universitaires de France, 1996, 259 p. (trad, de l'anglais par Daniel Dayan, préf. de Lucien Sfez) (bibliogr.) (coll. « La Politique Éclatée ") ", Archives de sciences sociales des religions, vol. 110, no. 2, 2000, pp. 60-60.
- DE LA BORDERIE Réné, « Éducation à l'image et aux médias », série formation, Nathan pédagogie, 1997, p22
- DEBORD Guy, « La société du spectacle » Éditions Buchet-Chastel Paris, 1967
- DEBOULET Agnès. « Renouer avec le politique et la citoyenneté urbaine ? : Les résidents des grands ensembles dans la rénovation ». Citoyennetés ordinaires. Pour une approche renouvelée des pratiques citoyennes, Karthala, pp.167-195, 2014, 978-2811112479. ⟨halshs-01303883⟩
- DEHAENE S. et al., “The visual word form area: A prelexical representation of visual words in the fusiform gyrus”, NeuroReport 13 (3), 321-325, 2002
- DEHAENE Stanislas ? « Les neurones de la lecture » - | ENS-PSL. En ligne : https://www.youtube.com/watch?v=ptABRBcdI0c
- DEMONT P. « Figure de l'enquête dans les "enquêtes d'Hérodote ». Annali Della Scuola Normale Superiore Di Pisa. Classe Di Lettere e Filosofia, 2002. 7(2), 261–286. http://www.jstor.org/stable/24308454
- DENTON Nick, Article paru le 14 mai 2007 sur gawker.com. En ligne : https://www.gawker.com/260194/eric-schmidt-at-burning-man
- DESCOMBES, Vincent, « Individuation et individualisation », Revue européenne des sciences sociales [En ligne], XLI-127 | 2003, mis en ligne le 30 novembre 2009. URL : http://ress.revues.org/502
- DEWEY John : « Le public et ses problèmes », (1927). publication de l'université de Pau, Farrage / Edition Léo Seheer, 2003
- DEWEY John. (2006). « Logique : la théorie de l’enquête » (traduit par G. Deledalle). PUF. (Ouvrage original publié en 1938 sous le titre Logic: The theory of inquiry.)
- DJEBALI Taoufik, « Recherche et développement dans les universités américaines : quel rôle pour les pouvoirs publics ? », Revue LISA/LISA e-journal [En ligne], Vol. IV - n°1 | 2006, mis en ligne le 23 octobre 2009, consulté le 17 octobre 2022. URL : http://journals.openedition.org/lisa/2139 ; DOI : https://doi.org/10.4000/lisa.2139
- DJELIC Marie-Laure et MOUSSAVI Reza. In « How the neoliberal think tank went global: the Atlas network, 1981 to the present ». in “Nine lives of neoliberalism”, Econstor, 2020, p. 257-282.
- DONAT Olivier ; « Lecture, livre et littérature, évolution 1973-2008 », dans Lectures et lecteurs à l'heure d'internet, édition du cercle des libraire, coll Bibliothèques 2011
- DOUZET Frédérick. « Éditorial. Du cyberespace à la datasphère. Enjeux stratégiques de la révolution numérique », Hérodote, vol. 177-178, no. 2-3, 2020, pp. 3-15. En ligne : https://www.cairn.info/revue-herodote-2020-2-page-3.htm?ora.z_ref=li-66556458-pub

- DOWNING John. D.H, Radical Media: “Rebellious Communication and Social Movements”, Londres, Sage, 2000.
- DREDGE Stuart "YouTube was meant to be a video-dating website". The Guardian (March 16, 2016). Accessible en ligne https://www.theguardian.com/technology/2016/mar/16/YouTube-past-video-dating-website
- DUBUISSON-QUELIER Sophie, et BARRIER Julien. « Protester contre le marché : du geste individuel à l'action collective. Le cas du mouvement anti-publicitaire », Revue française de science politique, vol. 57, no. 2, 2007, pp. 209-237.
- DUMONT Gérard-François. « Qu’est-ce qu’une méthode scientifique ? L’exemple d’Alfred Sauvy », Les Analyses de Population & Avenir, vol. 23, no. 5, 2020, pp. 1-10.
- DURAND Cédric. « Techno féodalisme Critique de l'économie numérique ». Edition La Fabrique, 2020
- DURKHEIM, Émile. « De la division du travail social ». Presses Universitaires de France, 2013
- ELLUL Jacques. « La technique et l'enjeux du siècle », Edition Armand Colin, Paris, 1954
- ELSTER, Jon. “Deliberative democracy”, Cambridge University Press. (1998),
- ELWELL J.Sage. "The transmediated self : Life between the digital and the analog". Convergence. 2014;20(2): p 236.
- FABRE Michel. « Qu’est-ce que problématiser? L’apport de John Dewey ». In : FABREM. &VELLASE. (dir.). Situations de formation et problématisation. Bruxelles : De Boeck, 2006.
- FAILLET Vincent. « La pédagogie inversée : recherche sur la pratique de la classe inversée ». In: Sciences et Technologies de l'Information et de la Communication pour l'Éducation et la Formation, volume 21, 2014. Évaluation dans les Jeux Sérieux / Les EPA : entre description et conceptualisation. pp. 651-665;
- FARBER Dan, “A view into Google's inner workings”, ZDNet 2005, en ligne https://www.zdnet.com/article/a-view-into-googles-inner-workings/
- FLICHY Patrice, « L'imaginaire collectif des ingénieurs : le cas des machines à communiquer ». Réseaux. Communication - Technologie - Société 1989 36 pp. 53-70
- FLICHY Patrice, L'imaginaire d'Internet. La Découverte, « Sciences et société », 2001, 276 pages
- FLORES A, JAMES C. “Morality and ethics behind the screen: Young people’s perspectives on digital life”. New Media & Society. 2013;15(6):834-852.
- FLUSS Joel, BERTRAND Daisy, ZIEGLER Johannes et al., « Troubles d'apprentissage de la lecture : rôle des facteurs cognitifs, comportementaux et socio-économiques », Développements, 2009/1 (n° 1), p. 21-33.
- FOGEL Jean-François, PATINO Bruno : « Une presse sans Gutenberg », éditions Grasset, 2005.
- FOUETILLOU Guilhem. « Le web et le traité constitutionnel européen. Écologie d'une localité thématique compétitive », Réseaux, vol. 144, no. 5, 2007, pp. 279-304.
- FREIRE, Paulo. « Éducation comme pratique de liberté». Ed P@ulo Freire, 2020. En ligne : https://acervoapi.paulofreire.org/server/api/core/bitstreams/30b0de3c-72f6-43ec-a460-8f200305d4be/content
- FRIESS Dennis et EILDERS Christiane. “A systematic review of online deliberation research.” Policy & Internet, 2015, vol. 7, no 3, p. 319-339.
- FRIJHOFF, Willem. « Autodidaxies, XVIe-XIXe siècles : jalons pour la construction d'un objet historique », dans Histoire de l'éducation. 1996

- FRIOT Bernard, « Puissances du salariat », nouvelle édition augmentée, Paris, Éditions La Dispute, 2012
- GAGNE Christophe, « Un bon clash pour faire le buzz », Corela, 2021, URL: http://journals.openedition.org/corela/13282 ; DOI: https://doi.org/10.4000/corela.13282 Page.2
- GALPERIN, Hernan. “Beyond interests, ideas, and technology: An institutional approach to communication and information policy”. The Information Society, 2004, vol. 20, no 3, p. 159-168.
- GALUZZO Anthony, « le mythe de l’entrepreneur, défaire l’imaginaire de la Silicon Valley », La découverte, collection Zones, 2023
- GANDICHAUD Franck « La voie chilienne au néolibéralisme. Regards croisés sur un pays laboratoire », Nuevo Mundo Mundos Nuevos [En ligne], Questions du temps présent. URL : http://journals.openedition.org/nuevomundo/67029 ; DOI : https://doi.org/10.4000/nuevomundo.67029
- GARNHAM Nicholas. « La théorie de la société de l'information en tant qu'idéologie : une critique.», Réseaux, vol. 101, no. 3, 2000, pp. 53-91.
- GIDDENS Antony, avec Ulrich Bech & Scott Lash. “Reflexive Modernization, Politics, Tradition and Aesthetics” in the Modern Social Order, Stanford university press (1994)
- GIDDENS, Antony, « Les conséquence de la modernité », Trad de l’anglais par Olivier Mayer. L’harmattan, 1994.
- GILLESPIE, Tarleton. “The politics of ‘platforms”. New media & society, 2010, vol. 12, no 3, p. 347-364.
- GIRE Fabienne et GRANJON Fabien, « Les pratiques des écrans des jeunes français ", RESETURL : http://journals.openedition.org/reset/132 , 2012
- GLAD Vincent : « Des usages de Twitter en temps de pandémie: circulation des connaissances, agit-prop et controverses enflammées ». Réponses numériques à la crise sanitaire, vol. 21, p. 78.
- GLIKMAN Viviane. « Archéologie de la télévision éducative : la dérive d’une action ». Laurent Trémel. Les pratiques audiovisuelles, Les Éditions d’un autre genre, pp.19-40, 2009, 9782953095746. hal-01402562
- GODIN Romaric, « La guerre sociale en France. Aux sources économiques de la démocratie autoritaire », La Découverte, 2019, 250 p
- GOFFMAN Erving et KIHM Alain. « La mise en scène de la vie quotidienne ». Paris : Editions de minuit, 1973.
- GOLDING Peter. “Forthcoming Features: Information and Communications Technologies and the Sociology of the Future”. Sociology, 34(1), 165-184. 2000. doi:10.1177/S0038038500000110
- GOUGOU Florent, PERSICO Simon. « Décider ensemble. La convention citoyenne pour le climat et le défi démocratique ». La vie des idées, 2020. halshs-02870262
- GOUX D., MAURIN É.,2000. – « La persistance du lien entre pauvreté et échec scolaire » dans France, Portrait social, 2000/2001, Paris, INSEE, pp. 87-98
- GRAHAM T, JACKSON D et WRIGHT S, « From Everyday Conversation to Political Action », European Journal of Communication, vol. 30, 6, pp. 648-665. 2015
- GRAHAM T, JACKSON D, & WRIGHT S. "From everyday conversation to political action: Talking austerity in online ‘third spaces." European Journal of Communication, 30(6), 2015; P.648–665
- GRAMACCIA Gino, « Le numérique au risque du sub-politique ", Communication et organisation,24 | 2004, P.12

- GRANJON Marie-Christine. « Révolte des campus et nouvelle gauche américaine (1960-1988) ». In: Matériaux pour l'histoire denotre temps, n°11-13, 1988. Mai-68 : Les mouvements étudiants en France et dans le monde. pp. 10-17; doi : https://doi.org/10.3406/mat.1988.403819
- GRANJON, Marie-Christine. « La nouvelle Gauche américaine ». Raison présente, 1970, vol. 15, no 1, p. 11-36. Accessible en ligne : https://www.persee.fr/docAsPDF/raipr_0033-9075_1970_num_15_1_1417.pdf
- GRAVILLON Isabelle : Propos de Valérie Becquet relatés dans l'article. « Comment la jeunesse refait le monde », L'école des parents, vol. 632, no. 3, 2019, pp. 32-38.
- GRAVILLON Isabelle. « Comment la jeunesse refait le monde », L'école des parents, vol. 632, no. 3, 2019, pp. 32-38
- GREVET René, "P.-C.-F. Daunou. « Organisateur de l'Instruction Publique (1789-1797) » Revue du Nord, 1989, 963/977 En ligne : https://www.persee.fr/doc/rnord_0035-2624_1989_num_71_282_4491
- GUDOWSKY N., and U. Bechtold. 2013. “The Role of Information in Public Participation.” Journal of Public Deliberation 9 (1): 1–35. http://www.publicdeliberation.net/jpd/vol9/iss1/art3
- GUILHAUMOU, Jacques. « Reinhart Koselleck et le temps historique ». Bertrand, Régis ; Crivello, Maryline ; Guillon, Jean-Marie ; les historiens et l’avenir : comment les hommes du passé imaginaient leur futur, Presses universitaires de Provence, pp.27-36, 2014, Le Temps de l’Histoire. halshs-01067164
- GUIZOT, François (1787-1874). Auteur du texte Guizot, « Encyclopédie progressive, ou Collection de traités sur l'histoire, l’État actuel et les progrès des connaissances humaines. Encyclopédie, article servant de discours préliminaire, par M. Guizot ", Monographies imprimées de Gallica. En ligne : https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k92281p/f25.image.r=progres#.
- GWIAZDZINSKY Luc, FLORIS Bernard, TURCO Angelo. « Sur la vague jaune. L’utopie d’un rond-point. » Elya Edition, 2019, En ligne : https://shs.hal.science/halshs-02546783/file/VERSION%20FINALE%20SUR%20LA%20VAGUE%20JAUNE%20(3).pdf
- HABERMAS Jürgen, « Droit et Démocratie, entre fait et normes », Gallimard, 1997, p. 113,
- HAERINGER Nicolas. « Les Soulèvements de la Terre. Une remise en cause radicale du système agro-alimentaire », Multitudes, vol. 92, no. 3, 2023, pp. 118-121.
- HALPERN Catherine « Entretien avec Anne Muxel dans Science Humaine N°234 février 2012, en ligne https://www.scienceshumaines.com/rencontre-avec-anne-muxel-les-jeunes-ont-un-nouveau-rapport-au-politique_fr_28305.html
- HAN, Byung-Chul. « Dans la nuée: réflexions sur le numérique ». Éditions Actes Sud, 2015. P.23
- HANSOTTE Mayo. « Les intelligences citoyennes », éd. De Boeck Université, Bruxelles.2005
- HARDIN Garett, « la tragédie des communs » 1968, édition PUF, col Classique de l’écologie, 2018.
- HARMUT Rosa « Accélération. Une critique sociale du temps », Traduction Didier Renault Paris, La Découverte, coll. « Théorie critique », 2013
- HARTOG François. « L'autorité du temps », Études, vol. Tome 411, no. 7-8, 2009, pp. 51-64.
- HAYEK Friedrich, « La route de la servitude » (1944) Presse Universitaire de France, Collection Quadrige, 2013, P.33
- HAYWOOD J., WOODGATE A., & DEWHURST D. (2015). “Reflections on an Early MOOC Provider: Achievements and Future Directions”. In C. Bonk, M. Lee, T. Reeves, & T. Reynolds (Eds.), MOOCs and

Open Education Around the World (pp. 89-102). London: Routledge. En ligne : http://homepages.ed.ac.uk/jhaywood/papers/Haywood_et_al_chapter_MOOCs_Around_preprint.pdf

- HELFT, Miguel; Richtel, Matt). "Venture Firm Shares a YouTube Jackpot". The New York Times. 10 Octobre 2006. En ligne https://www.nytimes.com/2006/10/10/technology/10payday.html
- HENNION Antoine. « Réflexivité. L'activité de l'amateur ». La Découverte| « Réseaux »2009/1 n° 153 | pages 55 à 78
- HENRY Philippe. « La structure inégalitaire de l'économie culturelle », Un nouveau référentiel pour la culture ? Pour une économie coopérative de la diversité culturelle, sous la direction de Henry Philippe. Éditions de l'Attribut, 2014, pp. 101-127.
- HERAN François. « L'assise statistique de la sociologie ». In: Economie et statistique, n°168, Juillet-Août 1984. Sociologie et statistique. pp. 23-35
- HERRING S. C. "Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives". Pragmatics and Beyond series. Amsterdam: John Benjamins. 1996.
- HIAPELLO, Eve, BOLTANSKI, Luc, et al. « Le nouvel esprit du capitalisme ». 1999.
- HOBSBAWM, Éric.J, « L'âge des extrêmes ». André Versailles Editeur, Le Monde diplomatique, 2008-page 514
- HOCHNER Nicole, « Le corps social à l'origine de l'invention du mot « émotion », L'Atelier du Centre de recherches historiques, 16 | 2016. URL : http://journals.openedition.org/acrh/7357 ; DOI : https://doi.org/10.4000/acrh.7357
- HOPKINS Jim "Surprise! There's a third YouTube co-founder". USA Today. 11Octobre 2006. Accessible en ligne : http://usatoday30.usatoday.com/tech/news/2006-10-11-YouTube-karim_x.htm
- HORTA RIBEIRO Manoel, OTTONI Raphael, WEST Robert, ALMEIDA Virgílio A. F, and MEIRA Wagner. 2020. "Auditing radicalization pathways on YouTube". In Proceedings of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency (FAT* '20). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 131–141. https://doi.org/10.1145/3351095.3372879
- HU, Mu, MINGLI Zhang, and Yu Wang. "Why do audiences choose to keep watching on live video streaming platforms? An explanation of dual identication framework". Computers in Human Behavior 75: 2017. 594-606.
- HUBÈ Nicolas, « Le courrier des lecteurs. Une parole journalistique profane ? ", Mots. Les langages du politique, 87 | 2008
- HUDDLESTON, Robert. « Operation Paperclip: The Secret Intelligence Program that Brought Nazi Scientists to America/The Nazis Next Door: How America Became a Safe Haven for Hitler's Men ». Air Power History, 2015, vol. 62, no 1, p. 52.
- HUTIN M. (2018). « YouTube à l'école. Les chaînes YouTube culturelles et scientifiques francophones à l'usage des élèves et professeurs de primaire, secondaire et universitaire ». En ligne : Ministère Culture : YouTube à l'école
- ION Jacques. « Quand se transforment les modes d'engagement dans l'espace public ». Chapitre I dans : « Quand les jeunes s'engagent. Entre expérimentations et constructions identitaires ». Paris : L'Harmattan, 2005. pp. 23-33. (Débats Jeunesses, 16);

- IVERSEN Torben et SOSKICE David, « Democraty and prosperity : Reinventing capitalism through a turbulent century. Princton University Press, 2020.
- JACOB S. & SCHIFFINO N. « Docteur Folamour apprivoisé ? Les politiques publiques du risque ». Politique et Sociétés, 26(2-3), 45–72. 2007 "Docteur Folamour", film de Stanley Kubrick de 1964,
- JACQUES David, et GONCALVES Harmony. « L'écriture électronique, une menace pour la maitrise de la langue ? », Le français aujourd'hui, vol. 156, no. 1, 2007, pp. 39-47.
- JACQUINOT G. « Image et Pédagogie : Analyse sémiologique du film didactique ». Paris : Presses universitaires de France (1977/2012)
- JANSSEN D., and R. Kies. 2005. “Online Forums and Deliberative Democracy.” Acta Politica 40: 317–35
- JEANNE-PERRIER Valérie, « Parler de la télévision sur Twitter : une « réception » oblique à partir d’une « conversation » médiatique ? », Communication & langages, 2010/4 (N° 166), p. 127-147
- JEHEL Sophie, « La défiance des adolescents vis-à-vis de l'information journalistique dans un contexte de crise de l'information ». Éducation critique aux médias et à l'information en contexte numérique, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, coll. « Papiers ", 2020, Chapitre 8, 316 p.
- JENKINS H., Billard, T.J. “Participatory Politics”, in Navas, E., Gallagher, O., Burrough, X. (eds) Keywords in Remix Studies, pp. 230–245. New York: Routledge. 2018.
- JIANG C., BAZAROVA N., & HANCOCK J. From “perception to behavior: Disclosure reciprocity and the intensification of intimacy in computer-mediated communication”. Communication Research, 40, 125-143. (2011).
- JOSSET Raphaël. « Inconscient collectif et noosphère. Du “monde imaginal” au “village global” », Sociétés, vol. 111, no. 1, 2011, pp. 35-48.
- JOSTE François, « Entretien : Bruno Patino », Télévision, vol. 10, no. 1, 2019, pp. 235-256.
- JOULE, Robert-Vincent et BEAUVOIS, Jean-Lon. « Une théorie psychosociale: la théorie de l'engagement. Perspectives commerciales. Recherche et Applications en Marketing » (French Edition), 1989, vol. 4, no 1, p. 79-90.
- KAUFMANN Jean-Claude. « L’entretien compréhensif ». Éditions Nathan, Paris, 1996, 128 pages.
- KERBRAT-ORECCHIONI Catherine, « Les interactions Verbales », Ed Colin 1990 : 54-55
- KINTSCH Walter, & VAN DIJK Teun. "Toward a model of text comprehension and production. Psychological Review, 85, 363–394. (1978) doi: https://doi.org/10.1037/0033-295X.85.5.363
- KINTZLER Catherine, « Condorcet, L'instruction publique et la naissance du citoyen », Gallimard, Follio Essais, 1987, p163
- KOLINSKY Régine, MORAIS José, COHEN Laurent et al., « Les bases neurales de l’apprentissage de la lecture », Langue française, 2018/3 (N° 199), p. 17-33. DOI : https://doi.org/10.3917/lf.199.0017 URL : https://www.cairn-int.info/revue-langue-francaise-2018-3-page-17.htm
- LABADIE Francine. « Chapitre III. Modernité et engagement des jeunes ». In: Quand les jeunes s'engagent. Entre expérimentations et constructions identitaires. Paris : L'Harmattan, 2005. pp. 55-68
- LACORNE, Denis. « Tous milliardaires !: le rêve français de la Silicon Valley ». Fayard, 2019.
- LAHIRE Bernard, « Formes de la lecture étudiante et catégories scolaires de l'entendement lectoral.», Ste contemporaines, N°48, 2020, page 87-107

- LAHIRE Bernard. « Les distinctions individuelles » dans « La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi ». La Découverte, 2006- pages 669
- LAHIRE Bernard. « L'inégalité devant la culture écrite scolaire : le cas de l' «expression écrite» à l'école primaire » . In: Sociétés contemporaines N°11-12, Septembre / Décembre 1992. Regards sur l'éducation. pp. 184 ; doi : https://doi.org/10.3406/socco.1992.1085
- LAHIRE, Bernard. « Distinctions culturelles et lutte de soi contre soi : détester la part populaire de soi » », Hermès, La Revue, vol. 42, no. 2, 2005, p.138
- LALLEMANT Michel. « le creuset californien » dans « L'Âge du faire. Hacking, travail, anarchie ». Le Seuil, 2015 p 109
- LANGE Patricia G. "Informal learning on YouTube". The international encyclopédia of media literacy, 2019, p.1.11
- LAPERCHER, Blandine. « Les inventions, la science et la guerre : la place du secret », Innovations, vol. no 21, no. 1, 2005, pp. 109-143.
- LAPEYRONNIE Didier, Chapitre II. « L'engagement à venir ». In: « Quand les jeunes s'engagent. Entre expérimentations et constructions identitaires ». Paris : L'Harmattan, 2005. pp. 35-53, 2005
- LAUGAA Maurice, « La pensée du pseudonyme » PUF, 1986, p292
- LAVAL Christian, VERGNE Francis, CLEMENT Pierre, et al. « La nouvelle école capitaliste ». La Découverte, 2012. Chap 4 « Concurrence scolaire et reproduction sociale » p.14 en ligne : http://38.pcf.fr/sites/default/files/la_nouvelle_ecole_capitaliste_.pdf
- LE BART Christian, « L'individualisation », Paris, Presses de Sciences Po, 2008.
- LE CHAMPION Rémy, « La télévision entre deux paradigmes », Télévision, 2019/1 (N° 10), p. 33-51.
- LEARY Timothy, "Flashbacks: A Personal and Cultural History of an Era" G. P. Putnam's Sons Edition, 1983, p 253
- LEBARON Frédéric, « Vers une société de défiance », Savoir/Agir, 2009/2 (n° 8), p. 5-7. URL : https://www.cairn.info/revue-savoir-agir-2009-2-page-5.htm
- LECOCQ Titiou et LISARELLI Diane, « Encyclopédie de la web culture », Robert Laffont, 2011, 264 p. 153-157
- LECOUTRE Amandine, Yataghene Allison. « Les difficultés de compréhension en lecture en cycle.3.». Education. 2012
- LEDWICH Marc, ZAITSEV Anna. "Algorithmic extremism: Examining YouTube's rabbit hole of radicalization"- arXiv preprint arXiv:1912.11211, 2019 - Cornell university 2019. en ligne arxiv.org https://arxiv.org/abs/1912.11211v1
- LEGAVRE Jean-Baptiste. « Qu'est-ce qu'un « bon » lecteur de presse ? Les lecteurs du Monde à travers les billets du médiateur ». In: Communication et langages, n°150, 2006. La "valeur" de la médiation littéraire. pp. 3-15.
- LEONARDI Daniela, ARMANO Emiliana, et MURGIA Annalisa. « Plateformes numériques et formes de résistance à la subjectivité précaire ». Les Mondes du travail, 2020, no 24-25, p. 71-83.
- LEPAGE Franck « De l'éducation populaire à la domestication par la culture », Le Monde diplomatique, no662, mai 2009. En ligne : https://www.monde-diplomatique.fr/2009/05/LEPAGE/17113

- LERIDON, Henri. « La prévention dans la transition épidémiologique » In: La prévention du risque en médecine: D'une approche populationnelle à une approche personnalisée. Paris: Collège de France, 2012
- LEV-ON Azi et MANIN Bernard. « Internet: la main invisible de la délibération ». Esprit, 2006, no 5, p. 195-212.
- LEVY Pierre. « L'intelligence collective, Pour une anthropologie du cyberespace ». Edition la Découverte, 1994.
- LEVY Steven. « L'Éthique des hackers » dans « Hackers : Heroes of the Computer Revolution », Paris, Globe, 7 mars 2013 (trad. de l'anglais par Gilles Tordjman, photogr. Computer History Museum),
- LIANOS Michalis. « Le contrôle social après Foucault ». Surveillance & Society, 2003, vol. 1, no 3, p. 431-448.
- LIGNIER Wilfried, Pagis Julie, « Quand les enfants parlent l'ordre social. Enquête sur les classements et jugements enfantins », Politix, 2012/3 (n° 99), p. 23-49.
- LIPMAN Walter. « Le Public fantôme », 1927, trad. fr. Laurence Decréau, présentation Bruno Latour, Ed. Demopolis, 2008
- LOMBARDO, Philippe, et Loup Wolff. « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », Culture études, vol. 2, no. 2, 2020, pp. 1-92.
- LOTT Chris, Perusing The People's Computing Company" 2021, en ligne : https://hackaday.com/2021/09/02/perusing-the-peoples-computing-company/
- LOVINK Geert et NIEDERER Sabine, "Video Vortex Reader: Responses to YouTube", Institute of Network Cultures, Amsterdam 2008, introduction page 9
- LOWENSOHN, Josh. CNet, CBS Interactive, "YouTube videos go HD with a simple hack".. (20 Novembre, 2008).
- LYON David, "The information society. Issues and illusions", Cambridge, Polity Press, 1988
- LYUBAREVA Inna, ROCHELANDET Fabrice, HARALAMBOUS Yannis. « Qualité et différenciation des biens informationnels. Une étude exploratoire sur l'information d'actualité ». Revue d'économie industrielle, 2020, 172 (4), pp.133-177.
- MACLUHAN Marshal, « Pour comprendre les médias » Seuil éditions, collection Points, 1968
- MAHMOOD Saba, « politique de la piété, le féminisme à l'épreuve du renouveau islamique », La Découverte, 2009
- MANFRED Steger, RAVI Roy "Neoliberalism. A very short introduction", Oxford University Press, 2010. P39
- MANNING Nathan. "The relational self and the political engagements of young adults". Journal of Sociology. 2014;50(4):486-500.
- MANSANTI Céline. "Mr Obama goes to Hollywood… and comes back : Washington et Tinseltown, interdependences en prises de distance ". Cercles : Revue Pluridisciplinaire du Monde Anglophone, 2012.
- MATRAYS Bernard, « La présence et le respect, Ethique du soin et de l'accompagnement », ed Desclée de Brower, 2004

- MATTHEWS Jacob T. « Passé, présent et potentiel des plateformes collaboratives Réflexions sur la production culturelle et les dispositifs d'intermédiation numérique », Les Enjeux de l'information et de la communication, vol. 16/1, no. 1, 2015, pp. 57-71.
- McCRACKEN Harry, “For One Night Only, Silicon Valley’s Homebrew Computer Club Reconvenes”, article du Time, 2013, en ligne : https://techland.time.com/2013/11/12/for-one-night-only-silicon-valleys-homebrew-computer-club-reconvenes/
- MERCIER Arnaud. « Twitter l’actualité : usages et réseautage chez les journalistes français », Recherches en Communication, No 39, 2013. En ligne http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/view/8213/7343 .
- MICHAUX, Valery. « Nouvelles plateformes entre télévision et cinéma: quelles mutations en cours? Quels impacts sur les contenus? ». Enjeux numériques, 2020, no 10, p. 29-44.
- MIGNON, Jean-Marie. « Une société en mutation », , Une histoire de l'éducation populaire. sous la direction de Mignon Jean-Marie. La Découverte, 2007, pp. 145-155.
- MILLER Timothy, “The’60s Communes: Hippies and Beyond”, Syracuse (N. Y.), Syracuse University Press, 1999, p143
- MILLS Wright ; « letter to the New Left”, New Left Review, No. 5, September-October 1960. en ligne : https://www.marxists.org/subject/humanism/mills-c-wright/letter-new-left.htm
- MOURAD M., CEZARD F. & JONCOUX S. « Le “zéro déchet”, tou(te)s dans le même bocal ? Profils, pratiques, et formes d’engagement ». VertigO, 21(3), 1–17.2021; https://doi.org/10.4000/vertigo.34472
- MUSSELIN, Christine. « Vers un marché international de l'enseignement supérieur ? », Critique internationale, vol. 39, no. 2, 2008, pp. 13-24.
- MUSSO Pierre. « La “révolution numérique” : techniques et mythologies ». La Pensée, Fondation Gabriel Péri, 2008, pp.103-120. https://imt.hal.science/hal-00479598/document
- MUSSO, Pierre, « Progrès “technoscientifiques" et fin du récit du Progrès ». Raison présente, 2015/2 (N°194, p 9-17, DOI : 10.3717/rpre.194.0009. ULL : http://cairn.info/revue-raison-presente-2015-2-page-9.htm
- MUSSO, Pierre. « Aux origines du concept moderne : corps et réseau dans la philosophie de Saint Simon ». In: Quaderni, n°3, Hiver 87/88. Images et imaginaire des réseaux. 1987. pp. 11-29.
- MUXEL Anne, « Chapitre 5 / Les jeunes et la politique », dans : Pascal Perrineau éd., La politique en France et en Europe. Paris, Presses de Sciences Po,
- MUXEL Anne, « La politique dans la chaîne des générations. Quelle place et quelle transmission.?.», Revue de l'OFCE, 2018/2 (N° 156), p. 29-41. URL : https://www.cairn.info/revue-de-l-ofce-2018-2-page-29.htm
- MUXEL Anne, « Avoir 20 ans en politique : les enfants du désenchantement », Seuil, 2010
- MUXEL Anne, Jeunes et politique : Entre héritage et expérimentation, Presse de sciences Po 2001
- MUXEL, Anne. « Chapitre 4. Individu et politique : expérience et appropriation », L’expérience politique des jeunes. Sous la direction de Muxel Anne. Presses de Sciences Po, 2001, pp. 97-140.

- NEUMAN W. RUSSEL Park, Y. J., et PANEK Elliot. « Tracking the flow of information into the home: An empirical assessment of the digital revolution in the United States". International Journal of Communication, 2012, vol. 6, p. 1022-1041.
- NICOLAS LE STRAT Pascal. « L'engagement à l'épreuve d'un faire », Vie sociale, vol. 27, no. 3, 2019, pp. 125-134.
- NIEOULION André. « Dopamine and the regulation of cognition and attention ». Progress in Neurobiology, 67(1), 53–83.2020
- NOVECK B.S. "Wiki Government: How Technology Can Make Government Better, Democracy Stronger and Citizens More Powerful. Harrisonburg", VA: Brookings Institution Press. 2009, Page 171
- O'CARROLL Tristan, "Google acts to boost disappointing YouTube revenue", Campaign, 9 juillet 2008. En ligne : https://www.campaignlive.co.uk/article/google-acts-boost-disappointing-YouTube-revenue/830413?src_site=brandrepublic
- OCTOBRE Sylvie, « La lecture à l'ère numérique, Au commencement était le livre. Et à la fin le texte », S.E.R.| « Études » 2013/5 Tome 418 | pages 607 à 618
- OCTOBRE Sylvie, « Deux pouces et des neurones. Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique », Paris, La Documentation française, coll. « questions de culture ", 2014, 285 p
- OCTOBRE Sylvie. « Les enfants du numérique : mutations culturelles et mutations sociales », Informations sociales, vol. 181, no. 1, 2014, pp. 50-60.
- OGIEN Albert, « La valeur sociale du chiffre. La quantification de l'action publique entre performance et démocratie », Revue Française de Socio-Économie, 2010/1 (n° 5), p. 19-40.
- OLDENBURG Ray, "The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlours, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You through the Day". New York: Paragon House (1989)
- OLIVIER L. « Michel Foucault : théorie et pratique. Réflexion sur l'expérience politique ». Revue québécoise de science politique, (25), (1994). 89–113.
- ORTOVELA Peppino. « Qu'est-ce qu'un gouvernement d'experts ? Le cas italien », Hermès, La Revue, vol. 64, no. 3, 2012, pp. 137-144.
- OUARDI Samira, « Le data journalisme : entre retour du journalisme d'investigation et fétichisation de la donnée. Entretien avec Sylvain Lapoix », Mouvements 2014/3 (n° 79), p. 74-80.
- PANCKHURST Rachel. « Le discours électronique médié: bilan et perspectives. Lire, Écrire, Communiquer et Apprendre avec Internet », Solal Éditeurs, pp.345-366, 2006, Psychologie. hal-00286914
- PARIENTY Arnaud. « Le mythe de la" théorie du ruissellement ». La Découverte, 2018.
- PARTANT François, « La fin du développement, naissance d'une alternative », Edition Babel, 1982
- PATINO Bruno, « Télévisions ». Edition Grasset, p44
- PAUGAM Serge, LAFERTE Gilles, " Après les Gilets jaunes, repenser les classes sociales", Tribune publiée dans Libération le 20 dec 2018, en ligne : https://www.liberation.fr/debats/2018/12/20/apres-les-gilets-jaunes-repenser-les-classes-sociales_1699016/
- PELTIER Claire et CAMPION Baptiste, « Constructions langagières, relation et cognition dans les capsules vidéo des MOOC », Distances et médiations des savoirs [En ligne], 21 | 2018, mis en ligne le 20 février 2018. URL : http://journals.openedition.org/dms/2125 ; DOI : https://doi.org/10.4000/dms.2125

- PEPIN Matthias. « Le développement de compétences à l'école primaire au regard de la théorie de l'enquête de Dewey ». Éducation et francophonie, 44(2), 19–39(2016).
- PERAYA D « Au centre des Mooc, les capsules vidéo : un renouveau de la télévision éducative ?», Distances et médiations des savoirs, 17 | 2017, URL : http://journals.openedition.org/dms/1738 ; DOI : https://doi.org/10.4000/dms.1738
- PESSIS, Céline, TOPCU Sezin, BONNEUIL Christophe (dir.), « Une autre histoire des "Trente Glorieuses". Modernisation, contestations et pollutions dans la France d'après-guerre », Paris, La Découverte, coll. « Cahiers libres ", 2013, 309 p
- PETERS, Kathrin et SEIER, Andrea. "Home dance: Mediacy and aesthetics of the self on YouTube". The YouTube reader, Stokholm, Nationa Library of Suede, 2009 p. 187-203.
- PHILIPPE, Sandrine. « De recommandations en programmation ? L'expérience spectatorielle juvénile sur YouTube », Télévision, vol. 11, no. 1, 2020, pp. 57-75.
- PHILLIPS Kate The New York Times, "Google joins the lobbying herd" 28 mars 2006. En ligne https://www.nytimes.com/2006/03/28/politics/google-joins-the-lobbying-herd.html
- PICQUET Théa, « L'Homme et la Cité: Tommaso Campanella (1568-1639), La Cité du Soleil, 1602 » Published by: Editura Universităţii Vasile Goldiş, 2014
- PIKETTY Thomas « Une brève histoire des inégalités », Le Seuil, 2021.
- PLEYERS Geoffrey, « Engagement et relation à soi chez les jeunes alteractivistes », Agora débats/jeunesses 2016/1 (N° 72), p. 107-122.
- POLLONI Camille : « Affaire Mila : un procès pour cyberharcèlement en guise de débat de société », En ligne : https://www.mediapart.fr/journal/france/230621/affaire-mila-un-proces-pour-cyberharcelement-en-guise-de-debat-de-societe
- PROST, Antoine, CYTERMANN Jean-Richard, « Une histoire en chiffres de l'enseignement supérieur en France », Le Mouvement Social, 2010/4 (n° 233), p. 31-46. URL : https://www.cairn.info/revue-le-mouvement-social1-2010-4-page-31.htm
- RAGI Tariq, « Jeunes et violences Revue ». Agora débats/jeunesses, 38, 2004.. www.persee.fr/issue/agora_1268-5666_2004_num_38_1
- RAIS S, VERAWARDINA U, RAMADHANI D, "The Effectiveness of Instructional Video Media in Coffee Knowledge Courses", JPI, Vol. 9 No. 2, June 2020, en ligne : https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPI/article/viewFile/24378/15523
- RAVELLI Quentin, BENDALI Zakaria, BONIN Loïc, GABORIT Maxime, GREMION Théo, et al.. « Le Gilet et le Marteau. L'assemblée des assemblées organise l'aile gauche des ronds-points ». Mouvements : des idées et des luttes, 2020, n°101 (1), pp.13.
- RAYMOND Lucie. « De la colère à la haine dans les discours « antisystème » : la rhétorique du ressentiment chez Alain Soral », Quaderni, vol. 104, no. 3, 2021, pp. 63-88.
- RAZON, Boris. « France : « Génération quoi ? » », Médium, vol. 39, no. 2, 2014, pp. 78-88.
- REINERT, A. « Une méthode de classification descendante hiérarchique: application à l'analyse lexicale par contexte ». Cahiers de l'Analyse des Données, 1983, vol. 8, no 2, p. 187-198.
- REMER Gary «Two models of deliberation : Oratory and Conversation in Ratifying the Convention", Journal of Political Philosophy, p. 39-64. (2000),

- RENAULT Enguérand, « Bruno Patino : France Télévisions doit rouvrir le chantier du divertissement.» Le Figaro.fr 30 juin 2014
- RIBONI Ulrick Lune : “Sans les images », le monde diplomatique, aout 2023. En ligne https://www.monde-diplomatique.fr/2023/08/LUNE_RIBONI/65982
- RICOEUR Paul, « Devenir capable, être reconnu ». Texte écrit pour la réception du Kluge Prize, décerné aux États-Unis (Bibliothèque du Congrès) en 2005.
- RIEDER B., COROMINA Òscar, & MATAMOROS-FERNANDEZ Adriana. “Mapping YouTube : A quantitative exploration of a platformed media system”. First Monday, 25(8). (2020) En ligne : https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/10667/9575
- RIEDER, Bernhard, MATAMOROS-FERNÁNDEZ, Ariadna, et COROMINA, Òscar. “From ranking algorithms to ‘ranking cultures’ Investigating the modulation of visibility in YouTube search results”. Convergence, 2018, vol. 24, no 1, p. 50-68.
- ROBERTSON Steven; Verma, Sanjeev Blog officiel de YouTube "True colors: adding support for HDR videos on YouTube". 7 Novembre 2016.
- ROSA Hartmut, « Alienation et accélération », La Découverte, théorie critique, 2010.
- ROSENBLUETH, Arturo, WIENER, Norbert, et BIGELOW, Julian. “Behavior, purpose and teleology”. Philosophy of science, 1943, vol. 10, no 1, p. 18-24.
- ROSTOW, Walt Whitman. "The Stages of Economic Growth. Sociological worlds: Comparative and historical readings on society", 1995, p. 130.
- ROTILLON Sylvain. « Le ruissellement, une métaphore qui tombe à l’eau », DARD/DARD, vol. 7, no. 1, 2022, pp. 72-73.
- ROUILLER Sybille. « Éclectisme et polysémie des “théories du complot” sur le Web et dans l’industrie du divertissement. Enquête ethnographique sur leur réception par des élèves (15–18 ans) suisses et français ». Studies in Religion/Sciences Religieuses. 2019;48(4):593-611.
- ROULET Eddy , « Variations sur la structure de l'échange langagier dans différentes situations d'interaction » ,Cahiers de linguistique française 9 / 1988, p 27-37
- ROUQUETTE Sébastien. « La vague polémique », Vie et mort des débats télévisés. 1958-2000, sous la direction de Rouquette Sébastien. De Boeck Supérieur, 2002, pp. 39-53.
- ROUVILLOIS, Frédéric : « L'invention du progrès, 1680-1730 », CNRS, 2011, 509 p., EAN : 9782271070425.
- ROUZEAU Valérie POPOVIC, P. Review of [Sens averse (répétitions). Spirale, (266), 92–94. 2018
- ROWE Frantz, KLEIN Stefan, HENRISEN Helle Zinner « The Open Prison of the Big Data Revolution: False Consciousness, Faustian Bargains, and Digital Entrapment ». Information Systems Research 2023°
- ROWE, Frantz, NGWENYAMA, Ojelanki, et RICHET, Jean-Loup. “Contact-tracing apps and alienation in the age of COVID-19”. European Journal of Information Systems, 2020, vol. 29, no 5, p. 545-562.
- SANDOSS Ben Abid-Zarrouk et AUDRAN Jacques, « L’enseignement en ligne est-il efficace ? Le cas Pegasus », Revue française de pédagogie, 164 | 2008, 99-110.
- SANREY, Camille, STANCZAK, Arnaud, GOUDEAU, Sébastien, et al. “Confinement et école à la maison: l’illusion de la solution numérique”. Psychologie & Éducation, 2020.

- SCHNEUWLY Bernard et BRONCKART Jean-Paul, VYGOTSKY « aujourd'hui », Ed Delachaux et Niestlé 1985, p. 151
- SCHROETER Mareike et KAILUWEIT Rolf, « Amitié en ligne : aperçu de la recherche », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne] : http://journals.openedition.org/rfsic/6673 ; DOI : https://doi.org/10.4000/rfsic.6673
- SERALINI, Gilles-Eric. « Les OGM et la recherche: science ou business? Risques Toxiques et Environnementaux liés aux Plantes Transgéniques commercialisées ». VertigO-la revue électronique en sciences de l'environnement, 2001, vol. 2, no 1.
- SERIR Zakaria. « Oui, nous pouvons (re)penser notre enseignement ». Penser l'action. L'éducateur, (3), 28-29. Serir, Z. (2018)
- SHAKUNTALA Banaji, and BUCKINGHAM David. "The Civic Web: Young People, the Internet, and Civic Participation". The MIT Press, 2013. JSTOR, www.jstor.org/stable/j.ctt9qf83d. Accessed 29 Mar. 2020.
- SHLAPENTOKH, Vladimir et WOODS, Joshua. "The Feudal Model and the Organizational Level of Analysis". In : Feudal America. Penn State University Press, 2021. p. 56-77.
- SINTOMER, Yves. « Du savoir d'usage au métier de citoyen ? », Raisons politiques, vol. 31, no. 3, 2008, pp. 115-133.
- SINTOMER, Yves. « Le pouvoir au peuple. Jurys citoyens, tirage au sort et démocratie participative ». Lectures, Les livres, 2007.
- SMITH Aaron, « Public attitudes toward technology companies » Pew Research center, 2018. https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2018/06/PI_2018.06.28_tech-companies_FINAL.pdf
- SMITH Aaron, TOOR Skye and VAN KESSEL Patrick, Pew Research Center, November, 2018, "Many Turn to YouTube for Children's Content, News, How-To Lessons". En ligne : https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2018/11/PI_2018.11.07_YouTube_FINAL.pdf
- SMYRNAIOS Nikos. « L'idéologie cynique de la Silicon Valley », Nectart, vol. 16, no. 1, 2023, pp. 144-153.
- SPANGLER Todd, "YouTube Ad Sales Hit $8.6 Billion in Q4, up 25% and Topping Netflix Revenue for Quarter", Variety Juillet 2022. En ligne : https://variety.com/2022/digital/news/YouTube-q4-2021-advertising-netflix-revenue-1235168995/#!
- SRNICEK Nick, « Capitalisme de plateforme, l'hégémonie de l'économie numérique » Ed Lux, Futur Proche, 2017
- STANDAGE, Tom. "The Victorian Internet: The remarkable story of the telegraph and the nineteenth century's online pioneers". London : Phoenix, 1998 page 213. en ligne https://archive.org/details/victorianinterne00toms/page/200/mode/2up
- STANLEY ROBINSON Kim, entretien Mediapart du 12 novembre 2023, Climat : « Nous vivons dans un monde de science-fiction » en ligne : https://www.mediapart.fr/journal/ecologie/121123/climat-nous-vivons-dans-un-monde-de-science-fiction
- STAUDINGER, H : « La technique moderne et la guerre », Revue Internationale de la Croix-Rouge et Bulletin international des Sociétés de la Croix-Rouge, 1919, vol. 1, no. 5, p. 508-515 en ligne : https://doc.rero.ch/record/291334/files/S1026881200076406.pdf

- STAUDINGER, H. « La technique moderne et la guerre », Revue Internationale de la Croix-Rouge et Bulletin international des Sociétés de la Croix-Rouge, 1919, vol. 1, no. 5, p. 508-515 en ligne : https://doc.rero.ch/record/291334/files/S1026881200076406.pdf
- STRANGELOVE, Michael. “Watching YouTube: Extraordinary videos by ordinary people”. University of Toronto Press, 2010.
- SVEINSSON Einar Ólafur, “The folk-stories of Iceland” [«Um islenzkar thjodsoegur»], Viking Society for Northern Research University College 2003, p. 163-165
- THIERRY, Xavier, et al. « Les enfants à l’épreuve du premier confinement », Population & Sociétés, vol. 585, no. 1, 2021, pp. 1-4.
- TIARAY Razafindranovona, «45 % des jeunes en emploi considèrent que leurs études les aident beaucoup dans leur travail » Insee Focus N° 153. En ligne https://www.insee.fr/fr/statistiques/4132953
- TODD Emmanuel, « les luttes des classes au 21e siècle » Editions du Seuil, 2020.
- TOFFLER, Allan. « La 3e vague » Editions Denoël. 1980.
- TÖRHÖNEN, Maria, SJÖBLOM, Max, HASSAN, Lobna, et al. “Fame and fortune, or just fun? A study on why people create content on video platforms”. Internet Research, 2020, vol. 30, no 1, p. 165-190.
- TOURAINE Alain, "From understanding society to discovering the subject ", Anthropological Theory, no 4, vol. II, 2002, p. 391
- TOWNE W.B., and J.D. HERBSLEB. “Design Consideration of Online Deliberations Systems.” Journal of Information Technology & Politics 9 (1) 2012 Page 104
- TOWNE W.B., and J.D. HERBSLEB. “Design Consideration of Online Deliberations Systems.” Journal of Information Technology & Politics 9 (1) 2012.: 97–115. doi: https://doi.org/10.1080/19331681.2011.637711
- TRAUTMANN, Flore. « Pourquoi boycotter ? Logique collective et expressions individuelles : analyse de systèmes de représentations à partir du cas Danone », Le Mouvement Social, vol. no 207, no. 2, 2004, pp. 39-55.
- TRAVERSO Véronique, « La conversation familière », Presses universitaires de Lyon L’Harmattan,1998
- TSIKOUNAS Myriam. « La publicité, une histoire, des pratiques », Sociétés & Représentations, vol. 30, no. 2, 2010, pp. 195-209.
- TURNER F. “Burning Man at Google: a cultural infrastructure for new media production”. New Media & Society. 2009;11(1-2):73-94. doi: https://doi.org/10.1177/1461444808099575
- TURNER, Fred, « Aux sources de l’utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture, Stewart Brand un homme d’influence » Trad. de l’anglais par Laurent Vannini, Caen, C&F Éd., 2012, p.53
- URFALINO Philippe, « La délibération n'est pas une conversation. Délibération, décision collective et négociation », Négociations, 2005/2 (no 4), p. 99-114
- VALERY Paul: « La liberté de l'esprit » (1939)- Suivi de « Notre destin et les lettres » - Poche -Editions Manucius 2019
- VASALOU Asimina et Adam N. JOINSON (2009), « Me, myself and I: The role of interactional context on self-presentation through avatars », Computers in Human Behavior, 25(2), p.510-520
- VERRIER Christian, « Autodidaxie et autodidactes, l'infini des possible », Ed Anthropos, 1999. voir la préface de Réné Barbier, son directeur de thèse.

- VIALLON, Philippe, GARDÈRE, Elizabeth, et DOLBEAU-BANDIN, Cécile. « YouTube, fenêtre et miroir du monde ». Communication. Information médias théories pratiques, 2021, vol. 38, no 2.
- VICENTE Michaël, « Google est-il libertarien de gauche ? » Multitudes, N° 36, pages 71à77 2009/1
- VINCENT Ben, “Dual Coding Theroy : en ligne sur YouTube : https://www.youtube.com/watch?v=ZclYwiPx8bg
- VON HAYEK Friedrich A. “Economics and knowledge”. Economica, 1937, vol. 4, no 13, p. 33-54. En ligne : https://www.jstor.org/stable/2548786
- VONDERAU, Patrick. “The video bubble: Multichannel networks and the transformation of YouTube”. Convergence, 2016, vol. 22, no 4, p. 361-375.
- VRAGA, Emily K., BODE, Leticia, WELLS, Chris, et al. “The rules of engagement: Comparing two social protest movements on YouTube”. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 2014, vol. 17, no 3, p. 133-140.
- WAHILBERG Malin, “YouTube Commemoration: Private Grief and Communal Consolation” The YouTube reader, Stokholm, National Library of Suede, 2009 p. 218-236.
- WAHNICH Sophie « Interroger la notion de progrès par l’histoire » Conversations éthiques organisées le 6 juin 2017 autour du thème "L'équivoque du progrès : vers une éthique à l'âge des limites ?" Édition 2017, en ligne https://www.YouTube.com/watch?v=0_46ud56-gQ
- WAHNICH Sophie et ZAOUI Pierre, « Présentisme et émancipation. Entretien avec François Hartog », Vacarme, vol. 53, no. 4, 2010, p17.
- WAHNICH, Sophie. « Critique du progrès », Vacarme, vol. 53, no. 4, 2010, pp. 40-42.
- WALTHER J. B., & BURGOON J. K. (1992). “Relational communication in computer-mediated interaction”. Human Communication Research, 19, 50-88.
- WALTHER Ramirez Jr & SHUANGYUE Zhang: "When Online Meets Offline: The Effect of Modality Switching on Relational Communication", Communication Monographs, 74:3, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. Communication Research, 23, 3-43 - 2007
- WALTHIER Ramirez Jr & SHUANGYUE Zhang (2007): “When Online Meets Offline: The Effect of Modality Switching on Relational Communication, Communication Monographs”, 74:3, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. Communication Research, 23, 3-43
- WATERS Richard D. & JONES Paul M. “Using Video to Build an Organization's Identity and Brand: A Content Analysis of Nonprofit Organizations”. YouTube Videos, Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing, 2011, 23:3, 248-268, DOI: https://doi.org/10.1080/10495142.2011.594779
- WOLTON Dominique, « La télévision comme lien social. Entretien avec Dominique Wolton », Le Débat, 1990/4 (n° 61), p. 116-120. DOI : https://doi.org/10.3917/deba.061.0116 .
- WRIGHT Scott, « Les conversations politiques en ligne au quotidien : design, délibération et “tiers espace“ », Questions de communication, 30 | 2016, mis en ligne le 31 décembre 2018
- WU, Xindong, ZHU, Xingquan, WU, Gong-Qing, et al. « Data mining with big data”. IEEE transactions on knowledge and data engineering, 2013, vol. 26, no 1, p. 97-107.

- ZASK Joëlle, « Le public chez Dewey : une union sociale plurielle », Tracés. Revue de Sciences humaines 15 | 2008, mis en ligne le 01 décembre 2010. URL : http://journals.openedition.org/traces/753 ; DOI : https://doi.org/10.4000/traces.753
- ZINN Howard, « Le XXè sièle américain. Une histoire populaire de 1890 à nos jours ». Edition Agone 1998.
- ZUBOFF Shoshana, « L'âge du capitalisme de surveillance », Paris, Zulma, 2020
- ZWANG Aurélie, FOURNIER Antoine et BOISSIERES Claire, « Scolarisation des vidéos YouTube de vulgarisation scientifique en sciences de la vie et de la Terre : une légitimation éducative à l'aune des visées enseignantes », RDST, 26 | 2022 en ligne : https://journals.openedition.org/rdst/4424#quotation

Annexes

I. Description des niveaux de compétence en littératie Skills Matters.

Tableau 2.1. Description des niveaux de compétence en littératie

Skills Matter: Additional Results from the Survey of Adult Skills

OECD (2019)

Niveau de compétence	Plage de scores	%	Types de tâches menées à bien à chaque niveau de compétence
En deçà du niveau 1	Score inférieur à 176 points	4.8 %	Dans les tâches situées sous le niveau 1, les répondants doivent lire des textes courts sur des sujets familiers et y localiser un seul fragment d'information. Les textes comprennent rarement des informations contradictoires et les informations à localiser sont formulées de façon identique dans les textes et dans les questions ou les consignes. Les répondants peuvent avoir à localiser un fragment d'information dans de brefs textes continus, mais comme si les textes étaient non continus. Un vocabulaire de base suffit, et les répondants n'ont ni à comprendre la structure des phrases ou des paragraphes ni à utiliser d'autres caractéristiques des textes. Les tâches situées sous le niveau 1 ne comportent aucune caractéristique propre aux textes numériques.
1	Score compris entre 176 points et 225 points	15 %	Dans la plupart des tâches de ce niveau, les répondants doivent lire des textes numériques ou imprimés continus, non continus ou mixtes relativement courts pour y localiser un fragment d'information formulé d'une façon identique ou synonyme dans la question ou la consigne. Dans certaines tâches, dont celles comportant des textes non continus, ils peuvent avoir à inscrire des informations personnelles dans un document. Les textes ne comportent guère, voire pas d'informations contradictoires. Dans certaines tâches, les répondants peuvent avoir à parcourir simplement plus d'un fragment d'information. Les connaissances et les compétences évaluées sont celles liées à la reconnaissance du vocabulaire de base déterminant le sens des phrases et à la lecture de différents paragraphes des textes.
2	Score compris entre 226	34.3 %	Dans les tâches de ce niveau, les textes peuvent être numériques ou imprimés et de type continu, non continu ou mixte. Les répondants doivent établir des correspondances

	points et 275 points		entre les textes et des informations et peuvent à avoir à paraphraser des passages ou à faire des inférences simples. Les textes peuvent comporter quelques informations contradictoires. Dans certaines tâches, les répondants doivent : • Examiner ou intégrer au moins deux fragments d'information en fonction de critères donnés ; • Comparer les informations demandées dans la question, les mettre en opposition ou y réfléchir ; • Parcourir des textes numériques pour y identifier et en extraire des informations situées dans différentes parties. •
3	Score compris entre 276 points et 325 points	34.6 %	Dans les tâches de ce niveau, les textes sont souvent denses ou longs et sont continus, non continus, mixtes ou multiples. Pour mener ces tâches à bien, il est essentiel de comprendre les structures textuelles et rhétoriques, en particulier dans les textes numériques complexes. Les répondants doivent identifier un ou plusieurs fragments d'information, les interpréter ou les évaluer et doivent souvent faire des inférences de plusieurs ordres. Dans de nombreuses tâches, ils doivent découvrir le sens de passages plus longs ou se livrer à un processus de plusieurs étapes pour trouver et formuler leurs réponses. Ils doivent souvent aussi écarter des informations qui sont incorrectes ou hors sujet pour mener les tâches à bien. Les textes comportent souvent des informations contradictoires, qui ne sont toutefois pas plus saillantes que les informations correctes.
4	Score compris entre 326 points et 375 points	9.5 %	Dans les tâches de ce niveau, les répondants doivent souvent effectuer des opérations en plusieurs étapes pour intégrer, interpréter ou synthétiser des informations fournies dans des textes complexes ou longs qui sont continus, non continus, mixtes ou multiples. Ils doivent parfois faire des inférences complexes et utiliser leurs connaissances extérieures aux textes. Dans de nombreuses tâches, les répondants doivent identifier et comprendre une ou plusieurs idées précises, mais secondaires pour interpréter ou évaluer des affirmations ou des argumentaires subtils. Il est fréquent que ces tâches comportent des informations conditionnelles dont

			les répondants doivent tenir compte. Les textes comportent des informations contradictoires, parfois aussi saillantes que les informations correctes.
5	Score égal ou supérieur à 376 points	0.5 %	Dans les tâches de ce niveau, les répondants doivent rechercher des informations dans plusieurs textes denses et les intégrer, synthétiser des idées ou des points de vue semblables ou contraires ou évaluer des arguments fondés sur des faits concrets. Ils peuvent avoir à appliquer et à évaluer des modèles logiques et conceptuels d'idées pour mener ces tâches à bien. Ils doivent souvent évaluer la fiabilité des sources d'information et sélectionner des informations clés. Il est fréquent qu'ils doivent reconnaître des marqueurs rhétoriques subtils, faire des inférences de haut niveau ou utiliser des connaissances spécifiques.
Remarque : la somme des pourcentages d'adultes aux différents niveaux de compétence est égale à 100 % compte tenu du taux de non-réponse de 1.5 % lié aux compétences en littératie dans l'ensemble des pays et économies. Ce taux correspond aux adultes qui n'ont pu remplir le questionnaire de base du fait de problèmes linguistiques, de difficultés d'apprentissage ou de troubles mentaux (voir la section sur le taux de non-réponse lié aux compétences en littératie).			

II. La télévision et son financement

Le financement des diffuseurs se fait essentiellement par la publicité, ou/et la redevance pour le service public. Ils conduisent les programmateurs à s'adapter autant aux téléspectateurs qu'aux annonceurs pour maximiser leurs profits. Basés sur le nombre de spectateurs présents pendant les programmes publicitaires. Le calcul est réalisé par Médiamétrie. Cet institut indépendant a installé un audiomètre dans 5000 foyers, pour un total de 11 400 individus âgés de 4 ans et plus, représentatifs de la population française. Ce "mouchard" consenti comptabilise la présence devant l'écran, minute par minute, en l'associant à une chaine. Même si les chiffres récoltés ne rendent pas compte de l'attention portée aux programmes, ils sont une convention qui satisfait l'ensemble des acteurs, et c'est eux qui servent à établir ensuite le prix des écrans publicitaires.

L'économie de cette télévision tient à la masse de ses téléspectateurs et c'est elle qui soutient une très large part des financements de la production française, que ce soit pour des émissions de flux, diffusées une seule fois, telles que les infos, les magazines ou les divertissements, financés en totalité par les diffuseurs, ou les programmes de stock, amenés à être diffusés plusieurs fois dans le temps et sur des supports différents (fiction, documentaires et films d'animation), qui eux sont financés par le *Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC)*, les distributeurs et les diffuseurs. Plus ils investissent, plus leur audience a des chances

d'augmenter, et plus leurs audiences augmentent, plus ils peuvent investir et abonder les financements du CNC par la Taxe sur les services de télévision (TST), (environ 4% de leur assiette taxable), et correspond en 2022 à près de 65% de son financement[789].

La télévision en linéaire est donc un enjeu important pour un secteur économique dont la création est le fonds de commerce. Si les audiences baissent trop, c'est son modèle économique qui vacille et qui freine la production de nouveaux programmes. Les programmes audiovisuels sont onéreux pour qui cherche à capter de larges audiences. Les diffuseurs cherchent donc des parades pour conserver leur leadership. Le modèle narrowcast[790] est une des réponses pour préserver une audience qui se décolle de leur programmation linéaire. En effet, les chaines thématiques font souvent partie d'un ensemble plus large qui accompagne les chaines généralistes. Elles segmentent leurs programmes par type et genre en les rediffusant en boucle pour en faire baisser les coûts. Les diffusions en replay viennent aussi compléter leur dispositif en permettant aux téléspectateurs de visionner les programmes sans les contraintes de la programmation.

III. Fonctionnement cognitif : de la lecture à la vidéo

Le processus de la lecture ne peut se définir qu'au croisement de disciplines complémentaires, mais bien distinctes. Pour notre travail de compréhension de la baisse de la lecture décrite plus haut, il nous faut embrasser des disciplines qui ne constituent pas notre spécialité (l'histoire, la neurobiologie, la psychologie cognitive, la linguistique), mais qui peuvent, ensemble, établir des pistes de compréhension, et répondre en partie aux hypothèses que nous formulons, à savoir que la lecture nécessite un effort cognitif supérieur à celui d'un visionnage vidéo, à comparaison temporelle et sémantique identique, et cet avantage de la vidéo peut, dans certaines mesures, permettre à une large partie de la population d'accéder à une connaissance qui lui échappait jusqu'alors.

Si, comme l'écrivent Amandine Lecoutre et Allison Yataghene[791] : "*Lire c'est poser des questions à un texte, prélever des informations, procéder par hypothèses et anticipations, saisir un sens global, trouver la réponse à un problème, en somme c'est mettre en place des structures mentales*.", visionner une vidéo équivaut aux mêmes prérogatives, allégées cependant du déchiffrage textuel, très mobilisateur en ressources cognitives. Apprendre à lire demande une activité cérébrale complexe, du temps à y consacrer et de la volonté. Le lecteur est en même temps un décodeur et un chercheur de sens.

Dans les écoles maternelles, les méthodologies de l'apprentissage de la lecture du français se pratiquent par une association des déchiffrages des mots à hautes voix, associés à des images. Ce déchiffrage oral se transformera progressivement en une lecture silencieuse. Les documents dédiés à l'apprentissage de la lecture scindent le plus nettement possible chaque mot en accroissant leurs écarts. Le but est de permettre à l'œil d'identifier chaque syllabe, puis chaque mot à déchiffrer, et éviter au cerveau un cryptage autrement plus difficile, qui ralentirait la lecture et par conséquent la compréhension des textes. L'apprentissage se fait

[789] Projet de loi de finances pour 2023 : Médias, livre et industries culturelles. Rapport général n° 115 (2022-2023), tome III, annexe 19, déposé le 17 novembre 2022

[790] Le modèle Narrowcast consiste à multiplier des chaines thématiques à des publics plus restreints, dont l'audience accumulée permettra de consolider la position du diffuseur.

[791] Lecoutre Amandine, Yataghene Allison. Les difficultés de compréhension en lecture en cycle 3. Education. 2012

donc en utilisant des techniques autant visuelles qu'orales avant que les jeunes apprenants puissent un jour se trouver autonomes en plongeant silencieusement dans la lecture de livres.

Au départ de son existence, l'enfant possède très peu de mots et ceux qu'il acquiert ont un sens assez flou. C'est les interactions langagières bienveillantes de son entourage qui renforceront progressivement sa capacité à définir ce qui l'entoure et les situations vécues. Nommer c'est commencer à faire exister. Sans cet apprentissage, l'enfant risque de perdre la curiosité qui construit peu à peu la capacité à décrire ce qu'il a en tête. Le déficit du vocabulaire oralisé participe donc activement à sa difficulté de déchiffrement du sens des phrases, et des mots qui les composent. Avec la visualisation, le rôle de l'oralisation est donc premier. C'est ce qui lie l'enfant au monde en associant des images à des sons. La lecture interviendra plus tard et lui permettra d'enrichir son vocabulaire, de recréer des sons remplis de sens. L'apprentissage de la lecture passe (à l'exception de déficiences fonctionnelles) par l'audio et le visuel. C'est la raison pour laquelle il est tout à fait possible à un jeune enfant ne sachant pas lire de comprendre une histoire oralement et *a fortiori* produite en dessin animé. Nous touchons ici au fondement même de la lecture. Son apprentissage et les implications cognitives qui en résultent sont basés sur les facultés visuelles et auditives de l'enfant. Son cerveau va entreprendre des modifications cognitives structurelles qui lui permettront progressivement d'automatiser le décodage graphique.

L'histoire de la lecture nous montre que l'écriture, qui est l'autre face de la lecture, n'a pas suivie spontanément la forme de celle que nous connaissons aujourd'hui en France et dans la majorité des pays occidentaux, à savoir, un codage de gauche à droite, d'unités distinctes formant des mots constitués de consonnes et voyelles, assemblés pour former des phrases ponctuées, dont chacune est porteuse d'un sens spécifique, construite autour de règles lexicales, grammaticales et de conjugaison.

Paul Saenger[792] raconte dans son article sur la physiologie de la lecture, les flux et reflux de l'organisation des textes anciens en fonction des cultures et des époques. Dans un premier temps, la structure de la langue parlée influe sur la manière dont elle sera codée. Il existe pour certaines langues des mots polysyllabiques, pour d'autres non ; des conventions précises ordonnent les mots pour leur conférer un sens, d'autres sont plus intuitives et imagées. Ces constructions historiques des langages parlés vont influer sur la manière dont ces langues seront transcrites. Mais c'est toujours leur version orale qui sera à l'origine de son codage, même si toutes ne s'appuient pas sur les sonorités. Certaines se serviront d'idéogrammes plus proches du dessin, d'autre de graphème s'attachant à décrire des sons, certaines encore honnissent les voyelles, perçues comme le souffle de Dieu. Mais l'oralisation, la lecture à haute voix est un des éléments ordinaires qui permet le renforcement du décodage, sa mémorisation, et qui amène progressivement à une lecture silencieuse.

Évoquant un tour d'horizon historique autant que géographique, l'auteur nous explique que la transcription syllabaire du japonais ne place pas de séparation entre les mots et nécessite pour les apprenants de reconnaitre les mots grâce à une reconstruction synthétique des signes phoniques ambigus qui brouillent les interprétations syllabiques et lexicales. Pour faciliter son apprentissage, la lecture du japonais commence par une lecture phonétique et syllabique à haute voix, puis se transforme progressivement en une lecture idéographique. De la lecture orale, récitée en groupe, à la lecture silencieuse individuelle grâce aux

[792] SAENGER Paul. "Physiologie De La Lecture Et Séparation Des Mots." Annales. Histoire, Sciences Sociales, vol. 44, no. 4, 1989, pp. 939–952.

idéogrammes, mais qui est réservée aux plus expérimentés. La profusion des idéogrammes développe des capacités de mémorisation cognitive très importante.

L'oralisation de l'apprentissage de l'hébreu moderne par le décryptage des phonèmes nécessite une compréhension du sens des mots, ce qui est difficile pour les plus jeunes. Pour simplifier l'apprentissage, la méthode globale est donc utilisée pour permettre aux enfants d'associer une suite de lettres à leur sens.

En Inde, la reconnaissance des langues vernaculaires et de leurs mots est tellement difficile, car beaucoup s'écrivent avec de très légères subtilités graphiques, que la récitation à haute-voix et l'apprentissage par cœur des textes est un des moyens fréquemment utilisés.

Enfin, Paul Saenger résume l'histoire de la langue VAI, la langue contemporaine du Libéria, qui s'apparente le plus à la forme originelle de l'écriture. Cette langue utilise une forme apparentée du portugais du XVIe siècle apportée par les explorateurs, mais elle s'est développée ensuite à l'écart de toute influence européenne. Elle est transcrite de manière syllabique, sans séparation entre les mots et sans ponctuation, telle que le grec ou le Romain ancien sous la forme de "*scriptura continua*"[793]. Le décryptage est alors particulièrement difficile, et pour en faciliter l'apprentissage, les écoliers apprennent par cœur les textes, et les récitent en les lisant, tandis que les lettrés continuent ensuite de marmonner leur lecture pour en générer la compréhension. Afin d'éclairer la difficulté que ce type de lecture peut provoquer, Paul Saenger fait le rapprochement avec un correcteur d'orthographe dont la programmation serait particulièrement ardue dans le cas d'une écriture continue. La capacité de mémoire vive nécessaire en serait multipliée incroyablement, car ce programme devrait redéfinir des espaces symboliques pour recréer du sens et en corriger les éventuelles erreurs. Cette analogie renforce l'explication du fait que les lecteurs anciens pouvaient être capables de lire, mais en accroissant très fortement leur temps de fixation oculaire et le passage des yeux sur le texte. Autrement dit, le déchiffrage était beaucoup plus lent et ne pouvait que difficilement faire surgir une pensée autonome durant les périodes de lecture.

Pourtant, si les anciens n'ont pas cherché pendant des siècles à simplifier l'usage de la lecture par une écriture moins complexe, c'est qu'ils ne considéraient pas comme avantageux que se propage la connaissance à un groupe plus large, voire même à la totalité de la population. La lecture est un privilège à entretenir, un instrument de pouvoir à ne surtout pas partager. Les textes écrits étaient d'ailleurs des aide-mémoires souvent liés aux commerces ou aux affaires d'État, dont il était fondamental de conserver une trace. Ils n'avaient pas pour but de développer de réflexions introspectives. C'est la raison pour laquelle, cette tâche était souvent confiée à des esclaves érudits, qui étaient chargés de ces activités ultras spécialisées. Si la technique est trop compliquée et demande trop d'effort, il suffit alors de sous-traiter cette tâche à quelques esclaves qualifiés, sorte de "*chatbot*" antique.

Dans l'antiquité, l'oralisation était déjà le moyen d'augmenter la compréhension des textes par une mémorisation de court terme qui permet de décrypter leur sens. C'est cette méthode que reprennent instinctivement les apprentis lecteurs d'aujourd'hui. Lire à voix haute, même quand on est seul, aide au décodage. C'est une manière d'entrainer notre cerveau à l'analyse des formes des mots, à leur décryptage, qui se perpétuera ensuite de façon silencieuse. Pour les bons lecteurs, lire en silence est également un moyen de préserver une certaine intimité que la lecture à voix haute ne permet pas. Mais cela ne veut pas dire que

[793] La *scriptio continua* ou l'écriture continue, se caractérise par l'absence de ponctuation, d'espaces et de séparation entre les mots ou les phrases. Les lettres sont toutes de même format. C'est au lecteur de rétablir les coupures lorsqu'il prononce les phrases.

les sons se taisent et que le seul bruit de l'air envahit l'esprit du lecteur, bien au contraire. Le décryptage intérieur fait surgir dans la tête une sonorité des phrases lues, la musicalité des voyelles frappées par les consonnes. La pratique régulière permet aux lecteurs de se détacher des vils procédés cognitifs de décodage pour libérer de l'espace qui laissera place au plaisir de la beauté stylistique et aux fulgurances de la pensée de l'auteur.

L'objet de notre travail n'est pas de retracer l'histoire de la lecture, mais de souligner les aspects techniques et ses évolutions historiques, qui montrent la recherche de méthodes plus simples pour lire, les plus anciennes étant réservées à des apprentissages très complexes et réservés à une élite. Il n'en demeure pas moins que le fait de lire, avec voyelles et espaces entre les mots, est une opération qui mobilise des compétences et un entrainement régulier pour en limiter l'effort.

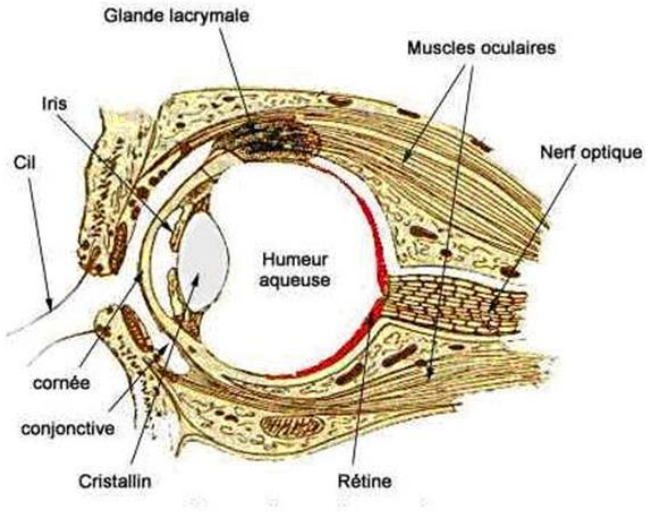
Les écritures complexes comme celles que nous venons de parler nécessitent des apprentissages longs qui mobilisent une prégnance cognitive très forte et obligent leurs lecteurs à des stratégies d'oralisation. Cette oralisation focalise à son tour un effort cognitif significatif pour en faire la synthèse et en retrouver le sens global qui se dégage au-delà des seuls mots.

Si aujourd'hui la presque totalité de la population sait techniquement lire, la concurrence faite par les images et la vidéo aux mots écrits et aux phrases fait que les lecteurs ont tendance à se tourner plus facilement vers des applications et des outils qui leur épargnent ces efforts. Le fait que les mots et les phrases doivent être séparés pour en faciliter la compréhension, montre que l'effort cognitif est dépendant de la complexité de la tâche à effectuer, et que plus celle-ci est entrainée, plus la charge cognitive en sera allégée et pourra être orientée vers la recherche du sens et de ses perspectives. C'est cet effort qu'il nous faut étudier et voir s'il est comparable à celui nécessaire au visionnage d'une vidéo, ou si au contraire, la vidéo présente une charge mentale nettement allégée ?

Avant de tenter de comprendre le fonctionnement purement cognitif de la lecture, il est bon de rappeler le processus physiologique qui la permet. Dans leur livre "Lire et comprendre, psychologie de la lecture", Caroline Golber et Daniel Gaonac'h[794] décrivent les deux voix qui permettent la lecture.

- La voix directe convertit les lettres en sons, des graphèmes en phonèmes et leur assemblage, pour former des mots compréhensibles. Vient ensuite l'étape de la subvocalisation, qui permet l'identification des mots réguliers, des nouveaux mots et des non-mots.

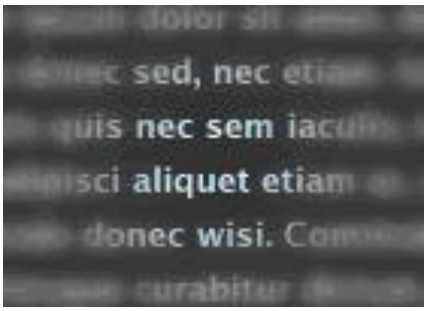
[794] Golder Caroline, GAONACH Daniel, "Lire & comprendre, Psychologie de la lecture", Ed Hachette collection Profession enseignant 2004



source : http://lunaire-iris-des-sens.over-blog.fr/article-fatigue-oculaire-fibromyalgie-71331651.html

- La voix lexicale repose sur les caractéristiques morphologiques et orthographiques des mots, sans lien avec leur phonétisation. Par la mémorisation, le lecteur se constitue progressivement, son lexique d'expérience. Il y puise dès qu'un mot est reconnu et s'apparente à une image ou à une action.

Mais les auteurs pointent aussi le rôle essentiel des yeux et de la vision comme l'outil indispensable de la lecture. C'est en effet cet organe qui capte la lumière et la transforme en influx nerveux pour la transmettre au cerveau qui recréera les images perçues. C'est donc eux qui envoient les graphèmes que le cerveau agencera et décodera. Les auteurs nous disent que pour comprendre un texte, la rapidité représente un atout et qu'il faut pouvoir décoder un minimum de 100 mots/min pour mobiliser le sens d'une phrase ; les bons lecteurs arrivant à lire 300 mots/min quand certains malvoyants peinent à en lire 50.



Mais si l'œil est l'objectif qui fait entrer la lumière, sa focale y joue aussi un rôle. En effet, sa rétine est composée d'une partie centrale et d'une partie périphérique et les deux ne jouent pas le même rôle comme le montre l'image des "mots" filtrée selon l'algorithme conçu par Boubakar Séré, Marendaz Christian, et Jeanny Hérault[795] : c'est ce qu'on appelle le gradient d'acuité. Le regard se focalise sur le centre, les détails, les couleurs, les formes précises, c'est lui qui identifie la forme des lettres par exemple ; tandis que la périphérie donne les renseignements nécessaires à la réalisation des saccades des yeux qui vont et viennent chercher les mots, ou groupe de mots, pour les identifier et construire l'identification qui mènera au sens. Pour ce faire, tout un système musculaire assure la mobilité de l'œil et lui permet de se positionner précisément où il faut pour décrypter et décoder les phrases. Caroline Golber et Daniel Gaonac'h parlent alors de stratégies. L'œil ne parcourt pas le texte d'une manière linéaire, mais par saccades, fixations et régressions qui lui permettent de prendre le temps sur ce qui pose problème au cerveau, d'accélérer lorsque le sens est évident ou de revenir en arrière si des incohérences viennent perturber la compréhension, ou de revenir à la ligne quand on en arrive au bout. La période d'analyse, qui permet l'identification des mots, les courts instants pendant lesquels le regard se fige, correspond au temps d'arrêt à chaque fixation. Ils occupent environ les 9/10 du temps de lecture. Chaque arrêt dure en moyenne 250 millisecondes et dépend de la difficulté rencontrée.

Ce phénomène est sensiblement le même lorsqu'une personne regarde une scène réelle ou une vidéo. Les yeux fixent par saccades certaines parties de l'écran pour rassembler les éléments qui leur permettront de reconstituer un ensemble cohérent et ayant du sens. Toutefois, dans ce cas, il n'y aura plus besoin de

[795] SÉRÉ Boubakar, MARENDAZ Christian, and HÉRAULT Jeanny "Non homogeneous Resolution of Images of Natural Scenes." *Perception* 29, no. 12 (December 2000): 1403–12. https://doi.org/10.1068/p2991.

décryptage graphologique. La tâche consistant à décoder les syllabes et les mots est directement focalisée sur la compréhension globale de la scène. Le son des voix est traité par le système auditif et son corolaire cognitif et n'a plus besoin d'être recréé mentalement. On peut donc supposer que l'effort cognitif s'en trouve allégé.

Toutes ces stratégies visuelles se mettent en place au cours de l'apprentissage. Les enfants s'aident de leur doigt au départ pour suivre les mots et arriver progressivement à s'en libérer quand ils sont plus à l'aise. Mais c'est aussi leur attention qu'il leur faut exercer afin qu'ils puissent concentrer leurs efforts sur les tâches à effectuer. Cette attention est depuis quelques années devenue un enjeu économique très puissant sur lequel nous reviendrons plus tard, car elle participe activement aux transformations des modes d'usage de la lecture. Le lecteur étant sujet d'attentions exogènes, déclenchées par des signaux extérieurs, qui viennent contrecarrer une attention endogène, plus intentionnelle et focalisée sur le contenu, les images, le sens, les émotions décrits par la lecture. Car l'attention est difficilement et simultanément multidirectionnelle. Elle semble être plus sélective, éventuellement multitâches en associant l'image et le son, bien que l'attention visuo-spatiale semble être indépendante de l'attention auditivo-verbale.

D'un point de vue cognitif, Régine Kolinsky, José Morais, Laurent Cohen et Stanislas Dehaene expliquent très bien les bases neurales de l'apprentissage de la lecture[796]. La performance des appareils d'imagerie par résonance magnétique (IRM) permet aujourd'hui de suivre le déplacement d'une molécule d'eau à l'intérieur du cerveau en pleine activité. Les images animées mettent alors en lumière l'activité de certaines zones spécifiques du cerveau correspondant à l'accomplissement de tâches ultras spécifiques. Nous ne ferons pas ici d'exposé technique en nommant ces zones, mais tâcherons de rendre compte de l'impact cognitif de la lecture et des modifications qu'elle opère sur l'organisation du cerveau, son activité comme lecteur et ses performances. Nous nous baserons également sur le livre de Stanislas Dehaene "*les neurones de la lecture*"[797], plus grand public, mais qui suffit largement à comprendre ce que déclenche la lecture. Les recherches et découvertes se font grâce à la visualisation de l'activité en temps réel de plusieurs types de personnes : des patients dont les pathologies révèlent des impossibilités très spécifiques liées à la lecture, des personnes n'ayant jamais appris à lire (illettrées), des personnes ayant appris à lire à l'âge adulte et bien sûr, des lecteurs ou lectrices aguerries. La comparaison de ces profils permet de révéler l'activité neuronale qui se met en place lorsqu'une activité de lecture est demandée.

La lecture est une activité complexe où le cerveau passe d'un code à un autre. D'abord comme n'importe quel objet visuel, un mot passe par la rétine et va être traité à l'arrière de la tête, où se trouvent *l'aire visuelle primaire* et les *aires visuelles secondaires* qui vont traiter n'importe quelle entrée visuelle. Mais dès qu'il est question d'une chaîne de lettres, c'est une zone encore plus spécifique qui s'active et qu'on appelle *l'aire de la forme visuelle des mot*s que Dehaene résume comme étant la boîte aux lettres du cerveau. C'est une région qui concentre notre connaissance des lettres et des combinaisons de lettres.

Les chercheurs ont mis à jour l'existence de deux réseaux de neurones qui traitent en parallèle les informations : un 1er réseau qui s'intéresse principalement à l'articulation, la prononciation des mots, la

[796] KOLINSKY Régine, MORAIS José, COHEN Laurent *et al.*, « Les bases neurales de l'apprentissage de la lecture », *Langue française*, 2018/3 (N° 199), p. 17-33. DOI : 10.3917/lf.199.0017. URL : https://www.cairn-int.info/revue-langue-francaise-2018-3-page-17.htm

[797] DEHANE Stanislas, Les neurones de la lecture, Editions Odile Jacob, 2007

manière dont on pourrait les entendre, et un 2e réseau qui s'intéresse au sens des mots et à la façon dont les mots se composent pour former des phrases. Deux voies de lecture qui seront aussi mobilisées par la modalité auditive aussi bien que par la modalité visuelle, comme dans le cas du visionnage d'une vidéo.

Si les aires du langage parlé sont déjà en place chez l'enfant qui apprend à lire, la grande originalité du cerveau pour s'adapter à l'invention et à l'apprentissage de la lecture, est la mise en liaison de la vision et du langage parlé. Une sorte d'interface va se créer au niveau de cette région occipito-temporale pour mettre en liaison les deux systèmes. Cette spécificité a été observée grâce à des patients qui devenaient alexiques après un accident qui touchait cette zone. Ces personnes pouvaient alors écrire des mots, mais devenaient incapables ensuite de les lire.

Pour les personnes qui savent lire, cette zone est capable d'invariances perceptives, c'est-à-dire qu'elles sont capables de reconnaitre des mots, quelle que soit leur forme ; en majuscule, minuscule, ou même mélangé, tel que DeUx et qUaTrE. La zone est capable de détecter de très légères différences entre les mots à l'exemple de "DOUX" ou "DEUX", ou " TREFLE' et "REFLET", très proche graphiquement, et dont la prononciation et le sens n'ont rien à voir. Enfin, elle a acquis par l'expérience une régularité orthographique qui fait qu'elle reconnait un mot même si une partie est masquée comme dans le cas de c✋llège[798], qui se lit facilement bien qu'un élément en perturbe la vision entière. En revanche, elle rejette et identifie les suites de caractères sans signification telle que **Qshgks**. Cette zone du cerveau a appris à différencier les mots signifiants des non-mots.

Et pour étudier si la faculté de lire transformait les fonctions cognitives et sous quelles formes, les chercheurs ont comparé le fonctionnement cérébral de personnes illettrées avec celles d'individus ayant appris à lire à l'âge adulte, et bien sûr, des personnes maitrisant totalement la lecture. Pour ce faire, une grande recherche internationale a eu lieu entre le Brésil, le Portugal et la France. Les critères d'illettrisme définissaient les personnes ne sachant pas lire de mots, mais ne déchiffrant pas plus de la moitié des lettres de l'alphabet. 6 groupes de lecteurs ont été ainsi formés, des illettrés aux lecteurs experts, séparés par 4 groupes de lecteurs définis par leur vitesse de lecture.

Le but étant de pouvoir comparer différentes zones du cerveau, identifiées comme ayant un rôle pour la lecture (située dans l'hémisphère gauche pour les droitiers) et de voir comment celle-ci réagissent pour les personnes qui ne savent pas lire. Pour cela, différentes images étaient montrées aux personnes étudiées, représentant des visages, des types de maisons, des outils, des damiers, les phrases signifiantes et des assortiments de fausses lettres. Les résultats montrent que les zones de la lecture ne réagissent pas chez les illettrés lorsqu'on leur montre des mots ou des phrases, mais qu'elles réagissent très fortement chez eux lorsqu'on leur montre des images d'objets. Chez les bons lecteurs, cette fonction de reconnaissance d'objet a en revanche été déplacée ailleurs, dans l'hémisphère droit, qui répond à alors à ces stimulations. Ce déplacement, dû à l'apprentissage de la lecture agirait comme une sorte de compétition cérébrale. Lorsque nous apprenons à lire, une partie de ce "territoire" corticale est conquis par les chaînes de lettres. Le reste de l'activité se déplace dans la région occipitale bilatérale, sans conséquence fonctionnelle, bien au contraire. Les chercheurs montrent que les réponses à toutes ces catégories d'images augmentent particulièrement dans cette zone chez les bons lecteurs et les experts. Et ceci est particulièrement vrai pour la lecture de

[798] Exemples cités par Stanislas Dahaene lors de sa conférence au Collège de France le 24 février 2015 https://www.college-de-france.fr/media/stanislas-dehaene/UPL3279438187130809709_Cours_6_Fondements_cognitifs_des_apprentissages_scolaires.pdf

damiers horizontaux, ce qui marque une sensibilité des suites horizontales, comme peuvent l'être les mots. La conclusion des chercheurs est que les zones de la lecture s'occupaient avant de la reconnaissance visuelle des visages et des objets... Cela confirme que la lecture est un processus de mise en relation d'une fonction visuelle et d'une fonction de décryptage des signes alphabétiques et lexicaux. Au commencement était l'image…

L'étude montre aussi que l'activité du *Planum Temporale,* qui gère le langage parlé, est également augmentée chez les lecteurs comparés aux non-lecteurs. Les neuro-cogniticiens pensent que cette région joue un rôle important dans le codage phonologique de la parole. Les lecteurs détectent et recodent la présence des sons élémentaires que sont les phonèmes. Une personne illettrée n'a pas de conscience phonologique. Elles n'entendent pas la présence des phonèmes dans une série de sons de parole. Elles savent manipuler les syllabes, mais ne distinguent pas qu'entre un "PA", un "PO" et un "AP", c'est le même "PE" qui intervient. Ce savoir est le résultat en partie de l'alphabétisation. La distinction entre une grande variété de sons et la finesse de les élaborer est donc augmentée chez les lecteurs.
Car le phénomène de la lecture est un processus d'identification de signes graphiques mis en sons, dont l'association fait émerger intérieurement une parole signifiante. Comme le dit Jean François Hamon[799] citant Alain Content : [800]*"La langue écrite est un produit culturel qui, du point de vue linguistique, n'est ni le code premier dont dériverait la parole, ni un système de communication distinct et parallèle au langage parlé : c'est un code secondaire dont la fonction première est de transcrire la parole".* C'est donc une médiation effectuée par le cerveau entre des objets visuels et leur expression sonore. Du visuel à l'audio en quelque sorte.

En utilisant l'IRM de diffusion, qui permet d'observer extrêmement finement la diffusion des molécules d'eau (le cerveau est composé en grande partie d'eau), les chercheurs révèlent les faisceaux corticaux qui composent le cerveau et de ses zones d'activité. Un peu comme le ferait la prise photographique nocturne d'un réseau d'autoroutes et des phares des voitures qui y circulent, leurs tracés indiqueraient leur trajectoire. Les faisceaux des bons lecteurs, moyens lecteurs et illettrés semblent avoir été modifiés chez les bons lecteurs. Ils sont mieux organisés, et les molécules d'eau diffusent de façon préférentielle dans le sens longitudinal, par rapport au sens perpendiculaire. L'interprétation qu'en donne les chercheurs est que les faisceaux de fibres sont mieux myélinisés, terme technique qui veut dire que ces fibres sont entourées d'une gaine de myéline, qui les isole et qui permet à l'influx nerveux de se propager de façon plus efficace. Il semble que lorsqu'on fait travailler ces fibres, l'influx nerveux entre les neurones est optimisé.
Apprendre à lire et pratiquer la lecture adapterait donc le cerveau pour qu'il gagne en efficience. Des changements se produiraient dans le cortex visuel, l'aire de la forme visuelle des mots, dans le *planum temporal* qui gère la description auditive et enfin dans les faisceaux de fibres neuronaux, ce qui fluidifierait la circulation des informations. La littératie donnerait aux lecteurs des "avantages" de compréhension sémantique du fait d'une disposition à se représenter les mots entendus d'une façon orthographique,

[799] HAMON Jean-François. Psychologie cognitive de la lecture. Travaux & documents, Université de La Réunion, Faculté des lettres et des sciences humaines, 1996, pp.9–63.

[800] CONTENT, A. (1993). Le rôle de la médiation phonologique dans l'acquisition de la lecture. In : J. P. Jafüé, L. Sprenger-Charolles & M. Fayol (Eds), Lecture, écriture, acquisition, les actes de la Villette, Nathan pédagogie, Paris, 80-97

grammaticale ou lexicale. Ils éviteraient par conséquent les erreurs de sens lorsque la prononciation de certains mots pourrait prêter à confusion.

Cela ne signifie nullement que les illettrés ont moins de capacités que les bons lecteurs, mais que l'apprentissage de la lecture, étant une suite d'actions cérébrales complexes, augmenterait l'activité cérébrale et nécessiterait une réorganisation neurologique (d'un hémisphère à l'autre, d'une zone à une autre…), pour pouvoir "accueillir" ces nouvelles fonctions parmi celles qui préexistaient auparavant.

Cette plasticité corticale ne peut pas être neutre en termes de consommation énergétique. Déjà en 2002 Stanislas Dehaene[801] et ses collaborateurs montraient que l'aire de la forme visuelle des mots est beaucoup plus sollicitée par la lecture que par les mots parlés. On peut donc émettre l'hypothèse que les bons lecteurs ont une faculté accrue de distinguer les mots parlés, que leur vocabulaire a plus de chance d'être étendu, et que leur charge cérébrale est moins sollicitée lorsqu'ils visionnent une vidéo que lorsqu'ils lisent le scripte de cette vidéo. Cet allègement serait alors un avantage, particulièrement pour les 3 premiers niveaux de lecteurs classés par l'OECD et son étude Skills Matter[802] (très faibles, faibles et moyens lecteurs), dont nous avons évoqué les résultats en début de chapitre.

L'effort cognitif, entre l'écoute et la lecture (qui est une manière d'écouter visuellement le discours d'un auteur), semble *a priori* distinct. Les deux activités comme nous l'avons vu, impliquent des processus et des connaissances partagées. Il faut connaitre en partie la langue d'expression (le français, en ce qui nous concerne), pour commencer à apprendre à lire cette langue, et cela commence toujours par un apprentissage oral, qui s'appliquera ensuite au déchiffrage des textes.

Mais qu'en est-il exactement de l'effort cognitif mis en œuvre pour ces deux actions ? Si les perceptions intuitives font que pour certains, il semble souvent évident de catégoriser le visionnage comme étant un moment de détente, alors que la lecture sera plutôt vue comme une tâche active et malaisée, et donc plus mobilisatrice d'attention et d'effort, il n'est pas si aisé d'affirmer que ces ressentis soient exacts.

La première objection sera de distinguer les lecteurs experts des faibles et moyens lecteurs. Lorsqu'une tâche est totalement maitrisée à force d'une pratique intense, ou du moins fréquente, on peut légitimement supposer que l'effort n'est pas le même que pour une personne qui peine à déchiffrer les textes. Walter Kintsch et son collègue Teun Van Dijk expliquent que la rapidité de lecture et de la compréhension de ce qui est écrit, se produit à la fois au niveau micro, dans le traitement de la syntaxe des éléments textuels, et au niveau macro, comme l'appréhension du sens du texte dans son ensemble[803]. En d'autres termes, les lecteurs doivent d'abord analyser les mots et les phrases individuels du texte avant de pouvoir générer globalement un modèle de situation précis et des inférences appropriées, ce qui est plus facile pour les bons lecteurs qui ne perdent pas de temps à déchiffrer et vont plus rapidement rechercher le sens du texte. Pour eux, le numérique est une aubaine, car il offre une bibliothèque presque totale des ouvrages disponibles. Cette thèse en est en partie le fruit.

---

[801] DEHAENE S. et al., “The visual word form area: A prelexical representation of visual words in the fusiform gyrus”, NeuroReport 13 (3), 321-325, 2002

[802] OECD (2019), Skills Matter: Additional Results from the Survey of Adult Skills, OECD Skills Studies, OECDPublishing, Paris, https://doi.org/10.1787/1f029d8f-en.

[803] KINTSCH Walter, & VAN DIJK Teun. "Toward a model of text comprehension and production. *Psychological Review, 85,* 363–394. (1978) doi: 10.1037/0033-295X.85.5.363

Les lecteurs plus faibles ou novices, en revanche, semblent engager plus de ressources sur les fonctions micro (l'identification des mots) et sont donc moins capables de créer une cohérence à partir du matériel textuel. Pour rappel, seulement 7,7% des Français semblent correspondre aux lecteurs experts (niveau 4 & 5) selon l'étude Skills Matter de l'OECD et 34% de bons lecteurs (niveau 3). Il resterait donc 57,4% des Français pour qui la lecture ne serait pas une action intégrée, fluide et naturelle ; un nombre conséquent pour qui la lecture participerait d'un réel effort cognitif. John T'Cacioppo et Richard E Petty[804] ont construit en 1982 l'échelle des besoins cognitifs. Cette échelle est construite autour de 18 éléments d'un questionnaire, pour évaluer la manière dont les individus appréhendent la perspective de processus réflexif intense. Ces tests semblent montrer des différences importantes entre les individus et permettent de faire le lien entre les résultats scolaires et un haut niveau de besoin de cognition. Ils tracent davantage les contours individuels, sans dire véritablement quelle est la part de l'acquis ou de l'innée dans ces dispositions, sans distinguent clairement ce qui motive le choix d'entreprendre ou non, une action à forte intensité réflexive.
Selon Sophie Von Stumm, Benedikt Hell et Tomas Chamorro-Premuzic, la réussite académique semble être largement déterminée par une combinaison d'intelligence, (ou d'efficience intellectuelle), de conscience et d'investissement intellectuel, ces deux derniers étant pour les auteurs, liés à l'effort[805].
Il n'est pas clair d'identifier pourquoi certaines tâches paraissent exigeantes cognitivement alors que d'autres semblent plus faciles. Pourquoi aurions-nous un préjugé contre l'effort, qui pousserait certains lecteurs à visionner une vidéo à la place de prendre un livre ou de lire un article qui porterait sur le même sujet ? Les recherches cognitives que nous avons évoquées n'abordent pas frontalement cette question.

a) L'effort, la charge cognitive et la mémoire de travail

Andrew Westbrook & Todd S. Braver[806] résument les recherches antérieures sur l'effort cognitif et expliquent qu'il fait référence au degré d'engagement d'un acteur dans une tâche exigeante. Sa difficulté d'exécution augmentant l'effort, mais ne se réduirait pas à cela. Les ressources cognitives des individus et leur capacité de mémoire de travail seraient limitées. Cette mémoire pourrait être comparée à la mémoire vive de nos ordinateurs, relativement réduite. C'est une mémoire à court terme qui permet de planifier une activité, d'attribuer des ressources ainsi que de conserver et d'activer les informations le temps que le cerveau la traite, en résonance avec la mémoire de long terme qui elle, a un très grand potentiel de contenu[807]. L'effort serait le fait de puiser dans cette ressource limitée dans le but d'obtenir un résultat. Pourtant, si les auteurs admettent que l'attention peut améliorer les performances, elle n'est pas pour eux redondante avec l'effort. Celui-ci n'aurait également pas de lien avec la motivation, même si une forte motivation pourra aider à l'exécution de la tâche. L'effort cognitif se situe donc en dehors de la difficulté, de la motivation, ou de

[804] Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. "*The need for cognition*". Journal of Personality and Social Psychology, 42, 116–131. doi:10.1037/0022-3514.42.1.116 (1982)

[805] VON STUMM S, HELL B, CHAMORRO-PREMUZIC T. "The Hungry Mind: Intellectual Curiosity Is the Third Pillar of Academic Performance". *Perspectives on Psychological Science*. 2011: Page 580. doi:10.1177/1745691611421204

[806] WESBROOK A., BRAVER T.S. "Cognitive effort: A neuroeconomic approach. *Cogn Affect Behav Neurosc" i*15**,** 395–415 (2015). https://doi.org/10.3758/s13415-015-0334-y

[807] PIOLAT Annie, « Approche cognitive de l'activité rédactionnelle et de son acquisition. Le rôle de la mémoire de travail », Linx [En ligne], 51 | 2004. URL : http://journals.openedition.org/linx/174 ; DOI : 10.4000/linx.174

l'attention, même si ces caractéristiques sont en lien avec lui et permettent d'en moduler les effets. Et cet effort peut parfois être ressenti comme un obstacle à franchir.

Les auteurs évoquent aussi les aspects métaboliques (apport en glucose, en adénosine triphosphate[808]…) et minimisent le lien entre les apports nécessaires des cellules et des neurones avec leur activité produite en citant les travaux de Marcus Raichle et Mark Mintun[809]. En effet, lors d'un engagement cognitif fort, la consommation d'énergie locale peut n'être augmentée que de seulement 1%, par rapport à une activité "normale" ou même en repos, qui consommerait déjà plus de 10% des ressources physiologiques. Le lien entre l'effort cognitif et la nécessité d'un apport important en énergie ne semble donc pas vraiment fondé.

Certaines études montreraient que le nettoyage des cellules, la clairance, permettrait d'augmenter la charge de travail cognitif, dont le sommeil serait un des éléments importants. La fatigue interagit avec la motivation pour réguler les dépenses d'effort. À ce propos, l'INSEE nous dit que le temps passé des Français à dormir la nuit a réduit de 18 minutes en 25 ans[810]. Ne dormirions-nous pas assez pour absorber l'effort de lire ? La question est posée, sans que cette recherche doctorale puisse y répondre, car tel n'est pas exactement l'objet de notre recherche.

Comme on le voit, l'exploration psycho-physiologique de l'effort cognitif est un domaine qui pose beaucoup de questions aux spécialistes. Leurs conclusions nous éclairent assez peu sur ce qui pourrait distinguer la lecture du visionnage d'une vidéo, tout en évoquant des pistes.

Pour les auteurs Westbrook & Braver, l'effort cognitif semble être un phénomène subjectif. Il peut coïncider avec les dimensions objectives et l'ampleur les tâches à entreprendre, mais il ne peut pas être décrit uniquement en des termes objectifs. Au contraire, il doit être étudié subjectivement, soit par auto-évaluation, soit comme un phénomène psychophysique : c'est-à-dire en termes de prise de décision.

Comprendre comment se prend la décision d'entreprendre un effort cognitif, revient à étudier les coûts et les avantages de ce choix, même si celui-ci n'est pas conscient. En partant de l'hypothèse que l'allocation de la mémoire de travail est basée sur la valeur du résultat obtenu, Amitai Shenhav et son équipe[811] ont formalisé l'allocation de ressources cérébrales en termes de prise de décision économique. Selon cette proposition, l'intensité de la mise en œuvre de tâches cognitives est régulée selon la valeur attendue des objectifs à atteindre. Si le bénéfice attendu est élevé, l'effort mis en œuvre sera plus intense. En revanche, si son estimation baisse ou si l'effort devient trop coûteux à poursuivre, son intensité diminuera. C'est un calcul coûts-avantages qui mobiliserait l'engagement et la persistance dans l'effort. Dans cette perspective, la curiosité, le plaisir, la connaissance… sont des objectifs qui peuvent surpasser l'effort de lire. En revanche, si ces qualificatifs ne se rapportent pas aux textes lus, l'intensité baissera sensiblement et aura tendance à faire abandonner le lecteur.

L'école est l'exemple qui structure ce calcul, en mobilisant les résultats scolaires liés à la lecture, elle met sur la balance les coûts et les avantages qui le récompenseront. Ici se pose la question du gain social et personnel

---

[808] Molécule universellement utilisée par les cellules pour leur fonctionnement.

[809] MARCUS E. RAICHLE and MARK A. MINTUN, "Brain work and Brain imaging", Annual Review of Neuroscience29:1, page 467, 2006 , doi:10.1146/annurev.neuro.29.051605.112819

[810] RICROCH Layla, « Vue d'ensemble, condition de vie », INSEE 2012, en ligne https://www.insee.fr/fr/statistiques/fichier/1374047/FPORSOC12i_VE8_nuit.pdf

[811] SHZNHAV Amitai, BOTVINICK Matthew M, COHEN Jonathan D, “The Expected Value of Control: An Integrative Theory of Anterior Cingulate Cortex Function”, Neuron, Volume 79, Issue 2,Pages 217-240, 2013, https://doi.org/10.1016/j.neuron.2013.07.007.

de la lecture ; mais ce schéma fait souvent l'impasse sur le plaisir individuel comme motivation à franchir la barrière de l'effort. C'est pourquoi les pédagogies des professeurs de français tentent de rectifier le tir, et le ministère de l'Éducation nationale met en avant l'intérêt pour les livres et le plaisir de lire[812]. Mais face à la résistance rencontrée, nous verrons plus bas que les professeurs ont également recourt aux vidéos pour retenir l'attention de leurs élèves pour transmettre les connaissances de leur programme. Face à l'affichage du plaisir de lire, se faufile donc l'attrait de la vidéo pour capter l'attention des élèves et espérant à cette occasion insuffler un intérêt pour les textes à étudier.

Les signaux de coût ne doivent pas toujours être conscients pour influencer le comportement, mais ils peuvent devenir conscients lorsque les coûts sont suffisamment élevés. La difficulté et le déclin de la performance accompagneront le désengagement, par le biais d'une distraction attentionnelle ou d'une tendance croissante à changer d'objectif pour un plus avantageux. C'est l'attention qui est mise sous pression, et la concentration nécessaire à la poursuite de la tâche qui faiblira jusqu'à son renoncement.

Car l'ennemi de l'attention se manifeste par des pensées perturbatrices qui s'immiscent entre les phrases lues et éloignent l'attention pour l'emmener vers un ailleurs imaginatif ou mémoriel. Jennifer McVay et Michael Kane[813] expliquent que l'attention exécutive serait le mécanisme responsable de l'intégration des informations nouvelles et anciennes, impliquées dans la lecture, et que celles-ci seraient influencées par les compétences (ou difficultés) de lecture. Ces intrusions de pensées errantes seraient automatiquement générées à partir d'un flux continu de pensée sur la base des préoccupations instantanées de l'individu, et influencées par son environnement. Les tests qu'ils décrivent[814] montrent la corrélation entre les performances de la mémoire de travail et des tâches cognitives complexes en action, notamment la gestion de ces perturbateurs de pensée. En moyenne, nous consacrerions tous entre 30% et 50% de notre "*temps de cerveau disponible*"[815] aux pensées évanescentes, ce qui conduirait, dans le cas des lecteurs moyens et faibles, à des déficits de compréhension. Les personnes ayant une mémoire de travail plus élevée (souvent, les bons lecteurs, car, par la lecture régulière, ils entrainent leur capacité de mémoire) résistent mieux à l'attrait d'un perturbateur clignotant situé dans leur champ de vision. Les autres seront plus facilement attirés vers ce perturbateur, qu'il soit visiblement présent, qu'il se manifeste par un signal sonore ou qu'il revienne régulièrement comme un appel à un plaisir futur. Ces trublions feraient alors perdre l'objectif initial et déconnecteraient la fabrication du sens, faisant perdre le fil de la pensée que porte le texte. Le lecteur n'arriverait plus à raccorder le sens des phrases éloignées entre elles, ce qui l'obligerait à revenir en arrière pour reprendre le fil, ou à abandonner la compréhension fine de la narration. Le phénomène se manifesterait aussi par un mouvement des yeux sur la page avec moins de mouvements sur les items lexicaux et linguistiques que pendant la lecture attentive. En d'autres termes, les sujets égarés continuaient à déplacer leur regard vers l'avant, à travers le texte, mais ne traitaient pas le texte de manière perceptive et consciente.

---

[812] https://www.education.gouv.fr/l-apprentissage-de-la-lecture-l-ecole-1028

[813] McVAY, J. C., & KANE M. J. (2012). Why does working memory capacity predict variation in reading comprehension? On the influence of mind wandering and executive attention. Journal of Experimental Psychology: General, 141(2), 302–320. https://doi.org/10.1037/a0025250

[814] Expérience : Pendant 5h, des étudiants lisent sur un ordinateur plusieurs textes longs et intenses. Ils doivent répondre à des questions vrai/faux à intervalles réguliers et à des stimuli visuels impromptus et un questionnaire de compréhension final pour mesurer leur capacité de mémoire de travail, le contrôle de leur attention et leur compréhension de lecture.

[815] « Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible » Patrick Le Lay, PDG de TF1 interviewé paru dans *L'Express*, 9 juillet 2004.

Les textes "lus" n'impacteraient pas leur mémoire de travail et ne seraient même plus mémorisés à court terme pour pouvoir entrer dans un système d'analyse et de compréhension.

La compréhension est sans doute l'épine dorsale de la cognition. Elle pourrait se résumer comme étant le traitement des informations qu'un sujet reçoit dans le but d'en extraire un sens pertinent. C'est un processus cognitif complexe qui est nécessaire pour pratiquement toutes les activités cognitives de niveau supérieur, y compris l'apprentissage, le raisonnement, la résolution de problèmes et la prise de décision. C'est une question essentielle dans notre sujet de recherche, considérant qu'un document (texte ou vidéo) doit au préalable être correctement compris pour déclencher une réaction des lecteurs.

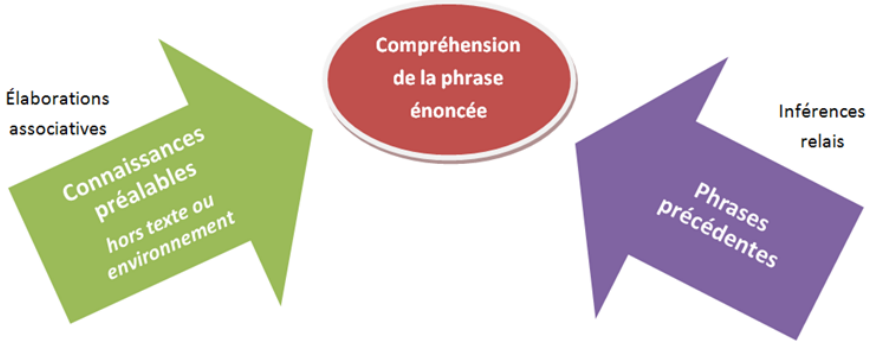
Bien que nombre de ces processus (et en particulier les processus de niveau inférieur tels que les processus orthographiques, le décodage) puissent être uniques à la lecture, d'autres processus sont pertinents pour la compréhension au-delà du support du texte.
Le paysage théorique est complexe parce que les chercheurs se sont concentrés sur différents aspects de la compréhension du discours (logique versus symbolique), différents types de discours (explicatif versus narratif), différents types de situations de lecture (imposée versus volontaire) et différentes individuelles.
La facilité de traitement d'un document peut dépendre de la familiarité des mots, de la complexité du domaine, de la cohésion du discours et une multitude d'autres facteurs, dont certains interagissent les uns avec les autres. De même, la probabilité qu'une personne s'engage dans des processus de compréhension peut dépendre de ses compétences en lecture, ses compétences en compréhension, sa motivation, sa conscience métacognitive, ses connaissances du domaine, ses connaissances en stratégie de lecture, ses objectifs et ses tâches, qui à leur tour peuvent interagir, non seulement les uns avec les autres, mais aussi avec les caractéristiques du texte.
L'information est véhiculée via un large éventail de médias : dans notre environnement, à travers des conversations, des images, des vidéos et bien sûr du texte. Néanmoins, la plupart des modèles supposent que leurs théories se généralisent à la compréhension de l'information véhiculée dans le discours, et certains espèrent que leurs hypothèses se généralisent à la compréhension de tout média, y compris l'information visuelle.
Danielle S. McNamara et Joe Magliano[816] utilisent le terme *représentation mentale* pour faire référence au résultat des processus de compréhension de texte. La représentation mentale du lecteur (dont nous approfondirons plus bas le concept) comprend les informations du texte, les informations liées au texte et les inférences générées. L'inférence est le processus de connexion d'informations dans l'environnement (par exemple, la phrase actuelle d'un texte) à des informations qui ne sont pas dans l'environnement direct (par exemple, des informations périphériques qui émanent du texte, la connaissance du monde ou la connaissance épisodique du passé, tels que d'autres textes ou expériences antérieures). Un type d'inférence relie les informations lues aux informations rencontrées précédemment dans le texte, telles que la connexion de la phrase actuelle à une phrase précédente. Celles-ci sont souvent appelées inférences relais. Un autre type d'inférence relie les informations actuelles à des connaissances qui ne figurent pas dans le texte. Pour

[816] McNAMARA Danielle? MAGLIANO Joe, Chapter 9 “Toward a Comprehensive Model of Comprehension”, Psychology of Learning and Motivation, Academic Press, Volume 51, Pages 297-384 , 2009 https://doi.org/10.1016/S0079-7421(09)51009-2.

de telles inférences basées sur les connaissances, l'élément de compréhension amène au centre de l'attention les connaissances liées au texte et, ce faisant, établit des liens entre le texte et les connaissances antérieures. Celles-ci sont souvent appelées élaborations associatives.

C'est l'ensemble de ces deux créations d'information qui permet à chaque individu de développer ses propres pensées politiques, qui commenceront naturellement, comme l'a montré Anne Muxel, par des filiations idéologies transmises par les familles grâce aux élaborations associatives, puis s'en émancipant[817]. L'autonomisation de la réflexion se fera progressivement, au gré des rencontres amicales, de lectures ou de vidéos qui pourront déclencher une potentielle rupture dans la filiation, impliquant une forte charge émotionnelle et cognitive.

Figure 1bis : modèle de Danielle S McNamara et Joe Magliano



Si nous évoquions plus haut la notion d'effort cognitif pour tenter d'évaluer son impact dans la lecture ou le visionnage de vidéo, le chercheur John Sweller[818] a élaboré une théorie de la charge cognitive qui permet de comprendre le rôle de la mémoire de long terme et d'expliquer l'architecture cognitive des humains en situation d'apprentissage.

Il nous explique que la marche, l'écoute et la parole fournissent des exemples de **connaissances biologiquement primaires**, apprises naturellement, tandis que la danse, la lecture et l'écriture fournissent des exemples équivalents de **connaissances biologiquement secondaires**, car elles ont fait l'objet d'un apprentissage conscient et spécifique qui a nécessité une masse d'efforts importants. Tout ce qui ferait l'objet d'une initiation par l'intermédiaire d'une tierce personne intègrerait cette seconde catégorie. Ce concept forgé par David Geary[819] en 2007 permet d'approcher la notion de charge cognitive. S'il peut sembler évident que la motivation d'un bébé à communiquer est une question de survie pour assurer ses besoins primaires, pour manger, dormir et se développer, ceux-ci le pousseront à produire les efforts pour se faire comprendre,

[817] MUXEL Anne, « La politique dans la chaîne des générations. Quelle place et quelle transmission ? », *Revue de l'OFCE*, 2018/2 (N° 156), p. 29-41. DOI : 10.3917/reof.156.0029. URL : https://www.cairn.info/revue-de-l-ofce-2018-2-page-29.htm

[818] SWELLER John. [Psychology of Learning and Motivation] Volume 55 || Cognitive Load Theory. , (), 37–76. doi:10.1016/B978-0-12-387691-1.00002-8 - 2011

[819] GEARY David. Educating the evolved mind: Conceptual foundations for an evolutionary educational psychology. In J. S. Carlson, & J. R. Levin (Eds.), Psychological perspectives on contemporary educational issues (pp. 1–99). Greenwich, CT: Information Age Publishing. Chapitre 1 (2007)

d'abord par des cris et des mimiques, puis ensuite, grâce aux mots et aux phrases qu'il apprendra spontanément en les écoutant et en les répétant. Par mimétisme et reproduction, l'enfant acquiert les compétences primaires en fournissant un effort important qui occupera une grande partie de sa vie éveillée. Ces apprentissages remontent à la nuit des temps et concernent toutes les mammifères. Ce processus est différent lorsqu'il s'agit d'apprendre à lire et à écrire. Ce sont les familles ou la société humaine dans son ensemble qui organisent ces apprentissages de compétences et de savoirs pour assurer sa propre survie à long terme. Il y a alors injonction collective à produire les efforts nécessaires à leur acquisition. Mais ces enseignements sont relativement récents comparés à l'histoire de l'humanité.

La différence entre ces deux propriétés, primaires et secondaires, est évolutive nous dit John Sweller. Notre corps et nos organes ont évolué pour apprendre à marcher, à écouter et à parler, car ces fonctions viennent d'une évolution qui a pris des centaines de milliers d'années, tandis que le fait de savoir apprendre à écrire et lire remonte seulement à quelques millénaires, dans une accélération des pratiques qui n'a pas donné suffisamment de temps au cerveau pour se modifier.

"The suggestion that the development of human knowledge and biological evolution by natural selection share a common underlying base has had a considerable ancestry. That ancestry may stretch back to Darwin (1871), based on some interpretations of his text."[820] Si la théorie de l'évolution par sélection naturelle est considérée comme une théorie biologique, Sweller affirme qu'elle peut tout aussi facilement être considérée comme une théorie de traitement de l'information naturelle. L'évolution par sélection naturelle crée de nouvelles informations, stocke ces informations pour une utilisation ultérieure et les diffuse dans l'espace et le temps. Il peut être considéré comme un exemple de système de traitement de l'information naturel.

Compte tenu de ses origines évolutives, le système cognitif humain est également un système de traitement de l'information avec des caractéristiques similaires à celles que Darwin expose dans sa théorie. Lorsque le système cognitif humain traite des informations biologiquement secondaires, il crée également de nouvelles informations, les stocke pour une utilisation ultérieure et les diffuse dans l'espace et le temps. John Sweller fait la comparaison entre les systèmes d'information que chaque humain a à traiter constamment pour s'adapter à son environnement, avec le traitement des informations biologiques qui sont transmises sexuellement aux génomes lors d'une fécondation. "*It is appropriate to consider a genome to be a very large information store designed to appropriately organize complex activity using complex processes*"[821]. Le système cognitif humain doit également naviguer dans un environnement complexe, et à l'instar de l'évolution par sélection naturelle, l'architecture cognitive humaine nécessite une grande banque d'informations pour fonctionner. La mémoire humaine à long terme fournit cette réserve. Lors de la création d'une nouvelle entité de vie, le patrimoine génétique des deux assemblages génétiques mâle et femelle se réorganise différemment de l'un comme de l'autre de ses procréateurs pour faire naitre un nouvel être. Sweller nous dit qu'il en est de même des informations nouvelles qui viennent s'enregistrer dans la mémoire à long terme. Nous acquérons ou empruntons à d'autres personnes la grande majorité des informations

---

[820] Traduction : La suggestion selon laquelle le développement des connaissances humaines et l'évolution biologique par sélection naturelle partagent une base sous-jacente commune a eu une ascendance considérable. Cette ascendance peut remonter à Darwin (1871), sur la base de certaines interprétations de son texte. Sweller, J. and Sweller, S. (2006) 'Natural Information Processing Systems', Evolutionary Psychology. page 434 - doi: 10.1177/147470490600400135.

[821] Traduction: Il convient de considérer un génome comme une très grande banque d'informations conçue pour organiser de manière appropriée une activité complexe à l'aide de processus complexes - Sweller, John. Cognitive Load Theory. page 44

conservées dans la mémoire à long terme, mais nous modifions ces informations en fonction de ce que nous avons déjà stocké dans la mémoire à long terme. Ce sont les nouvelles informations réorganisées qui sont stockées plutôt qu'une copie exacte des informations qui ont été présentées. En d'autres termes, nous stockons les informations sous forme de schémas plutôt que de copies précises. Chaque schéma stocké est susceptible d'être différent du schéma conservé dans la mémoire à long terme de la personne à qui il a été emprunté, car il s'agit d'une combinaison des informations empruntées, combinées à des informations déjà conservées dans la mémoire à long terme. Ces schémas ont un rôle important, car ils peuvent réduire la charge cognitive en réduisant l'information à une trame qui permet d'en étendre sa pertinence. L'exemple le plus parlant est le schéma des lettres qui nous permet de lire une multitude de manières d'écrire les lettres comme le a qui peut s'écrire **A**, **a**, a, *a* ou *A*.

L'avantage des schémas est qu'ils sont actifs autant en situations conscientes qu'automatiques. Ce qui signifie que s'ils sollicitent une charge cognitive importante pour être initialement enregistrés dans la mémoire de long terme (lors de l'apprentissage), ils ne nécessitent que très peu de besoins lorsqu'ils sont intégrés et mobilisés de manière automatique. Leur mobilisation représente celle d'une information simple et cela ne mobilise que très peu de mémoire de travail. Cela évite toute surcharge de travail à la mémoire à court terme qui peut traiter d'autres tâches parallèlement.

Dans le cadre de la lecture, c'est donc dans les premières années que cela se joue, et avec une pratique régulière, pour qu'un maximum de schémas soit enregistré dans la mémoire de long terme et puisse être activé automatiquement pendant la lecture. Cet apprentissage nécessite un « *traitement cognitif délibéré, plus lent à réaliser, sous la dépendance fonctionnelle de l'administrateur central et dont la réalisation est plus ou moins coûteuse selon la nature de la tâche* »[822]. Toutefois, l'agencement des mots est par essence toujours différent, ce qui oblige à une pratique intense et continue pour que la lecture devienne une action automatisable.

Pour comprendre ce qu'est la mémoire à long terme, Sweller évoque les travaux de Adrian de Groot[823] et son étude sur les joueurs d'échecs. Celui-ci voulait comprendre ce qui différencie les joueurs d'échecs experts des joueurs "du dimanche", qui perdent systématiquement toutes les parties malgré leur plaisir de jouer.

On pense naturellement que les meilleurs joueurs peuvent planifier à l'avance un plus grand nombre de coups que les joueurs moins expérimentés. Autrement dit, qu'ils peuvent s'engager dans une recherche plus approfondie. Parallèlement, on imagine qu'ils peuvent envisager un plus grand nombre d'alternatives de jeu à chaque coup, impliquant une recherche horizontale plus large. Ses deux possibilités augmenteraient nécessairement leur recherche en profondeur et en largeur. On pourrait donc s'attendre à ce qu'ils multiplient leurs chances de trouver les bons coups, et gagnerait plus facilement grâce à cet avantage.

Or, De Groot a testé cette hypothèse, mais a été surpris de ne trouver aucune différence sur ces deux points entre les catégories de joueurs. Quels que soient les processus cognitifs dans lesquels les experts s'engagent pour gagner, voir les coups bien en avance ou envisager une plus grande gamme de mouvements possibles ne figurait étrangement pas dans leur répertoire de compétences.

---

[822] idib PIOLAT Annie, « Approche cognitive de l'activité rédactionnelle et de son acquisition. Le rôle de la mémoire de travail » p. 58

[823] DE GROOT A. "Thought and choice in chess". The Hague, Netherlands: De Gruyter Mouton, 1978

De Groot a cependant trouvé une différence majeure entre les grands maîtres d'échecs et les joueurs du dimanche. Il a présenté aux premiers un plateau sur lequel les pièces avaient été placées dans un arrangement tiré d'une partie réelle. En d'autres termes, la configuration du plateau était celle qui pouvait être trouvée pendant une partie. De Groot a montré aux grands maîtres la configuration de la carte pendant 5 secondes avant de la retirer et leur a demandé de reproduire la configuration qu'ils venaient de voir. Ils étaient particulièrement bons dans cette tâche, retrouvant avec précision plus de 70% des pièces. En revanche, les joueurs du dimanche étaient beaucoup moins bons, ne remplaçant avec précision qu'environ 30% des pièces.

Que nous disent ces résultats sur la capacité de bien jouer aux échecs, et plus généralement, sur la mémoire à long terme, ainsi que sur la résolution de problèmes et la cognition ? Devenir un expert en échec requiert des années de travail, une lecture intense de nombreux ouvrages sur la manière de jouer, étudier un nombre considérable de parties de maitres d'échec et des milliers de parties de jeu. Pendant ce travail intense, les experts apprennent à reconnaître un grand nombre de configurations de plateau et les meilleurs mouvements associés à chaque configuration.

Les échecs sont un jeu de résolution de problèmes, mais la compétence des grands maitres ne découle pas d'une lecture en profondeur et horizontale des coups possibles. Elle découle plutôt d'une familiarité avec un grand nombre de configurations des pièces entre elles et de mouvements associés à ces configurations. Un grand maître d'échecs n'a pas à planifier une séquence de coups, car il sait quels coups fonctionnent bien et lesquels ne fonctionnent pas. Alors qu'un joueur du dimanche doit tenter de planifier ses coups, car il n'a pas le même répertoire de coups acquis par l'expérience. Le répertoire des mouvements est conservé dans la mémoire à long terme et explique l'habileté des grands maîtres d'échecs.

Si l'on rapporte cette étude aux lecteurs experts, ceux-ci possèdent dans leur mémoire de long terme une quantité de mots et de combinaisons de mots souvent utilisés qui leur évite un déchiffrage fastidieux. Leur lecture s'automatise ainsi et libère une grande quantité de mémoire de travail, pour puiser plus facilement dans leur mémoire de long-terme et des nombreuses informations qu'elle renferme.

En revanche, pour les lecteurs plus incertains, qui peinent à "surfer" sur les phrases et s'arrêtent sur quantité de mots pour les identifier et les relier à d'autres, cette activité sera beaucoup plus fastidieuse et requerra toute la charge cognitive de leur mémoire de travail, rapidement saturée.

Pour ces lecteurs malhabiles, qui rappelons-le, représentent près de 57,4% des individus (niveau 0,1, et 2 de l'étude *Skills Matter* de l'OCDE), la tendance, s'ils en ont la possibilité, sera d'éviter les textes trop longs et de se tourner vers la vidéo, accessible en quelques clics et qui leur permettra de compenser leur manque de lecture.

Mais, pour quelles raisons la vidéo semble-t-elle plus facile d'accès ?

b) La théorie du double codage

Auteur principal de la théorie du double codage[824], Allan Paivio explique avoir puisé ses racines dans l'utilisation de l'imagerie comme aide à la mémorisation il y a 2500 ans. La langue a toujours été impliquée dans le double processus de compréhension et de mémorisation, mais Paivio explique qu'elle est devenue explicitement une partenaire éducative lorsque l'imagerie a commencé à être systématiquement externalisée sous forme d'images. Pour évoquer sa théorie du double codage, il remonte à l'histoire du XVIe siècle, aux écrits de Giorgano Bruno (1548-1600) qui cherchait à unifier la connaissance terrestre et le monde céleste en s'appuyant sur les images magiques de l'astrologie. Il évoque également Tommaso Campanella (1568-1639), et *Sa Cité du Soleil*[825], dans laquelle l'apprentissage des enfants se ferait naturellement au contact d'une multitude de dessins et peintures à objectifs pédagogiques, renforcés par la nature alentour offrant toutes les occasions d'observer les mystères de la vie. Dans cette utopie, la ville sert de support au système mnémotechnique classique. Le savoir terrestre est représenté dans d'innombrables images et explications qui ornent tous les murs extérieurs, ceux des temples autant que ceux des galeries de la ville, dans le but d'immerger les enfants dans un environnement propice à répondre à leur curiosité naturelle. Il y a des figures mathématiques, des images de mers et de rivières, de spécimens de minéraux, d'arbres, d'herbes, de vins et d'animaux de toutes sortes ; représentations des phénomènes météorologiques ; représentations des arts mécaniques et des personnes importantes. Tel un livre ouvert, la ville s'offre comme un terrain d'apprentissage dans lequel la communauté entière participe activement.

Mais le grand pionnier de l'éducation picturale est Jan Amos Comenius (1592-1670). Il franchit une étape supplémentaire en concrétisant le système d'enseignement de Campanella en images et en descriptions réelles dans un livre à destination des éducateurs de l'époque. *Orbis Sensualium Pictus* ("*Le monde expliqué en images*") est la matrice de tous les manuels d'images qui ont encore cours aujourd'hui. Publié pour la première fois à Nuremberg en 1658, il a été utilisé au cours des trois derniers siècles comme modèle pour plus de 200 éditions en vingt-six langues. Les *Orbis* étaient conçus comme un manuel visuel pour l'apprentissage du latin, mais aussi pour les langues nationales. Il ne contient aucun des éléments occultes de ses ancêtres, mais est un résumé simple du monde en 150 images accompagnées chacune d'un titre écrit. Les objets des images sont numérotés et accompagnés de colonnes parallèles d'étiquettes et de phrases courtes décrivant les objets numérotés, expliquant ainsi environ deux mille mots de domaines différents (astronomique, animal, végétal, métiers, « notions » abstraites).

Les *Orbis* font valoir que les enseignants doivent permettre aux enfants d'avoir une expérience directe des choses, car "*les choses sont substance et les mots accidents, chose le grain, parole la paille et c'est dans le même temps qu'elles*

[824] CLARCK J.M, PAIVIO A. Dual coding theory and education. Educ Psychol Rev 3, 149–210 (1991). https://doi.org/10.1007/BF01320076

[825] PICQUET Théa, « L'Homme et la Cité: Tommaso Campanella (1568-1639), La Cité du Soleil, 1602 » Published by: Editura Universităţii Vasile Goldiş, 2014

doivent être présentées à l'esprit humain "[826] écrit Jean Piaget dans un éloge à Comenius pour l'UNESCO à propos du principe d'éducation.
Pour Allan Paivio, la théorie du double codage qu'il a imaginé, et ses implications pédagogiques, est inspirée de cette histoire qui mit l'image au centre d'un dispositif d'apprentissage et de mémorisation.
La cognition selon cette théorie implique l'activité de 2 sous-systèmes distincts, fonctionnant en parallèle, illustrés à la figure ci-dessous ; le système verbal résultant de notre expérience du langage, spécialisé pour traiter directement les paroles et les textes, et le système de l'imagerie mentale, basé sur une "*sémantique de la ressemblance*", spécialisé pour traiter des objets et des événements non linguistiques. Les systèmes sont supposés être composés d'unités de représentation internes, appelées logogènes et Imagènes, qui sont activées lorsque l'on reconnaît, manipule, ou pense simplement à des mots ou à des choses.
Les représentations mentales sont spécifiques à une modalité, de sorte que nous aurions différentes représentations graphiques et images correspondant aux propriétés du langage et des objets, tant visuels, auditifs, ressentis physiquement et même motrices. Les représentations seraient connectées aux systèmes d'entrée sensorielle et de sortie de réponse, afin qu'elles puissent fonctionner indépendamment ou en coopération, pour arbitrer les réponses non verbale et verbale. L'activité représentationnelle pourrait être (ou non) vécue consciemment comme une imagerie et un discours intérieur.

Ainsi, la théorie du double codage d'Allan Paivio suggère que, dans le cas d'un codage imagé, le sujet construit directement une représentation imagée du stimulus. En revanche, dans le cas d'un codage exclusivement verbal ou textuel, l'information est successivement traitée par le registre sensoriel, la mémoire à court terme et la mémoire à long terme avant d'activer une représentation conceptuelle.
Par conséquent, le codage imagé apparaît comme moins coûteux sur le plan cognitif que le codage strictement verbal. Le code non verbal étant plus fort sur le plan de la mémorisation, il contribuerait davantage que le code verbal à l'effet additionnel des éléments entre eux.
Le rappel verbal a été testé en présentant le premier élément d'une paire constituée d'un mot et d'une image et en demandant à un enfant de rappeler verbalement son partenaire. Le résultat le plus frappant était que le rappel était beaucoup plus élevé pour les paires image-mot que pour toutes les autres combinaisons, et le plus faible pour les paires mot-image, même pour les enfants des écoles maternelles. L'effet positif des images en tant que stimuli était conforme à l'hypothèse conceptuelle d'ancrage établie par Paivio en 1965[827].
Avec son collègue Valérie Thomson, Paivio a même montré que les sons associés aux images avaient des effets additifs sur la mémoire, soutenant ainsi l'hypothèse selon laquelle les composants sensoriels des objets multimodaux sont fonctionnellement indépendants et peuvent se renforcer[828]. Le son et les images possédant ensemble un fort potentiel de lecture. Comment ne pas faire le lien avec le puissant attrait des vidéos et leur pouvoir d'attraction ?

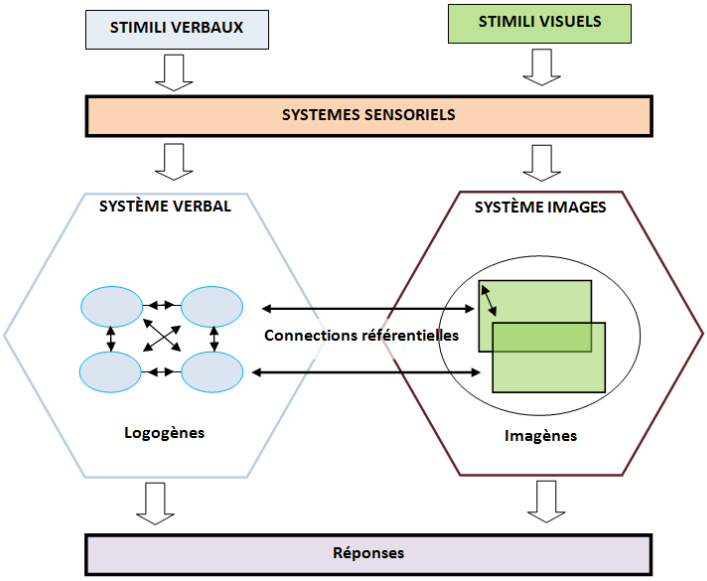
---

[826] Piaget, J. Jan, Amos Comenius. Perspectives (UNESCO, Bureau international d'éducation), vol. XXIII, n° 1/2, 1993, p. 175-99. UNESCO: Bureau international d'éducation, 1999

[827] Allan Paivio, Abstractness, imagery, and meaningfulness in paired-associate learning,Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior, Volume 4, Issue 1,Pages 32-38, 1965, https://doi.org/

[828] Thompson, V. A., & Paivio, A. (1994). Memory for pictures and sounds: Independence of auditory and visual codes. Canadian Journal of Experimental Psychology/Revue canadienne de psychologie expérimentale, 48(3), 380–398. https://doi.org/10.1037/1196-1961.48.3.380

Figure 2bis : Modèle du double codage proposé par Allan Pavio (1971)



Pour Pavio, le développement cognitif est basé sur de multiples processus, d'observation, de conditionnement, d'apprentissage et d'imitation. Cela implique l'élaboration progressive de représentations cognitives et de processus allant d'une base non verbale à des systèmes de codage double qui incluent le langage. Son hypothèse est que le double codage commence par la formation d'un substrat de représentations non verbales, d'images dérivées des observations et des comportements du jeune enfant, liées aux objets et événements concrets qu'il voit, et des relations entre eux. Le langage s'appuierait sur cette base au fur et à mesure que des connexions référentielles se formeraient, de sorte que l'enfant répondrait progressivement aux noms d'objets en présence ou en l'absence des objets, et commencerait ensuite à les nommer et à les décrire, même en leur absence.

Média	Processus cognitif	Niveaux de charge mentale	Résultats pédagogiques
Textuel	Déchiffrage du texte Images mentales visuelles et abstraites Développement de l'Imagination Interprétation des émotions en fonction des informatior décodées	Moyen ou difficile	Moyens Bons
Uniquement sonore	Images mentales visuelles et abstraites Développement de l'Imagination Lecture des émotions induite par la voix	Facile ou Moyen	Moyens Bons
Audiovisuel	Visualisation Images mentales abstraites Renforcement de la réalité Rôle de la bande-son pour renforcer la force du mouvement de l'image Lecture des émotions induites par le corps Activation collective des réactions cognitives	Facile	Moyens Bons

Les images, les sensations et les émotions serviraient donc de base à la constitution du langage, qui pourra ensuite s'exprimer sous forme de texte et de paroles. Plus tard, les lecteurs débutants apprendraient à lire les mots concrets beaucoup plus rapidement lorsque ceux-ci sont accompagnés d'images référentes que

lorsqu'ils sont associés uniquement à leurs seules prononciations. On le voit, les images constituent le socle sur lequel le langage pourra émerger. Elles gardent pour cette raison une place fondamentale qui est renforcée par leur facilité de connexion au monde réel.

Le rôle des images pendant la lecture est inscrit dans le concept de la représentation mentale dont Sylvain Brehm rassemble les conclusions de plusieurs décennies de recherche[829]. Si les représentations mentales se composent d'évocations visuelles, que l'imagination fait surgir à la lecture des mots et qui font ressortir une certaine réalité matérielle, elles sont aussi formées de représentations symboliques et abstraites (justice, filiation, division…) qui apportent aux contextes des éclaircissements sémiotiques. Ces interprétations individuelles sont mouvantes et s'enrichissent des expériences passées autant que des éléments à venir, en en précisant les contours. C'est la différence entre un modèle visuel et mental dont Brehm nous dit qu'ils ne "*représentent qu'un aspect partiel et subjectif d'un savoir pur*". Certaines descriptions textuelles poussent et orientent l'imagination par une foule de détails visuels, tandis que d'autres laissent au lecteur le loisir de puiser dans ses propres ressources pour élaborer un imaginaire métaphorique à sa mesure. Dans une sorte de simulation de ses propres sensations liées à ses souvenirs, il pourra s'engager dans la proposition de l'auteur en y apportant sa touche personnelle, tandis qu'un autre lecteur la dépeindra différemment.

[829] Brehm, S. (2011). Du sens aux sens : les représentations mentales dans l'acte de lecture. Protée, 39 (2), 107–112. https://doi.org/10.7202/1007173ar

III. Episodes #DataGueule dépassant la moyenne du nombre de vue au 20 mai 2019

Titre épisode	N° Episode	Nb de vues
Adieu sommeil	41	1 200 000
Cannabis : la drogue douce dont l'hypocrisie dure	11	1 100 000
Monsento, sa vie son empire	6	982 000
Les merveilleuses histoires du tabac	25	914 000
Tout, tout, tout, vous saurez tout sur le complot	50	883 078
Coronavirus : confinements solidaires	Hors-série	872 000
Assistanat : un mythe qui ronge la solidarité	66	733 282
TAFTA gueule à la récré	14	708 000
Quand la boucherie, le monde pleure	55	679 568
Privés de savoir ?	63	636 101
Loteries : le rêve derrière des grilles	38	568 000
Big data : « Données, données, donnez-moi ! »	15	545 000
Sucrez, sucrez-moi !	12	544 000
À qui profite la taule ?	47	534 764
Marchands d'armes : trous de balles et poudre aux yeux	34	534 000
Mais oui, mais oui, l'école est finie !	43	515 000
Financiarisation de l'économie : cash misère	70	503 000
Ne voiture rien venir ?	65	500 510
La faim du travail	62	500 093
Franc CFA : une monnaie de plomb	64	493 498
Philanthropie : le capital se fout de la charité	93	492 000
Privés de vie privée ?	40	487 000
Climatosceptiques : la science, le doute et le déni	49	478 473
Neutralité, j'écris ton nom	23	476 000
Pirate, mon amour	5	469 000
Amazon de turbulences	13	467 000
Samsung : trois étoiles et des poussières	17	464 000
Inégalité des sexes : « Liberté, Égalité, Adelphité »	71	461 000
Surpopulation : La peur aux ventres	94	440 000
Agriculture industrielle : produire à mort	69	430 897
Made in Germany	28	426 000
Migrants, mi-hommes	52	420 376
Le changement (climatique) c'est maintenant	48	418 329
Fukushima mon amour	32	410 000

Démocratie représentative : suffrage, Ô désespoir !	57	401 948
À qui profite le miel ?	20	401 000
Foot business	9	395 000
Maladie à vendre	37	394 000
Containers : la vie en boîtes	33	393 000
Eau rage, eau des espoirs !	67	388 661

IV. Episodes dépassant la moyenne du nombre de commentaires

Titre épisode	N° Episode	Nb Commentaires
Inégalité des sexes : « Liberté, Égalité, Adelphité »	71	3 796
Assistanat : un mythe qui ronge la solidarité	66	3 303
Parentalités non hétéro : des genres qui dérangent	100	2 820
Tout, tout, tout, vous saurez tout sur le complot	50	2 819
Quand la boucherie, le monde pleure	55	2 731
Surpopulation : La peur aux ventres	94	1 884
Coronavirus : confinements solidaires	Hors-série	1 659
Migrants, mi-hommes	52	1 562
Violences policières, ensauvagement politique	99	1 556
Insécurité : peurs sur les chiffres	81	1 418
Agriculture industrielle : produire à mort	69	1 371
Ne voiture rien venir ?	65	1 315
L'impôt, le peuple et le truand	86	1 303
Santé mentale : la came isole	91	1 299
Philanthropie : le capital se fout de la charité	93	1 250
La faim du travail	62	1 241
Franc CFA : une monnaie de plomb	64	1 192
Datagaule et clitodonnées : le plaisir à la chaîne	85	1 190
Cannabis : la drogue douce dont l'hypocrisie dure	11	1 153
Climatosceptiques : la science, le doute et le déni	49	1 125
Démocratie représentative : suffrage, Ô désespoir !	57	1 100
Prisons : l'écrou et ses vices	61	1 094
Le changement (climatique) c'est maintenant	48	1 085
Capitalisme : victoire par chaos climatique	83	1 081
Eau rage, eau des espoirs !	67	1 076
la République en marché	88	1 064
Transition électrique : les doigts dans l'emprise	98	1 059

V. Tableau de données des 3 groupes de webspectateurs engagés

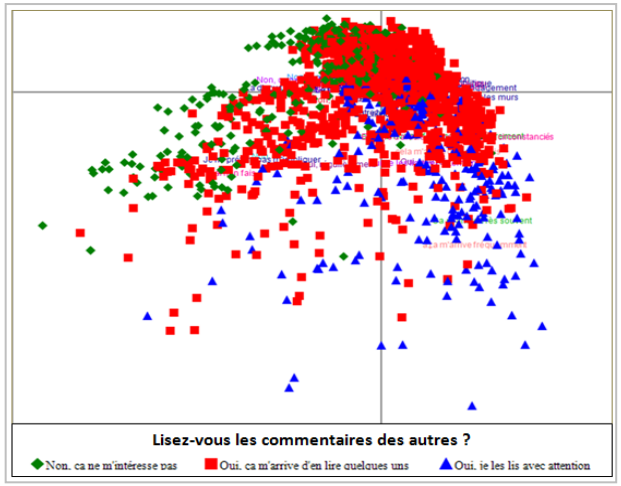
Figure 135 : Répartition en 3 groupes de webspectateurs en fonction de leur engagement

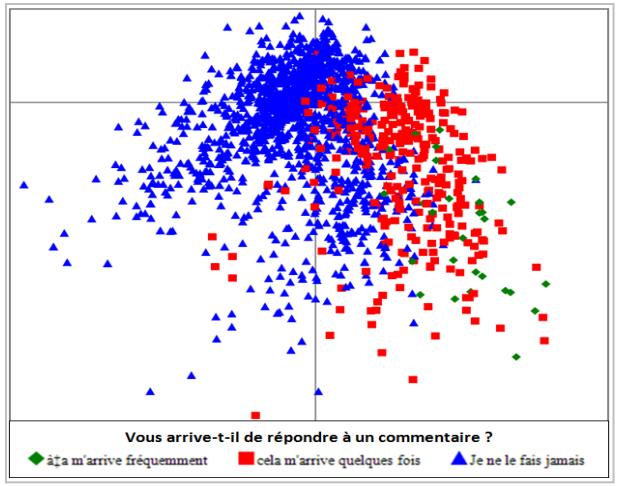
	Les engagés impulsifs		Les réticents		Les engagés réfléchis	
	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C
Quels types d'engagement préférez-vous ?		36,7%		18,3%		32,6%
Autre type d'engagement	20	7,0%	6	2,5%	31	3,1%
Je ne préfère pas m'impliquer	10	3,5%	71	29,5%	32	3,2%
L'inscription à un parti politique	26	9,1%	7	2,9%	81	8,1%
L'inscription à un syndicat	10	3,5%	3	1,2%	74	7,4%
L'implication dans un collectif	71	24,9%	13	5,4%	231	23,2%
L'implication dans une association	88	30,9%	40	16,6%	373	37,5%
La participation à une manifestation	100	35,1%	25	10,4%	340	34,2%
écrire des slogans sur les murs	40	14,0%	2	0,8%	49	4,9%
La discussion avec votre entourage	209	73,3%	123	51,0%	836	84,0%
Le boycotte de produits ou services	183	64,2%	106	44,0%	662	66,5%
La signature de pétitions	176	61,8%	70	29,0%	497	49,9%
Le partage des vidéos	156	54,7%	55	22,8%	394	39,6%
Le Like ou le dislike	175	61,4%	80	33,2%	320	32,2%
Lisez-vous les commentaires des autres		*45,1%*		*58,7%*		*38,5%*
Non, ca ne m'intéresse pas	119	41,8%	4	1,7%	229	23,0%
Oui, ça m'arrive d'en lire quelques uns	16	5,6%	189	78,4%	716	72,0%
Oui, je les lis avec attention	241	84,6%	94	39,0%	50	5,0%
Avez-vous commenté une vidéo		*40,5%*		*3,7%*		*3,6%*
Oui, très souvent	31	10,9%	2	0,8%	0	0,0%
Parfois	200	70,2%	16	6,6%	72	7,2%
Jamais	54	18,9%	226	93,8%	923	92,8%
Avez-vous déjà liké Datagueule ?		*48,8%*		*23,9%*		*35,7%*
Non, jamais	7	2,5%	126	52,3%	285	28,6%
Oui, souvent	259	90,9%	69	28,6%	489	49,1%
Oui, une fois	19	6,7%	46	19,1%	221	22,2%
Avez-vous déjà disliké Datagueule ?		*9,6%*		*2,7%*		*1,2%*
Non, jamais	230	80,7%	228	94,6%	971	97,6%
Oui, régulièrement	2	0,7%	4	1,7%	1	0,1%
Oui, de temps en temps	53	18,6%	9	3,7%	23	2,3%
Avez-vous déjà Partagé Datagueule ?		*35,8%*		*8,7%*		*26,7%*
Non, jamais	80	28,1%	199	82,6%	463	46,5%
Oui, régulièrement	117	41,1%	8	3,3%	255	25,6%
Oui, une fois	87	30,5%	34	14,1%	277	27,8%

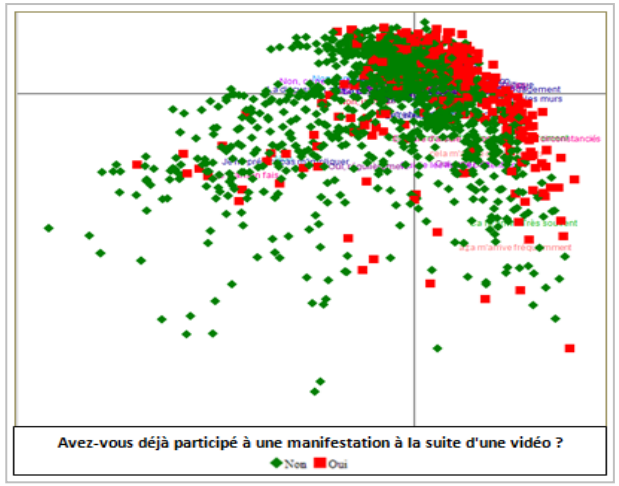
Sous-population : jeunes 15/35 ans, Redressement : âge versus audience YouTube de Dtg = 1521 individus.

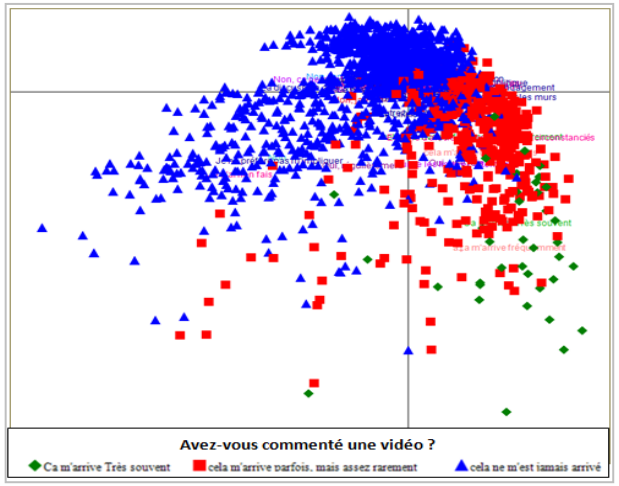
	Les engagés impulsifs		Les réticents		Les engagés réfléchis	
Avez-vous déjà participé à des rassemblements à la suite d'une vidéo	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C
Non réponse	59	20,7%	27	11,2%	164	16,5%
Non	146	51,2%	199	82,6%	637	64,0%
Oui	80	28,1%	14	5,8%	194	19,5%
15/17 ans	26	9,1%	11	4,6%	40	4,02%
18/25 ans	145	50,9%	126	52,3%	487	48,94%
26/35 ans	110	38,6%	104	43,2%	468	47,04%
Avant Bac	104	36,49%	16	6,64%	59	5,93%
Baccalauréat	41	14,39%	67	27,80%	244	24,52%
Bac + 3	69	24,21%	70	29,05%	308	30,95%
Bac + 5	66	23,16%	76	31,54%	346	34,77%
Bac + 8	4	1,40%	12	4,98%	38	3,82%
Effectifs	285	18,7%	241	15,8%	995	65,4%
Moyenne d'engamement	41,4%		19,5%		28,0%	
moyenne d'âge	24,2ans		25,1ans		25,5ans	

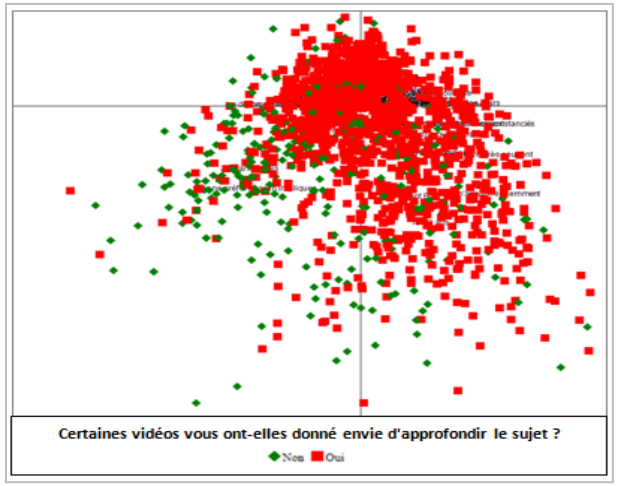
VI. AFC par question

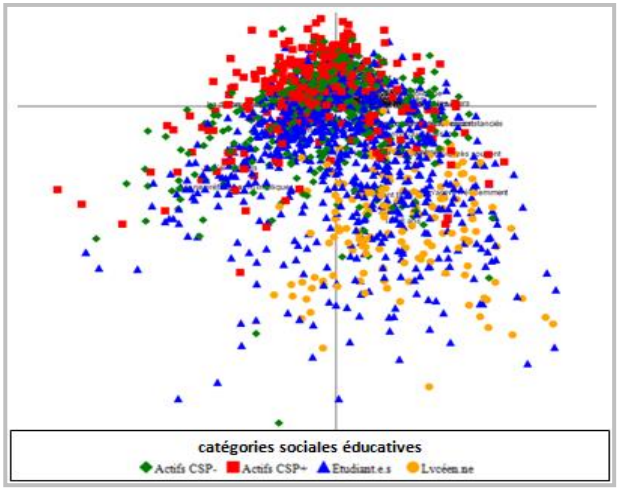












VII. Annexe tableau de calcul des profils des répondants aux entretiens qualitatifs

	ouvrier	employé	Professions intermédiaires	Cadre et prof intellectuelles supérieures	Artisan Chef d'entreprise	agriculteur
Indice de notation	1	2	3	4	5	6
Taille du groupe	**2**	**2**	**5**	**11**	**2**	

Tendances partisanes	LO-NPA	PC-LFI	EELV & Hamon	PS	apolitique	MoDem	LREM	LR	RN
Indice de notation	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4
Taille du groupe	**5**	**4**	**6**	**5**	**1**		**1**		**1**

	rejet			**Votre intérêt pour la politique**							grand intérêt
Indice de notation	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Taille du groupe	**1**			**1**				**3**	**3**	**7**	**9**

VIII. La classification hiérarchique descendante

Pour prendre la mesure de l'ensemble des commentaires, des forces sémantiques qui les traversent et voir s'il existe des différences importantes de l'engagement politique ou citoyen entre les 3 groupes de commentateurs comme nous en avons formulé l'hypothèse, nous avons analysé le corpus de chaque groupe (Uniques, Multiples et massifs) avec R et le logiciel IRaMuteQ. Du fait de leur taille très volumineuse, de tels corpus sont difficilement analysables uniquement en plongé dans le texte. Ce logiciel très puissant permet d'évaluer tous les mots placés les uns par rapport aux autres en segmentant chaque commentaire par tranche de 40 mots. Ses formes (mots) sont triées en fonction de la présence/absence, et analysées pour voir leur regroupement et la spécificité de leurs associations, c'est-à-dire calculer si leurs effectifs surpassent les calculs de leurs effectifs théoriques. Les commentaires sont alors classés selon la méthode de classification descendante hiérarchique. On obtient des classes de mots les plus représentatifs de ces énoncés selon leur coefficient d'association à la classe par la méthode du Khi2. Ce coefficient est un indicateur du degré d'appartenance d'une forme réduite à une classe, et fortement constitutive de cette classe. Le Khi2 est calculé en comparant le calcul d'effectif théorique avec le nombre réel de formes associés entre elles.

Et puisque ces mots sont écrits par des personnes identifiées, il permet de les regrouper pour former des classes d'intérêts suivant les individus. À nous ensuite d'interpréter et de nommer ces propositions de classes pour en faire une analyse sémantique pertinente. Comme l'écrit Jean-Marc Leblanc, "*cette démarche inductive, fondée sur une analyse statistique distributionnelle met en évidence les grandes articulations du corpus, ses « mondes lexicaux », en classant les énoncés du texte en fonction de la distribution de leur vocabulaire* » (Leblanc, 2004)[830].

Le logiciel effectue un repérage des unités lexicales, identifiées au moyen d'un dictionnaire, puis procède à une lemmatisation, c'est-à-dire qu'il les normalise en supprimant les conjugaisons, les genres et nombre, et variations nominales.

Un certain nombre de classes sont créées ainsi par IraMuteQ avec les formes saillantes qui les distinguent, qu'il nous faut ensuite analyser dans le détail, et interpréter.

Cette méthodologie nous donne à voir dans un premier temps l'ensemble des commentaires des 3 catégories et fait remonter à la surface les grands courant thématiques qui y ont été développés. Ils donnent à voir les types d'engagements exprimés qui s'y déploient et qui sont autant d'incitations pour les lecteurs de prolonger la compréhension de l'épisode. Cela permet également d'analyser les différences ou ressemblances de contenus rédactionnels entre des rédacteurs UNIQUES, MULTIPLES et les MASSIFS.

Nous nous attacherons dans un deuxième temps à l'analyse d'une conversation particulière, représentatives des forces d'engagement politique ou citoyen.

Comme l'indique le tableau ci-dessous, nos 3 corpus ont des caractéristiques comptables distinctes, avec des groupes relativement homogènes en nombres de commentaires, mais très hétérogènes par le nombre des rédacteurs.

[830] LEBLANC Jean-Marc, Expériences lexicométriques sur les cooccurrences, Actes du 7e Colloque International sur le Document Électronique : CIDE.7 22 – 25 juin 2004, La Rochelle, France

1071 commentaires pour les commentateurs UNIQUES, 1036 pour les MULTIPLES et 1205 pour les MASSIFS, 3300 commentaires écrits par les 1472 commentateurs. Chaque commentaire est assigné à son auteur pour un total de 214.392 occurrences, correspondant à un lexique de 18.689 formes (lemmes) différentes après segmentation, reconnaissance et lemmatisation. Nous nous servirons de ces analyses pour explorer progressivement le corpus, en commençant par une vision d'ensemble et se rapprocher ensuite au plus près des textes pour en analyser quelques discussions particulièrement représentatives.

Cette première analyse globale permet :

- De définir des espaces lexicaux structurés dans l'ensemble du corpus
- D'effectuer des statistiques textuelles classiques (fréquences) et inférentielles (Khi2)
- De décrire les espaces lexicaux définis par ces classes (profils spécifiques) - de cartographier ces espaces lexicaux (AFC)
- De décrire les locuteurs par le vocabulaire qu'ils privilégient dans leurs écrits (ADS et spécificités)
- De décrire la chronologie de l'échange (TGens et « conquête lexicale »)

IraMuteQ utilise la méthode définie par Max Reinert[12] en 1983, telle qu'elle a été implémentée Pierre Ratinaud du *Laboratoire d'Études et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales* à l'Université de Toulouse. Grâce à ce logiciel, la lexicométrie permet d'analyser les champs sémantiques exprimés, et par conséquent, les engagements politiques ou citoyens des commentateurs dont le vocabulaire est lié à des représentations sociales comme l'explique Pierre Ratinaud et Pascal Marchand[831].

La lemmatisation et le tableau lexical qui sert de point de départ de l'analyse par IraMuteQ croise "des énoncés qui renvoient au « point de vue » du sujet énonciateur, et des lexèmes, qui renvoient à l'objet référentiel. Un « monde lexical » est alors défini comme la trace d'un lieu référentiel et l'indice d'une forme de cohérence liée à l'activité spécifique des sujets énonciateurs. Reinert précisait qu'on avait affaire à des « lieux communs » (à un groupe, à une collectivité, à une époque…) : « de ce fait, ils peuvent s'imposer davantage à l'énonciateur qu'ils ne sont choisis par lui, même si celui-ci les reconstruit, leur donne une coloration propre."

C'est un peu comme si les mots utilisés par chacun ne leur appartenaient pas, mais qu'ils émergeaient spontanément en s'agrégeant par groupe de reconnaissance sémantique. On peut parler de représentations symboliques comme le faisait Willem Doise[832], qui "*permettent d'organiser la manière dont les individus perçoivent les antagonismes sociaux au sein d'un groupe social et se modulent aussi en fonction de leurs rapports aux valeurs communes qui y servent de repères*".

Dans ce cadre, IraMuteQ établie des classes lexicales avec ses énonciateurs, en fonction de cette organisation symbolique. C'est une sorte de stabilisation du lexique qui fait référence aux structures sociales de Doise. Les mots et leur environnement seraient à même de composer des lexiques pour montrer leur appartenance groupale dans un contexte qui rend saillante et importante la catégorisation sociale, au sens rhétorique du terme.

[831] RATINAUD Pierre et MARCHAND Pascal, « Des mondes lexicaux aux représentations sociales. Une première approche des thématiques dans les débats à l'Assemblée nationale (1998-2014) », Mots. Les langages du politique

[832] DOISE Willem, 1985, « Les représentations sociales. Définition d'un concept », Connexions, no45, p. 243-253.

Les mots n'ont pas de signification s'ils sont seuls. Ils prennent leur importance lorsqu'ils sont reliés à d'autres dans leur environnement proche, ce qui les entraîne dans des directions sémantiques variées. Certains mots sont plus significatifs que d'autres et sont caractérisés grâce au calcul du **Khi2** qui mesure la pertinence statistique entre les mots, à savoir s'ils se distinguent d'une normalisation usuelle d'expression. Le **Khi2** permet de comparer un effectif à une valeur théorique attendue. Si la différence entre les deux distributions est réduite, l'hypothèse nulle sera acceptée. Si la différence est grande, l'hypothèse nulle sera rejetée. Dans ce dernier cas, on parlera d'une différence statistiquement significative parce que l'écart entre les deux distributions est trop important pour être expliqué par le hasard seulement : une différence réelle existe donc.

Dans les développements que nous ferons et les citations d'extraits de commentaires, nous ferons le choix de corriger les fautes de frappe ou d'orthographe, et de réintroduire une ponctuation souvent absente, afin de bien saisir le sens de ce qui est écrit. Même si la maitrise de la langue écrite est un signe important d'attribution sociale, ce qui nous intéresse ici, dans un premier temps, c'est la sémantique des discours. Il est alors important pour nous de mettre tout le monde sur un pied d'égalité concernant cette question, afin de ne pas stigmatiser certains commentateurs moins habiles avec les règles de français, mais qui peuvent avoir à dire des choses tout aussi pertinentes que ceux qui maitrisent mieux la langue.

En revanche, lorsque nous analyserons, dans le dernier chapitre, une conversation dans le détail, nous conserverons les écrits tels quels, afin de nous placer dans la continuité d'une discussion en ligne, et analyser les signes, abréviations et fautes en tous genres… dans leur contexte d'origine, car c'est aussi un sujet qui s'exprime dans les échanges.

IX. Questionnaire de l'enquête en ligne

Dans le cadre d'une recherche universitaire sur le pouvoir qu'auraient certaines vidéos en ligne de provoquer l'engagement des citoyen.ne.s, merci de prendre quelques minutes de votre précieux temps pour répondre à ce questionnaire.

Il y a une vingtaine de questions.

Si vous le désirez, inscrivez votre mail afin que nous puissions vous envoyer les résultats de ces recherches.

Ce petit préambule est toujours un peu pénible, mais il est nécessaire pour connaitre le contexte des réponses. Notre place dans la société et notre façon de nous y intégrer au jour le jour est en relation avec quelques éléments de genre, d'éducation et de géographie. Pour réduire les réponses, le contexte professionnel à volontairement été occulté.

1. Votre prénom (facultatif)
2. Êtes-vous : (une seule réponse)
    a. Une femme
    b. Un homme
3. Vous avez : (une seule réponse)
    a. 18-25 ans
    b. 26-35 ans
    c. 36-45 ans
    d. 46-60 ans
4. Quel niveau d'étude avez-vous ? (une seule réponse)
    a. avant Bac
    b. Bac
    c. Bac + 2
    d. Bac + 4
    e. Bac + 6
5. Vous vivez : (une seule réponse)
    a. Dans une grande agglomération de plus de 1 million d'habitants
    b. Dans une ville de plus de 100 000 habitants
    c. Dans une ville de moins de 50 000 habitants
    d. Dans un village de moins de 5 000 habitants
6. Dans le département vivez-vous ?*indiquer le numéro de votre département* : ouvert
7. Statut professionnel (Réponse ouverte)
8. Catégorie Sociale professionnelle (une seule réponse)
    a. Lycéen.ne

b. Etudiant.e
c. Actifs CSP-
d. Actifs CSP+
e. Sans emploi
f. Retraité.e

Aujourd'hui, la "consommation" d'information a totalement évolué avec Internet et les Smartphones. Les citoyen.ne.s ont multipliés leurs sources, ou ont radicalement modifiés leurs habitudes et leurs pratiques médiatiques. La suite de ce questionnaire va recueillir vos utilisations, et tentera de cerner si elles vous ont rendus plus actifs et intellectuellement plus indépendants vis-à-vis de tous les sujets qui traversent notre société.

9. Utilisez-vous les réseaux sociaux ? (une seule réponse)
    a. Oui
    b. Non
10. Si oui, lesquels (plusieurs réponses possibles à cocher)
    a. Facebook
    b. Twitter
    c. YouTube
    d. Linked'in
    e. Snapchat
    f. Viadeo
    g. Instagram
    h. Discord
    i. Diaspora
    j. autre…
11. Quel site utilisez-vous pour regarder vous des vidéos sur Internet ?(plusieurs réponses possibles à cocher)
    a. YouTube
    b. Facebook
    c. Dailymotion
    d. Francetelevisions.fr
    e. TF1.fr
    f. m6.fr
    g. Arte.tv
    h. site de presse en ligne
        i. lesquels : Ouvert
    i. site de radio en ligne
        i. lesquels : ouvert
    j. autre : Ouvert

12. Quel type de vidéo regardez-vous sur internet? (plusieurs réponses possibles à cocher)
    a. Musique
    b. Humour
    c. films pour enfants
    d. films documentaires (court ou long)
    e. information (Journal Tv)
    f. conseils et astuces, vie quotidienne
    g. Démonstration ou revue de produit
    h. Jeux
    i. Autre -Ouvert
13. Êtes-vous abonnés à des chaines youtube et lesquelles ? (plusieurs réponses ouvertes possibles)
    a. ouverte
    b. ouverte
    c. ouverte
    d. ouverte

L'objet de cette recherche se concentre sur un programme coproduit par le service public audiovisuel. Il s'agit d'une série de vidéos qui explorent divers sujets de société sous l'angle des données (data). Si vous ne le connaissez pas, le questionnaire vous épargnera quelques questions. J'espère que vous ne serez pas trop nombreux…

14. Avez-vous déjà regardé une vidéo de **DataGueule** ?
    a. oui
    b. non (si non, passer à la question 24)
15. Vous êtes-vous abonné à cette chaine YouTube?
    a. Oui
    b. non
16. quels thèmes vous ont le plus marqué ? (Plusieurs réponses ouvertes possibles)
    a. ouverte (ou liste des épisodes?)
    b. ouverte
    c. ouverte
    d. ouverte
17. Avez-vous déjà liké une ou des vidéos ?
    a. oui
    b. non
18. Avez-vous déjà partagé une ou des vidéos ?
    a. oui
    b. non
19. Avez-vous commenté une ou des vidéos ?
    a. oui

b. non

20. Lisez-vous les commentaires des autres
    a. oui
    b. Parfois
    c. non (si non, passer à la question 21)
21. Vous arrive-t-il de participer à des discussions dans l'espace des commentaires ?
    a. oui
    b. Parfois
    c. non
22. Connaissez-vous les autres sites de DataGueule et lesquels ? (plusieurs réponses ouvertes possibles)
    a. Instagram
    b. page Facebook
    c. la page Twitter
    d. le wiki
    e. l'agora
    f. France Télévisions
    g. France.tv éducation

Pour finir (j'espère que je ne vous embête pas trop?) cette recherche tente de comprendre le lien qu'il pourrait y avoir entre une vidéo et le potentiel engagement citoyen qu'elle pourrait provoquer. Plus que 4 questions ! OUF !

23. Certaines vidéos vous ont-elles donné envie d'approfondir le sujet traité ?
    a. Oui
        i. lequel ? (plusieurs réponses ouvertes possibles)
        ii. lequel ? (plusieurs réponses ouvertes possibles)
    b. non (si non, passer à la question 24)
24. Qu'avez-vous fait pour approfondir le sujet ? (plusieurs réponses ouvertes possibles)
    a. Recherche de références sur le Net
    b. lecture d'articles complémentaires
    c. Visionnage d'autres vidéos sur le même sujet
    d. discussion avec votre entourage
    e. écriture d'article ou commentaires circonstanciés
    f. autre
25. quelles formes d'engagement préférez-vous ? (plusieurs réponses possibles à cocher)
    a. le partage des vidéos
    b. la discussion en ligne
    c. la signature de pétition
    d. le boycott de produits
    e. la discussion avec votre entourage

f. la manifestation
g. l'implication dans une association
h. l'implication dans un collectif
i. L'inscription à un parti politique
j. l'inscription à un syndicat
k. je ne préfère pas m'impliquer…

26. Avez-vous déjà participé à des rassemblements à la suite d'une vidéo diffusée sur Internet ?
    a. oui
        i. lequel ? (plusieurs réponses ouvertes possibles)
    b. non
27. Si vous souhaitez ajouter des éléments, faire des suggestions,
    c'est à vous... (réponses ouvertes)

Le questionnaire est fini. Nous vous remercions du temps que vous nous avez consacré.

Si vous souhaitez recevoir les résultats de l'étude ou si vous accepteriez d'être contacté pour un entretien téléphonique qui permettre d'approfondir la compréhension de l'engament ,je vous en serrais particulièrement reconnaissant. Pour cela, veuillez laisser votre mail afin que je puisse vous recontacter ultérieurement.

Votre mail …….

X. Commentaires de la conversation proto délibérative ayant servi d'analyse

05/12/2016 12:23	@Johnny FRERE	Et ce que les gens ne comprennent pas, c'est que quelqu'un qui bénéficie du RSA mange intégralement ce qu'on lui donne (ils consomment, paient leurs factures, loyer, TVA, etc...) , contrairement à tous les ultra riches qui placent dans les marchés financiers ce qu'ils gagnent. d'où cet improbable impôt qu'est la TVA qui est un impôt injuste. Un pauvre est presque autant taxé qu'un riche...
05/12/2016 13:13	@guillaume85260	La TVA est l'impôt le plus juste, tu payes selon ce que tu consommes.
05/12/2016 13:20	@Johnny FRERE	Guillaume X bah non. Quand tu gagnes 1000€ par mois, tout ce que tu consommes, tu te fais prélever à 20%. Et sache qu'on ne peut presque pas épargner quand on gagne 1000€. Alors que si tu gagnes 5000€, il y a peu de chance que tu consommes tout. Donc si tu ne consommes que 2000€ sur les 5000€ et que tu places le reste, tu te fais taxer par la TVA qu'à hauteur de 8%. En réalité, plus t'es riche, et moins tu paies de TVA en pourcentage, ce n'est pas progressif par rapport à de l'impôt sur le revenu qui lui est plus progressif, ou la taxe sur le capital qu'est l'ISF. D'où l'idée absurde de la droite d'augmenter la TVA qui va peser encore plus sur la classe pauvre
05/12/2016 14:27	@JOHAN V	Les marchés financiers ne sont plus tenus par des Français, c'est terminé ce temps-là. Et dis donc, quelle injustice d'avoir les mêmes bénéfices publiques et payer la même chose :'(sniff.
05/12/2016 15:31	@guillaume85260	Sauf que l'argent que tu places tu l'utilisera pour ... consommer xD Même les choses gratuites (soins, écoles) génèrent énormément de TVA (instruments, matériels, ...) Tu payes la TVA dès que tu payes tes impôts !
05/12/2016 15:38	@Johnny FRERE	Je ne suis pas sur que l'argent que tu mets dans une assurance vie par exemple génère vraiment une consommation... Surtout quand l'argent placé est surtout utilisé pour la spéculation sur les marchés ou pour investir à l'étranger. Encore une fois, une personne avec

		peu de revenu sera taxé beaucoup plus dans sa répartition avec la TVA que quelqu'un avec beaucoup de revenu.
05/12/2016 15:40	@JOHAN V	Egalité de traitement des services publics ou Équité financière pour que tout le monde ait les mêmes bénéfices. L'un avantage ceux qui ne se cassent pas le cul à prendre des risques et à signer des contrats.
05/12/2016 17:31	@Pierre Pouchin	@Guillaume X : L'argent placé n'est pas forcément utilisé : il faut voir les quantités d'argent qui dorment sur les places boursières... De plus, s'il finit par l'être, ce ne sera pas forcément dans le pays où il a été versé, alors que généralement, quand on reçoit de l'argent, c'est au moins en partie grâce aux services fournis par l'État (routes, éducation, santé).
05/12/2016 18:43	@guillaume85260	Perso si j'éco c'est pour maison/voiture comme 90% des français ^^
05/12/2016 18:44	@Johnny FRERE	Guillaume X tu peux avoir recours au crédit pour ce genre de chose. Comme ça l'argent ne dors pas et il est utilisé. Après, il faudrait bien réguler les banques pour éviter tout soucis
06/12/2016 02:48	@Soldat Cincenhun	Johnny FRERE, le crédit c'est ce même argent que les riches mettent sur une assurance vie ou diverse compte... ça transite pour revenir dans le même cercle. La question n'est pas tellement de savoir ce que les personnes aisées font de leur argent (genre les riches, mais pas que, aussi à partir de 1500€ ou 1600€/mois puisque tu paies des impôts et n'a plus aucune aide à partir de ces salaires). Les villas et voitures de sport ne sont pas achetées par des "pauvres" donc les classes aisées génèrent une bonne part de TVA. La TVA est très juste et très bien foutue : Si c'est pas la joie financièrement tu vas en vacances (qui cependant n'est pas une fonction vitale) en bus à Calais en camping avec au menu cassoulet et eau du robinet, alors que si l'argent est au rendez-vous tu vas en hélico ou au pire en train à Deauville dans un 5etoile pour y manger homard caviar et Champagne pendant une partie au Casino. La facture de TVA n'auras pas le même nombre de chiffres.

06/12/2016 02:52	@Soldat Cincenhun	Il ne faut pas vouloir s'acheter le dernier iPhone et une belle télé et ensuite demander de l'assistance de ceux qui s'en sortent...
06/12/2016 03:39	@oolmfoxz8170	+soldat cincenhun ceux que tu vois avec de iphone pouetpouet font du bizz a coté...
06/12/2016 04:18	@Soldat Cincenhun	Et c'est justement une partie bien trop grande des personnes qui touchent des aides.
06/12/2016 05:13	@oolmfoxz8170	Soldat Cincenhun bien entendu tu as des preuves, des chiffres ou des stats ? ou tu te base juste sur les 3 racailes qui deal du shit en bas de l'immeuble ? mes voisins a moi deal des boites de conserve des aides alimentaires (qu'ils recoivent par les associations humanitaire type "les enfoirés")... c'est pour payer leurs jaja, un ptit splif ou un paquet de clop... mais comprend bien la detresse... - de ceux qui vend - de ceux qui ACHETE (car ils n'osent eux, pas reclamer) puis tu oublie que certain sont pieger par des credit a la consommation (a 19% TEG). Non pas pour se payer la derniere bagnole ou des vacances a bali hein... mais pour se payer une TV ecran plat qu'ils payerons en 4ans le double du prix en bouffant des pattes (sans viande, ou alors de chez spangharo...). d'autre font de la cavalerie (un credit pour payer un credit) et vont se retrouver dans une merde dans laquel ils ne sortirons jamais... (pour des sommes de depart de misere) ainsi, d'autre irons se fournir chez "tombé du camion"... parce qu'un pouetpouet c'est quand meme vachement chouette... c'est important le "paraître" pour un ado... sinon, on en parle ou pas des 2000 milliards de la BCE ? a moins que tu penses que c'est partie en aide de solidarité ??? es-tu bien sure de la cible de tes sarcasmes ?
06/12/2016 06:30	@Johnny FRERE	Oolm FoxZ merci, c'est toujours agréable de voir des gens qui comprennent bien tous les enjeux... Effectivement, les personnes qui s'endettent pour acheter des iPhone ou des écrans plats ne sont pas des abrutis. C'est juste qu'à cause de la publicité, des médias en général, ils ne sont réduits qu'à des consommateurs où pour monter dans l'échelle sociale, il suffit d'avoir les derniers trucs à la mode même si c'est au-dessus de leur moyens. Tout ça montre le

		malaise qu'il y a dans la société et nous sommes responsables des actes de chacun. Alors certes, la philosophie de la droite, c'est "si t'es dans la merde, c'est de ta faute" et le raccourci est plus facile que la philosophie de gauche qui dit "si t'es dans la merde, c'est que la société et le collectif t'y as mis", ce qui est déjà beaucoup plus complexe à expliquer. Mais c'est pas grave, pour payer ton emploi, tu pourras faire livreur de colis, taxi uber, etc... Comme on en fait la promotion à la TV, à la radio. Sans jamais penser que c'est l'arnaque la plus absolue
06/12/2016 08:40	@ledernierutopiste	Et dire que Fillon veut augmenter la TVA et baisser l'impôt sur le revenu...
06/12/2016 08:44	@Christ-hv4xt	Johnny FRERE j'ai pas lu la discussion dans son entièreté je vais donc baser ma réponse à ton commentaire sur la seul base de celui-ci et monter le mien sur une vision strictement personnel et si possible apolitique. À mon sens, les gens qui achètent des choses sans en avoir les moyens ne sont pas des abrutis, mais plutôt des imbéciles, il faut leur expliquer ou leur imposer (bien que ce ne soit sûrement pas la meilleure solution) l'impossibilité de lié leur compte en banque et leurs envies, il faut apprendre a ce priver. Je viens d'un collège de banlieue (aujourd'hui je suis à la fac) j'ai vu non pas tous, mais une part existante et visible des enfants allant au bureau avec leurs papiers de bourses avec des chaussures de marque et des téléphones très chers. La vie c'est apprendre a ce privés, j'ai eu la chance de grandir dans un foyer dans lequel l'argent n'était pas un des problèmes les plus importants, mais nous avons toujours consommé des produits en promotion, mes vêtements ne sont pas de marques très chère seul mon téléphone portable est de marque (et c'est loin d'être le plus cher). Aujourd'hui en parallèle de mes études j'ai décidé de faire caissier, métier qui à mon sens me permets d'obtenir un panel assez représentatif de la population et des diverses classes sociales, et il se trouve que sans rentrer dans des stéréotypes extrême les gens qui semblent avoir peur que leurs carte de crédit ne passe pas ne sont pas les plus économes au niveau de leurs courses, produits superflu, produits de marque 2 à

		3 fois plus cher que des produits discount, peu de promotion et la majorité du temps sans cartes de fidélités (qui est un moyen d'économiser). Alors oui cela m'énerve de voir que l'on se prive et que l'on fait en sorte d'économiser alors qu'il est très largement possible d'enlever sur un panier à 150e quasiment 50e de produits superflu ou bien trop cher comparés à leurs égale de marque moins "cotés" un certain nombre de mes amis sont d'ailleurs dans l'optique de toujours dépenser sans réfléchir sur des coups de têtes... Alors oui, une personne ne se met pas nécessairement elle-même dans la merde, la société il est vrai impose certaines choses qui sont anormales, mais parfois il faut savoir regarder des deux côtés et comprendre que la consommation est déviante comparé à l'argent du compte je pense avoir dit ce que je voulais dire, merci d'avoir lu :) je répète c'est strictement basé sur mon expérience personnel. Bonne journée au plaisir de discuter
06/12/2016 08:45	@Christ-hv4xt	Johnny FRERE j'ai pas lu la discussion dans son entièreté je vais donc baser ma réponse à ton commentaire sur la seul base de celui-ci et monter le mien sur une vision strictement personnel et si possible apolitique. À mon sens, les gens qui achètent des choses sans en avoir les moyens ne sont pas des abrutis, mais plutôt des imbéciles, il faut leur expliquer ou leur imposer (bien que ce ne soit sûrement pas la meilleure solution) l'impossibilité de lié leur compte en banque et leurs envies, il faut apprendre a ce priver. Je viens d'un collège de banlieue (aujourd'hui je suis à la fac) j'ai vu non pas tous, mais une part existante et visible des enfants allant au bureau avec leurs papiers de bourses avec des chaussures de marque et des téléphones très chers. La vie c'est apprendre a ce privés, j'ai eu la chance de grandir dans un foyer dans lequel l'argent n'était pas un des problèmes les plus importants, mais nous avons toujours consommé des produits en promotion, mes vêtements ne sont pas de marques très chère seul mon téléphone portable est de marque (et c'est loin d'être le plus cher). Aujourd'hui en parallèle de mes études j'ai décidé de faire caissier, métier qui à mon sens me permets d'obtenir un panel assez représentatif de la population et

		des diverses classes sociales, et il se trouve que sans rentrer dans des stéréotypes éxtrème les gens qui semblent avoir peur que leurs carte de crédit ne passe pas ne sont pas les plus économes au niveau de leurs courses, produits superflu, produits de marque 2 à 3 fois plus cher que des produits discount, peu de promotion et la majorité du temps sans cartes de fidélités (qui est un moyen d'economiser). Alors oui cela m'énerve de voir que l'on se prive et que l'on fait en sorte d'économiser alors qu'il est très largement possible d'enlever sur un panier à 150e quasiment 50e de produits superflu ou bien trop cher comparés à leurs égale de marque moins "cotés" un certain nombre de mes amis sont d'ailleurs dans l'optique de toujours dépenser sans réfléchir sur des coups de tètes... Alors oui, une personne ne se met pas nécessairement elle même dans la merde, la société il est vrai impose certaines choses qui sont anormales, mais parfois il faut savoir regarder des deux côtés et comprendre que la consommation est déviante comparé à l'argent du compte je pense avoir dis ce que je voulais dire, merci d'avoir lu :) je répet c'est strictement basé sur mon éxpèrience personnel Bonbe journée au plaisir de discuter
06/12/2016 09:08	@guillaume85260	Avé pavé ! En double en plus ! :D Les gens qui achètent des choses super chères veulent peut être de la qualité non ? Tu ne ressens pas ça en tant que caissier ?
06/12/2016 09:39	@Christ-hv4xt	Guillaume X les gens qui achètent des choses de marques veulent de la marques...que ce soit des Adidas à 80e ou des chaussures normal à 35 je ne pense pas qu'il y ai de réel différences...de même pour les téléphones doit t'on donner une bourse à une personne ayant à la main un téléphone coûtant la moiti de celle-ci. Dans la nourriture on le constat ce sont des exemples très bêtes qui pour vous ne signifie surement rien, mais qui vus toute la journée prennent sens...par exemple du gruyère rappé, c'est tout con il y a pas mal de marques, tout les prix pour au final un fout plutôt similaire, mais non...c'est la marque qui va être 1,5 fois plus cher qui serra acheté....0.50cent ça ne représente pas grand chose (quoi que 50cent c'est beaucoup pour moi), mais sur un caddie à 150e avec

		tout les produits comme ca c'est une grosse différence. le plus visible au niveau des différence de prix c'est les dessert plus particulièrement les yaourt qui bien que très ressemblant possède des différence de prix impressionnante passant du simple au triple...une fois de plus ce sont les marques les plus chère qui semble être favorisé par des familles n'en ayant pas les moyens. Attention ce genre de famille n'est pas l'entièreté de ce que je vois c'est néanmoins un événement récurrent. Il faut apprendre aux gens, pas nécessairement la privation, mais plutôt leur donner les éléments nécessaire à une meilleurs consommation dans l'optique de l'économie. Il n'est au vu du nombre de promotions dans les supermarché pas bien difficile de bien se nourrir correctement sans délaisser la qualité. Les gens pauvres ne sont pas nécessairement fainéant, chômeur ou profiteur, mais à mon sens c'est plutôt des gens qui ne savent pas consommer correctement et qui tombe dans tous les pièges du marketing comme des enfants, car on leur vend du rêve sauf que cela étant de l'argent est dépensé alors qu'il ne devrait pas. Comment trouvez vous l'idée que l'État donne une partie des ressources non pas financièrement, mais directement en nature ? voir même en bons comme c'était le cas en période de difficulté économique ou de rationnement . Bien entendu ce n'est qu'une question et ne reflet pas mon opinion je ne dis pas non plus que c'est viable je soulève seulement l'idée bon je m'arrèt la sinon j'en ai encore pour 4-5 paragraphe de plus
06/12/2016 12:06	@aurelienp.7450	+Soldat Cincenhun magnifique estoque, j'applaudis. C'est veritablement ca. j'ai ete atterré de voir dans un reportage sur des familles ''malaisees'' beneficiant de multiples aides pour ces pauvres malheureux, et au milieu de leur salon tronait un ecran geant... sic
06/12/2016 13:33	@oolmfoxz8170	nawak
06/12/2016 13:54	@Soldat Cincenhun	Yuno Gasai Si leurs réelle besoin c'est de se loger et de se nourrir, et d'avoir des études dignes je suis assez partisan de l'avantage en nature. "Donnes du poisson à un homme et il mangera une fois,

		apprends lui à pécher, il mangera plus d'une fois". On chauffe une maison aux fenêtres ouvertes là. Je rappelle aussi qu'en s'engageant dans le service civique (qui ne demande que 2 bras et 2 jambes, et encore) le salaire est proche de 700€, un peu plus je crois, et rendons à César ce qui est à César, c'est à la gauche qu'on le doit . Des apprentis vivent correctement avec 65% du SMIC parfois moins parfois plus, cela montre qu'une gestion correct réduirait particulièrement les besoins d'aides individuelles. Et mon idéologie c'est pas de dire on s'assoit sur la solidarité, mais de dire que la bonne solidarité c'est celle qui profite à tous. Les écoles, les routes, les hôpitaux, les installations de la fibre dans les villes, les centres de loisir, ce sont des équipements collectifs qui profitent à tous. C'est tout de suite beaucoup plus dure à tricher comme aides.
06/12/2016 14:54	@Christ-hv4xt	Soldat Cincenhun le but principale de l'aide étant bettement dis, d'aider qu'il soit sous forme de services ou en nature ne devrais normalement poser aucun problèmes aux receveurs de ce genre de prestation, elle limiterais certe les libertés lié à l'utilisation de cet argent, mais est-ce un mal ? c'est surement une idée à développer. le service civique , je viens de regarder l'idée est vraiment sympa je ne me rappelais que de manière très flou l'utilité de ce programme, en étant plus réaliste on tourne en vérité plus à 600e et le programme ne se limite que aux 18-25ans (30 ans pour les handicapés) les écoles, routes , hôpitaux....etc sont on n'y pense pas asse à compter au travers des aides.. Y a t'il d'autres avis ? il est plus intéressent d'avoir des arguments contraires ce serrais bien :)
06/12/2016 15:12	@HyperMathsYT	En quoi c'est mal de placer son argent sur les marchés financiers ? Est-ce interdit ?
06/12/2016 15:18	@MrMizzati	+Soldat Cincenhun Petite rectification : Je suis volontaire service civique et je gagne exactement 576,94 Euros net par mois. Pour gagner plus il faudrait que j'aie aussi droit au RSA, ce qui est très rare avant 25 ans (j'en ai 24).
06/12/2016 15:23	@Soldat Cincenhun	Autant pour moi, je suis resté sur le brut que j'ai dut voir sur une brochure. Ducoup je voulais avoir ton avis, comment vois tu le fais

		que certains touches à peu de chose pret ce que tu gagnes sans rien apporter à la société, contrairement à toi j'imagine (service civique).
06/12/2016 15:40	@Christ-hv4xt	MrMizzati je fais un peu doublou :) mais que pense tu de ton action au sein du service civique ? Que fais tu ? Est ce compliqué ? Tu le recommenderais ?
06/12/2016 15:49	@adrienlegrand5978	Johnny FRERE tout à fait, c'est le problème entre l'égalité et l'équité
06/12/2016 20:45	@Johnny FRERE	Yuno Gasai vous ne regardez pas le problème dans sa globalité. Le fait qu'une personne sans beaucoup de ressources achètent des choses dans importances ne vous questionne pas plus que ça ? Votre seul constat, c'est qu'ils sont imbéciles et qu'il faudrait qu'ils apprennent à se responsabiliser ? C'est beaucoup trop réducteur. C'est difficile d'expliquer ça dans les commentaires YouTube, mais tout ça, ce sont toujours des conflits de classe. Une personne qui ne gagne pas beaucoup n'est pas forcément conscient qu'il est pauvre. De part parce que dans les médias, les journaux ou dans les entreprises etc... On cache volontairement cette classe sociale (à la télé par exemple, on ne montre que 2% d'ouvriers alors qu'ils représentent 30% de la population) Demandez à une caissière dans classe sociale elle est, alors qu'elle est au SMIC, elle va dire qu'elle est de la classe moyenne. La publicité, les médias, les discussions générées font qu'on n'est réduit qu'à des consommateurs. C'est comme les voitures, c'est un marqueur de classe sociale. C'est pour ça que les hommes en veulent des belles. Et tout ça est induit par la publicité. Tu n'existes plus en tant qu'être humain, mais tu n'existes qu'en fonction de ton smartphone, de la taille de ta télé, du nombres de cuites que tu t'es pris dans le mois ou du nombre de like que t'as eu sur ton dernier statut. Il y a qu'à voir les musées, les sorties au parc, les dimanches midi en famille qui sont de moins en moins populaire. Au contraire, le dimanche, on préfère que tu sortes faire les boutiques ou aller au centre commercial (merci Mr. Macron)

06/12/2016 21:00	@MrMizzati	Soldat Cincenhun A mon avis ceux que tu dénonce sont archi-minoritaires, et je pense de plus que pour ne "rien" apporter à la société, il faudrait tout simplement ne "rien" faire, ce qui est impossible. Si tu achètes un produit, tu participes, si tu nettoies ton apart' tu participes ...etc...
06/12/2016 21:06	@MrMizzati	Yuno Gasai Pour préciser, je suis au service de la Prévention Routière (association pas état) en Bourgogne. Je crois être quasi indispensable au bon fonctionnement de l'asso, car je suis partout : en animation au collège, lycée, entreprise, pour les séniors et je fais aussi de la logistique. (Comprendre charger et décharger la voiture chaque jour). C'est pas du tout compliqué, mais j'hésite à le recommander, on est quand même payé au lance pierre ... Si t'es pas dans la merde niveau financier pourquoi pas, ça te fait un break d'un an. Mais c'est tout.
06/12/2016 21:07	@Johnny FRERE	MrMizzati c'est exactement ça. On se focalise beaucoup sur les 1% qui profitent un peu du truc (et que je maintiens que c'est le système qui en est responsable). Faut savoir qu'un pauvre, il se cache dans l'immense majorité des cas. Il n'arrive pas à assumer
06/12/2016 21:11	@MrMizzati	Romain Gout On te dira parfois que c'est mal parce que un euro placé ne revient pas a un euro investi, mais un peu moins en moyenne. Après je suis pas capitaliste donc tu te doutes que je suis pas pour placer son argent.
06/12/2016 22:55	@Christ-hv4xt	Johnny FRERE Responsabiliser n’est pas le mot, plus éduqué économiquement en fonctions de ces moyens. Ils ne sont pas imbéciles ils manquent de repères ou plutôt ils sont faussés. Quand tu touches les aides je pense que tu as conscience que tu es pauvre, cet argument n’est pas correct. Mes collègues se savent de classes pas très élevés, mais sont heureux de ne pas avoir à demander de l’argent à l’État car pouvant subsister avec leur propre travail. En gérant leur portefeuille correctement. Si les gens croient en la publicité c’est qu’ils manquent de repères ou alors effectivement ils sont simplets…dans ce cas oui il faut les aiguiller. Si tu penses n’exister que en tant que produit de consommation alors tu ne

		côtois pas les bonnes personnes. J'ai des amis de tout les rangs sociaux pourtant …je n'ai ni chaussures , ni jean, ni veste de marque et mon manteau est une capote de l'armée….pourtant on viens me parler Je n'ai pas compris le rapport avec les musée par contre..la plupart des musées étant gratuit pour les étudiants que l'on ne me dise pas que les pauvres n'on pas accès à la culture..toute personne qui le désire peut importe son niveau social à accès à celle-ci. Encore une fois il s'agit d'une partie de la population que je ne peux calculer, mais qui néanmoins existe.
06/12/2016 23:00	@Christ-hv4xt	MrMizzati rien apporté à la société signifie coûter plus cher à l'État que ce qu'on lui rapporte, alors même que l'on a la possibilité d'inverser la tendance ou du moins d'en limiter les coûts. aujourd'hui étudiant/salariés j'ai conscience d'être un poids pour l'État qui doit m'aider financièrement au travers de la faculté je souhaite donc un jour inverser la tendance et rapporter plus à l'État que ce qu'il à dépensé. au passage merci d'avoir répondu à mes questions :) concernant le service civique
07/12/2016 03:21	@Soldat Cincenhun	MrMizzati Par rien, j'englobe presque rien : leur ménage et leur TVA c'est minime et ça profite tellement peu à la société que c'est proche de l'inexistant. La dépense pour leurs aides est tellement grande à l'échelle de ce qu'ils apportent, que beaucoup de personnes imposables en ont marre. Le sujet prends ses bases dans un contexte économique et social, mais la polémique va plus loin que ça : c'est avant tout une notion de justice. Le fait de prendre l'argent de ceux qui réussissent à s'en sortir (souvent après des études longues ou au mérite et souvent lié à une forte implication personnelle dans leur travail) pour le DONNER à d'autres - qui ne veulent pas travailler (une minorité) ou - qui ne sont pas aptes (une autre minorité peut être déjà un peu moins vu comme injuste), ou - qui refusent d'autres jobs (parceque ce n'est pas lié à leur études ou contraignent ou rabaissant, etc...) et ça c'est déjà plus majoritaire ou simplement - qui ne peuvent presque rien faire, car inadapté alors que l'éducation est gratuite, puis en seconde couche: - les fraudes, - les aides cumulées, - les dépenses loin d'être

		indispensables voir nécessaires, - le travail dissimulé, + - le dénigrement de ceux qui paient pour eux (parfois haine de l'État français ou des classes moyennes et aisés catégorisés de "bourges")... + en bonus des gestions pas toujours optimisées (combien de fonctionnaires sont nécessaires dans tout ce processus d'aides?) ça fait beaucoup de raisons minoritaires de se sentir trompé dans ce marché de dupes. Je comprends ce qui ressentent la solidarité comme une injustice et qui voit le RSA et autres comme de l'assistanat, car il y a rie à en tirer au final si ce n'est de rare personnes qui arrives à sortir de cette passe. Alors que mis dans l'éducation, hôpitaux, etc (exemples de solidarité)... ces sommes donnerais un bon coup de pouce. Pour conclure, je vois ces aides financières comme un anti douleur pour soigner une grippe ou une bonne bronchite, ça donne bonne conscience et ça cache la douleur, mais ça ne soigne pas.
07/12/2016 17:18	@MrMizzati	Soldat Cincenhun J'ai la vague impression que vous surestimez grandement le nombre de pauvres qui abusent du système. Le chiffre de la vidéo c'est 1%. (On peut évidemment le contester avec des sources sérieuses.) Pensez vous que cela justifierait de supprimer ces aides au détriment des 99% qui n'en abusent pas ?
07/12/2016 23:32	@olivierhotv971	Tu n'a pas du voir la vidéo visiblement. - des gens qui ne veulent pas travailler ? (ou est le problème il n'y a pas assez de poste pour tous le monde, puis également des gens qui se mettent off pour harcèlement moral etc) - qui refusent d'autre job (alors va voir un patron français avec un parcours qui sort de ton cursus tu m'en dira des nouvelles, ont conseille même de laisser un trou sur le cv au pole emploi c'est pour dire... va pas croire que le mcdo embauche n'importe qui, il y'a tellement peu de taf que les patrons même pour des jobs alimentaires ont des critères élevés, j'ai fait une reconversion sur un job soit disant en tension résultat 3 ans de chômage et ça continue même en cherchant de l'alimentaire). - les dépenses loin d'être indispensables voir nécessaires (le regard des autres , le fait de se sentir exclu du groupe, la pression sociale, si tu n'a jamais ressenti ça quand tu était jeune c'est que visiblement tu

		ne manquai de rien.). - les fraudes (de quoi de 600 Euro par mois essaye de vivre avec, facile de taper sur ceux qui ne peuvent pas se payer un avocat, plus facile que de taper sur une boite du cac40 ou sur la soc gen qui se fait un crédit d'impôt aux frais du contribuable). - chacun paye pour les autres ça s'appelle vivre en société (si ça te dérange, tu peut faire l'ermite). Si il y'a de plus en plus de gens aux chômage ou au rsa ce n'est pas parce que c'est cool contrairement à ce que tu pense, c'est parce qu'il y'a plus destruction de poste que de création et ça fait partie de l'évolution logique sans même entrer dans un débat économique de crise.
08/12/2016 03:05	@Soldat Cincenhun	Wilbur Walsh je vous invite à aller vous faire mettre, avec les formes bien sûre. Merci pour votre commentaire constructif et très ouvert d'esprit.
08/12/2016 04:07	@Soldat Cincenhun	MrMizzati On ajoute 1% qui fraudent (ce qui reste dure à calculer objectivement, sinon j'imagine qu'on aurai déjà jugé les responsables) à 1% (dit au piff je l'avoue, mais malgré tout aussi une minorité) qui se met soit même dans ces situations, puis 1% dans un des cas sité plus de le commentaire pré-presedent, puis un autre, etc, etc... On se retrouve assez éloigné d'une minorité. Pour l'exemple: on a déjà vu perdre des politiciens à des élections parce qu'ils s'étaient mis à dos un ensemble de minorités. Un autre exemple, les prêt immobilier ne sont jamais qu'à 4% pour les plus chères, ce qui reste minoritaire. Mais pourtant au final on se fait saigner par notre banque. J'ai du mal à être convaincu par l'argument des 1% ou des minorités, c'est une manières de faire parler les statistiques, et les stats on peut leurs faire dire presque tout. olivierhotv Il y a une belle part de vérité, mais aussi une part de fatalisme, on rentre dans le domaine de la perception: celui qui cherche dira qu'il n'y a pas de travail alors que celui qui trouve ou qui a un boulot dira que si, il y a du travail. À l'époque de l'auto-entrepreunariat, du digital, et dans un contexte ou secteur tertiaire a autant de besoins, j'ai du mal à croire que certains ne puisse pas trouvé l'argent nécessaire pour s'alimenter sans frapper à la porte du RSA. Tout particuliere quand ils sont valides. Il y a toujours des

		choses qu'on peut travailler ou mettre en place pour être embauchable. (Après pour la pression sociale que tu cite je l'ai bcp subit et je trouve que c'est un manque de volonté voir de la faiblesse que d'y succomber au détriment de ses besoins primaires. Il faut revoir un peu ses besoins et pas à travers la définition du marketing) Une question l'interpelle: Ce ratio de poste supprimer/postes créé ne révèle t il pas un manque de capacité à évoluer? Est ce vraiment une aide financière qui résout le problème? Dernier point, si des personnes (à part l'autre mongole de Wilbur Walsh) souhaite que je sorte de cette discution, cette confrontation d'idée, qu'il n'hésite pas à le dire. Mon but but est d'échanger des idées et arguments sur ce sujet. Ça amène une réflexion et pousse à remettre en question certaines idées. J'ai par exemple pu changer d'avis sur certains points rien qu'à travers ce sujet via des messages bien écrits, plutôt argumentés, ou simplement des expériences que lu dans des commentaires. Je ne cherche ni les trolls ni à troller. Si ce désaccord n'existait pas il n'y aurait pas de droite et de gauche. L'ouverture d'esprit n'est pas réservé seulement qu'à ceux qui peuvent être d'avis divergent... Enfin je pense.)
08/12/2016 04:53	@Johnny FRERE	Soldat Cincenhun la philosophie que tu as est parfaitement de droite : "si t'es dans la merde, c'est de ta faute" Tu as le droit de le penser bien sûr. Faut vraiment avoir des oeillères pour dire qu'il y a du travail pour tout le monde... Enfin, seulement pour une certaine catégorie de personne. Comme le disait très justement un commentaire plus haut, il y a de plus en plus de gens sur qualifiés par rapport à leur personne. La fameuse secrétaire trilingue qui travaille sur un poste où elle n'utilisera qu'une seule langue, celle pour coller les timbres. C'est une réalité
08/12/2016 06:05	@Soldat Cincenhun	Et à côté de ça on recherche beaucoup de gars avec des bacpro en restauration ou électroteque ou informatique. Les métiers "ras des pâquerettes" ont la côte, ces mêmes métiers dont les orientations était vu comme honteuse. (Genre si t'es nul pour tout le reste, fais ça). C'est ce qu'on m'a dit personnellement.^^ Je vois les aides

		comme des dolipranne là où l'orientation ciblée est le début des soins. Pourquoi ne pas limité le nombre d'étudiants d'un domaine au nombre de postes dispos sur le marché? Ce chômage structurelles c'est un peu vouloir mettre des carrés dans des ronds et des ronds dans des carrés. Des fois même en forçant ça ne passe pas. Une des solutions serait de tailler les carrés en rond ou le contraire selon les erreurs d'orientation qu'il faut qu'on répare aujourd'hui. Mais personne ne répond a aucune demande, parfois on propose juste pas grand chose (mais souvent plus que 500€) (Sinon oui je suis plutôt d'accord avec les idées de droite et je pense que tu es plus porté sur les sensibilités de gauche.)
08/12/2016 06:14	@Johnny FRERE	Oui clairement très à gauche même. Effectivement, le pire ce sont dans les filières d'ingenieur où tu vas avoir 30000 diplômé pour 1000 boulots. Aujourd'hui, c'est plus facile d'aller en école d'ingénieur que dans une école pour faire boulanger. Malheureusement, c'est le résultat de la politique de droite qui supprime un à un led lycées professionnels. Alors que le bac pro, c'est un diplôme de haut niveau
09/12/2016 17:52	@ClessAlvvein	Effectivement la fraude existe, les gens qui achète un Iphone alors qu'ils ne touchent même pas le smic aussi et une bonne partie de ce que vous avez cité. Ce qui m'attriste c'est que dans la masse de pauvre on ne cible que ça. Je pense qu'il faut le vivre pour le comprendre. Quand tu te retrouve toi même à la rue tu vois que c'est beaucoup plus complexe. De la femme qui avec un petit boulot ne peut trouver de logement parce qu'elle est noire au jeune diplômé à qui on refuse le job par manque d'expérience. On peut aussi parler de la mêre de famille qui empoisonne ses enfants à manger du eco+ parce qu'elle n'a pas les moyen de mieux avec son boulot à mi-temps. Ces aides financières à ces gens-là ça leur permet de survivre (et oui je parle bien de survie), mais eux ils ne sont pas dans les journaux. Retirez leur ces aides en leur disant que c'est de leur faute et que c'est tant pis pour eux et vous obtiendrez un taux de suicide record. En revanche vous avez raison sur ce que vous appelez les métiers "ras des pâquerettes" qui manquent de

		mains d'oeuvre. La faute au bac général devenu trop facile (presque 90% de réussite haha) et aux promesses de richesse dans les orientations post bac? Effectivement mettre une limite d'étudiant par rapport au nombre de poste pourrait être une solution. Redorer le blason de ces métiers, redonner de la valeur à leur savoir faire auprès des jeunes me paraît peut-être plus important.
09/12/2016 18:36	@Christ-hv4xt	***** ton commentaire est intéressant ce que je fais n'est pas fair play et j'ai horreur qu'on me le fasse, mais je prend juste une seule phrase que je vais commenter ce qui ne dois pas décrédibiliser le reste de ton intéressante analyse. "Manger du éco+" ne tue personne , au niveau de la bouffe les lois sont strictes et dans l'ensemble la France veille plutôt bien donc tu ne crèvera pas et ton gamin non plus si il bouffe des compotes de marques repères au lieu de compote Andros 3 fois plus cher et il en vas de même pour les autres produits. On peux mal manger par manque de moyens dans le sens ou c'est peu varier, car certains produits je l'accorde sont très cher, mais tu ne mourra pas en mangeant des produits qui ne sont pas de marques t'en que tu suis les règles de surreté sanitaires ;) Voila voila x) désolé de t'attaquer seulement sur un point Bonne continuation , je lis toujours la discussion qui est à mon sens intéressante. Faisons juste attention à rester correct les uns envers les autres ;)
09/12/2016 20:05	@ClessAlvvein	Yuno Gasai Je sais que c'est youtube mais de là à s'excuser autant de fois pour si peu quand même... :-) Je me suis peut-être mal exprimé. Je ne parlais pas spécialement de mourir en mangeant ce genre de produits, mais d'un apport énergétique bien souvent réduit, une quantité de sucres ou de graisses beaucoup trop présente. Je peux peut-être me trompé mais ce genre de produit à forcément des effets nocif sur la santé à long terme. Ne comparons toute fois pas aux extrêmes, il existe des produits (de marque repère ou non) de bonne qualité à bon prix, mais le fait est que l'eco+ est le moins chère possible et que c'est donc souvent la dessus qu'on se rabat, qu'on achète en majorité.

10/12/2016 00:25	@Soldat Cincenhun	+ Wilbur Walsh ? Vous avez oublié? vous deviez aller vous faire mettre... + ClessAlvvein. Ta vision est intéressante. Elle s'éloigne du portrait des Misérables souvent dépeint et est à mon goût bien plus réaliste. Le cas que tu cite représente malheureusement une minorité (je ne parle pas de 1%, mais en tout cas inférieur à 50%), et c'est ce qui m'énerve d'autant plus, cette injustice... Les portraits que tu as dépeint là pourrait être mieux aider ou accompagner si on éliminait des listes des aides ceux qui ne savent pas être raisonnable (tout les exemples cités plus haut dans la conversation). Ça créé un réel sentiment d'injustice, pas d'égoïsme ou de radinerie comme certains peuvent le penser. Mais gaspiller des impôts et des efforts avec un manque de précisions dans ces aides me dégoute un peu personnellement. Ça amène à se dire qu'il y a beaucoup d'assisté et malheureusement pas assez d'aidés dans toutes ces personnes qui touchent les aides pour moi et beaucoup de ceux qui continuent a utiliser le terme assistanat.
10/12/2016 00:43	@Soldat Cincenhun	Wilbur Walsh Le coca et le pop-corn inclu?
10/12/2016 21:40	@clementg5824	mec ce n'est pas en éloignant /discriminant les gens par rapport à leur argent que tu vas régler le problème . Si tu étais riche voudrais-tu payer la moitié de ta fortune tout les mois ou plus et les confiés à un état incapable? (Alors que en soit tu as mérité ton argent , mm ceux qui jouent en bourse , si tu en avais les capacités tu ferais comme eux). Moi je pense qu'il faudrait faire un % d'impôt assez commun à partir d'un salaire (Taxer des gens avec peu de moyen ça sert à rien juste à les foutre dans la merde) et que si on dépasse un certain % de revenu moyen par rapport à la population on doit financer la survie des autres ils peuvent aussi s'impliquer (financer des hopitaux/ restos du coeur etc....) les gens en sortirait grandi (les donneurs au lieu de les laisser dans un coin à se plaindre de donner trop il apprendrait la vie des autres) , ON y verrai donc une réelle création de lien dans la population et ceux dans le besoin je pense qu'il serait mieux encadré et suivi. Ainsi, l'État continuerai de faire fonctionner ses établissements publiques et ses institutions les

		personnes aisées se sentirai plus impliquées et moins montrées du doigt quant aux gens dans la galère ils seraient heureux, car ils seraient plus épaulés .
10/12/2016 23:38	@Johnny FRERE	clement gaillard bravo, tu viens de découvrir les cotisations salariales et patronales qui financent la sécurité sociale, et l'impôt sur le revenu qui financent d'autres établissements publics. Le modèle existe déjà en France. Sauf qu'au fur et à mesure, la droite et le PS veulent tout saccager et tout supprimer via la privatisation (grâce à la baisse des charges sociales et des impôts). Au contraire, le modèle existant déjà (voir le CNR en 1946), il faut le pousser beaucoup plus loin où les salaires, l'investissement et la Secu seraient financés exclusivement par la cotisation via des caisses séparées. Pour cela, il faut s'intéresser aux travaux de Bernard Friot
14/12/2016 12:08	@gaetan5606	Johnny FRERE non, mais ils se rendent pas compte . Ils sont débiles!!
07/01/2017 21:50	@krankarvolund7771	"Mais gaspiller des impôts et des efforts avec un manque de précisions dans ces aides me dégoute un peu personnellement. Ça amène à se dire qu'il y a beaucoup d'assisté et malheureusement pas assez d'aidés dans toutes ces personnes qui touchent les aides pour moi et beaucoup de ceux qui continuent a utiliser le terme assistanat" Pour paraphraser Voltaire, je préfère dix assistés qu'un miséreux. Et la proportion réelle aujourd'hui c'est plutôt dix aidés pour un assisté, pas de quoi casser trois pattes à un canard. Après, je ne suis pas contre une aide mieux qualifiée, par exemple, avec des coupons pour la bouffe on s'achète pas un écran plat ^^, Mais il faut surtout s'attaquer à l'origine du problème, et je suis d'accord quand vous dites que les aides ne sont que le doliprane ou l'anti-inflammatoire qui traite les symptômes sans soigner (quoique je ne suis pas d'accord sur le fait qu'il faut les supprimer, perso avant de me soigner, j'avale un doliprane pour faire baisser la fièvre histoire d'arriver à aller chez le médecin ^^). Et l'origine du mal, c'est la société capitaliste où nous vivons. On a 9 millions de pauvres dans un pays dont on nous dit qu'il est la 5 éme puissance mondiale, ça me paraît un sérieux paradoxe. Donc il faut créer des emplois, et

		pas à la manière des patrons qui en suppriment plus qu'autre chose: -Passage aux 32 heures légales, 40 heures maximales, avec une forte majoration des heures supplémentaires (par exemple 60% de l'heure). -Pour éviter la pauvreté, le SMIC à 1600 euros du mois, nationalisation de EDF, engie, et autres sociétés qui devraient être du service public, et gratuité des dépenses énergétiques (eau, électricité, gaz). Aides au logement en nature (en clair, on vous donne pas 500 euros pour chercher un appartement, on vous trouve un appartement et on vous le propose). -Ensuite on crée des emplois. C'est pas les chantiers qu'il manque, la planification écologique de M Mélenchon, mais on peut aussi lancer un chantier de construction/rénovation des locaux de l'Éducation nationale. Je viens d'une ville de la cambrousse, chez nous les collèges sont tous des années 70, et on en rénove environ un par an, en théorie, en général ils mettent 4-5 ans à le rénover. On peut aussi investir largement dans la conquête spatiale, ça aussi ça crée des emplois, etc... -Toujours dans la création d'emplois, embaucher des fonctionnaires. Plus d'agents du FISC, ça c'est vite rentabilisé, plus de personnes dans l'éducation et la santé qui ont été durement touchés par les con... l'opposition de droite, plus de policiers aussi, surtout par les temps qui courent. Bref rendre sa splendeur au service public, ce qui passe par la nationalisation de la SNCF, de Laposte (on aura même une banque nationale comme ça ^^), mais aussi de toutes les entreprises qui se déclarent en faillite, ou sont condamnés pour une violation de la loi. Une entreprise qui n'est pas capable de respecter la loi, elle passe au moins partiellement sous contrôle de l'Etat, comme ça on verra si elle recommencera ^^
08/01/2017 00:14	@Christ-hv4xt	-un smic à 1600e XD Conscient qu'une augmentation de salaire c'est une augmentation du prix de la main d'oeuvre et donc des produits ? XD et puis augmenté le smic aussi fortement serrais ridicule si les autres salaires n'augmente pas , totalement injuste ^^ -la gratuité des dépenses énergétiques serrais extrêmement problématique dans le sens où des que c'est gratuit les gens en abusent c'est bien connu ^^ -trouver un appart à une personne c'est bien...mais cela

		ne colle pas toujours au travail de la personne...impossibilité pour elle de déménager par exemple ^^ pour changer de travail :) -on créé des emplois c'est bien beau XD, mais...pour faire quoi ? cela à marché pour les USA en 1929...mais la France n'est pas les USA ^^ et les ateliers nationaux n'on il me semble en France n'été qu'un magnifique échec. -La conquête spatial XD n'est aujourd'hui qu'un gouffre financier et qui appel à une main d'oeuvre extrêmement qualifié ..ne croyez pas que les mécanicien ne sont que des gens lambda :) -le FISC ne remboursera pas bien longtemps même si frapper sur les mauvais payeur est une bonne chose à mon sens -des sociétés comme la SNCF appartiennent déja en parti à l'État et ne sont pas rentable... et enfin juste une question...tout votre argent vous le trouvez où ? parce que c'est bien beau de vouloir augmenter le smic de 400e....mais on le trouve où ? ce n'est pas quelques millions du Fisc qui vont servir à couvrir
08/01/2017 00:53	@krankarvolund7771	Yuno Gasai Bah le SMIC c'est le salaire minimum. Quand aux autres, les patrons vont bien devoir s'adapter, surtout que les salaires de la fonction publique seront adaptés eux ;) "Dès que c'est gratuit les gens en abusent", Mais bien sûr, les gens ne sont jamais raisonnables c'est bien connu ^^ Et s'il y a vraiment de l'abus, on limite à un certain plafond ;) Je suis d'accord qu'il peut être complexe de trouver un logement à quelqu'un, et ça ne serait qu'une mesure de dernier recours, mais je pense que les gens préfèrent un logement imposé qu'une voiture ;) Comme je l'ai dit la transition énergétique, rénover le service public (réseau ferroviaire, écoles, hôpitaux, etc...), on peut aussi créer des HLM, y'a pas mal de boulot.Ce ne sont que des pistes bien entendu ^^ Les Ateliers Nationaux étaient une excellente idée. mais ça a été mal organisé (on avait sous-estimé le nombre de chômeurs parisiens), sans prendre en compte la qualification des ouvriers, et ça a quand même été une franche réussite pour les ouvriers. C'est le gouvernement bourgeois qui s'est hâté de les fermer, provoquant une révolte d'ailleurs ;) La SNCF est gérée de manière libérale depuis plusieurs années et ne cesse d'accumuler du déficit depuis.

		Mais de toute façon le but n'est pas d'avoir des sociétés rentables, mais un service public efficace, bon marché voir gratuit, car à la portée de tous. En réduisant le prix des services publics minimum (énergie, transports, banque), on augmente le pouvoir d'achat et on réduit la misère des plus démunis. Pour l'argent, on a déjà le fait de "taper sur les mauvais payeurs" comme vous dites http://sudeduc83.org/IMG/png/Affiche_Solidaires_-_Ou_est_le_deficit_reduit400-2.png 48 milliards si on veut réduire le déficit, beaucoup plus si on veut juste se stabiliser à 1 ou 2 % ^^ Et je ne parle pas de l'impôt progressif qui serait mis en place avec un plafond à 100% pour les plus de 300 000 euros chez Mélenchon. Mais on peut réfléchir à d'autres taxes comme la taxe carbone. Ou simplement injecter l'argent et laisser faire l'économie, si les 4 millions de chômeurs retrouvent un emploi, la croissance va repartir à la hausse XD Et si vraiment ça ne suffit pas, on confisque l'argent des plus riches, petit emprunt forcé à taux zéro, en plus s'ils veulent que leur argent revienne, il faut qu'ils attendent en France :D
08/01/2017 07:38	@Christ-hv4xt	Oui le smic est effectivement le salaire minimum… « les patrons vont devoir s'adapter » XD personnellement je suis patron je délocalise ou je revend ma boite ^^ je doute qu'une augmentation de 400e par tète les entreprises puissent tenir…surtout que une fois de plus…salaire élevé=cout de production élevé=prix du produit fini élevé. Si le chauffage est gratuit je vous assure qu'il ferra 30degrés dans une bonne partie des maisons fenêtres grandes ouverte….la mienne aussi surement, de même pour l'eau les gens sont comme ca hein ^^ je m'en fou je paye pas l'eau, le chauffage… Limité à un certain plafond quand à lui c'est quasiment impossible…on fait quoi si le du mois une famille n'à plus d'eau ? car tout utiliser ? Si c'est pour travailler c'est avec plaisir que j'accepterais une voiture de l'État :0…le salaire lui payerai mon logement…parce que si tu as une maison, mais pas de voiture…bah tu es juste un boulet, car tu ne peux pas travailler J On créé déjà des HLM ^^…et au niveau des services il n'y à très clairement pas besoin de tous rénover ^^ Les

		Ateliers nationaux étaient un gouffre financier pour l'État et les gens n'étaient payé qu'une misère ^^ de plus pour des ateliers nationaux il faut des commandes ^^ (enfin je crois) Le but est d'avoir un service rentable qui peux investir et ce complexifié avec le temps…Vous êtes conscient du coup d'une ligne de train ou de métro …la gratuité allié à un bon état du réseau n »est pas concevable au vu du cout. Je suis caissier…une personne pauvre pour moi c'est une personne incapable de dépenser intelligemment…ce n'est pas de l'argent qu'il faut donner aux « miséreux », mais bien des bons pour ce nourrir ^^ XD dans votre pays on « confisque » littéralement l'argent de ceux qui on réussi ? Rappelé moi que si je réussi ma vie et que vous êtes au pouvoir je me sauve rapidement x). La taxe carbone…serrait pour ceux qui roulent….donc qui travaillent…« Simplement injecter de l'argent » on le fait tout le temps ^^ pour garder certaines usines à flot…on n'avance pas pour autant… De toutes façon les solutions que nous trouverons ne serrons pas comprise par l'autre, car je doute que nous défendions la même vision ^^ sans nécessairement être politiser
08/01/2017 07:47	@krankarvolund7771	Yuno Gasai Oh pour ça, t'inquiète pas ce qui compte c'est les entreprises, donc pas de fermeture d'usines, sinon nationalisées :D Et l'évasion fiscale... devine pourquoi je dis qu'il faut engager des gens au Fisc XD Eh j'ai dit que l'argent allait être rendu après, c'est juste que les gens qui ont de smillions en banque alors que l'État en a besoin, ça m'énerve. Donc je me sers, et je rends quand j'en ai plus besoin ^^ Le truc c'est que vous voulez absolument avoir un service rentable. Mais ce n'est pas le but, je sais que ça ne sera pas rentable. L'ISF et l'impôt sur le revenu paieront le service, c'est pas grave ^^ Oui, je me doute ;)
08/01/2017 12:59	@leaandersteen8388	Votre raisonnement du comportement du patron est faux, et ce, pour plusieurs raisons: - la majorité des emplois encore salariés en France ne sont pas délocalisable (cela fait un bail qu'on produit plus grand chose sur le territoire nationale, mais que l'on produit essentiellement des SERVICES) - la mobilité des entreprises qui

		permet de délocaliser, c'est la fameuse "libre circulation des capitaux", et ça, c'est un choix POLITIQUE et législatif, rien n'empêche de revenir dessus (et les entreprises devront se soumettre, car un état est plus puissant - quand son chef n'est pas corrompu - qu'une entreprise: je doutes qu'un chef d'entreprise discute si on lui envoie l'armée....) - la délocalisation est rentable économiquement QUE dans le cadre du "libre échange", hors, rien n'interdit à un état de rétablir ses frontières douanières, et la France peut tout a fait le faire, - une augmentation de 40eu par tête, les entreprises tiendront: c'est du bête fordisme. Pour que le salarié consomme, il faut qu'il gagne du fric.... Si les gens gagnent plus, ils vont dépenser plus et les carnets de commandes vides vont se remplir... Les pauvres et les pas riches dépensent tout et épargnent peu... contrairement aux riches qui épargnent énormément dans des paradis fiscaux, privant l'économie de son financement. On oublie souvent que la France est un pays économiquement puissant, avec une armée tout à fait puissante, un armement nucléaire à base de sous-marin d'attaque lanceur d'engin qu'aucun état ne peut se mettre à dos. Quand la France à dit merde à l'Otan, elle a eu aucun problème... les américains ont plié bagage.
08/01/2017 13:37	@krankarvolund7771	Lea Andersteen Ah oui j'ai oublié de parler des barrières douanières quel con! Donc on met des taxes en place pour s'assurer que les produits étrangers sont toujours plus chers que les produits français. Voire on interdit certains produits (typiquement, pourquoi j'irais acheter du porc allemand quand je produis du porc français? ^^'). Quand au fait que les entreprises tiendront le choc des 400 euros de plus par tête, on pourra toujours les aider, par exemple une banque nationale pourrait prêter de l'argent à taux zéro aux TPE et PME pour éviter qu'elles ne fassent faillite ou les racheter (mais en gardant le patron comme fonctionnaire bien sûr ^^), ou même prendre le salaire des employés à la charge de l'État. L'avantage d'un État fort, c'est qu'il peut prendre des décisions fortes, y compris pour aider les gens et les entreprises ;)

31/03/2017 22:56	@blapluie322	Cavalerie....surendettement...parfois la note est effacée et la société (nous tous...) paye les organismes financiers qui ont accordé les prêts tout en sachant pertinemment que l'emprunteur ne pourrait pas rembourser... Une banque ne perd jamais d'argent...
31/03/2017 23:02	@blapluie322	Les cartes de fidélité sont aussi un bon moyen de collecter (gratuitement) des informations sur les habitudes des consommateurs....infos revendues...à qui? Et que penser de ces fameuses cartes de fidélité "couplées à des cartes de crédit...?
31/03/2017 23:07	@blapluie322	"des apprentis vivent correctement avec 65% du SMIC" Vous entendez par là qu'ils peuvent subvenir à tous leurs besoins avec une telle somme? Et que donc peut-être il suffirait d'être un bon gestionnaire pour vivre avec un tel salaire toute sa vie?
31/03/2017 23:13	@blapluie322	Avoir accès à la culture ne signifie pas seulement rentrer dans le musée....
31/03/2017 23:27	@blapluie322	Lorsque vous écrivez "qui ne sont pas aptes (une autre minorité peut être déjà un peu moins vu comme injuste)" vous parlez bien de personnes qui même avec la meilleure volonté du monde ne peuvent pas travailler (parce qu'elles sont trop malades, trop lourdement handicapés....)? Je me trompe peut-être et vous me le direz alors, mais si vous parlez bien de ces personnes comment pouvez-vous écrire "déjà un peu moins vu comme injuste"? Parce que ce que je trouve injuste c'est que ces personnes ne puissent pas travailler....on ne choisit pas de ne pas être "apte" à travailler. (je ne me permets de faire que ce commentaire parce que je me dis qu'avec un peu de chance vous comprendrez ce que je veux dire...)
31/03/2017 23:40	@blapluie322	"les gens qui achète un Iphone alors qu'ils ne touchent même pas le smic aussi" On devrait leur interdire l'accès aux boutiques Apple tiens! Non en fait on ne devrait même pas les payer avec de l'argent ces gens là....plutôt leur donner ce qui est bon pour eux...des produits de base: des pâtes, du pain... Bon j'exagère en disant cela et j'ai bien saisi que ce n'est pas du tout ce que vous exprimez dans la suite de votre message bien au contraire, mais tout de même cela

		me dérange de le lire en début de vos propos. Une petite question pour finir: quels seront les métiers de demain...?
31/03/2017 23:52	@blapluie322	" Après, je ne suis pas contre une aide mieux qualifiée, par exemple, avec des coupons pour la bouffe on s'achète pas un écran plat ^^" Des coupons pour la bouffe comme ça lorsque tu vas faire tes courses tout le monde voit bien que tu es pauvre.... Ce n'est pas un peu cliché tout de même de toujours parler de ces fameux écrans plats??
31/03/2017 23:54	@blapluie322	Pourquoi injuste? Selon vous on ne doit être bien rémunéré que si l'on a fait de longues études? Une personne qui n'a pas eu la chance d'en faire et se retrouve par exemple ouvrier doit forcément être moins payé que vous?
01/04/2017 00:00	@blapluie322	"une personne pauvre pour moi c'est une personne incapable de dépenser intelligemment…ce n'est pas de l'argent qu'il faut donner aux « miséreux », mais bien des bons pour ce nourrir ^^ " Pourriez-vous développer?
05/12/2016 12:23	@Johnny FRERE	Et ce que les gens ne comprennent pas, c'est que quelqu'un qui bénéficie du RSA mange intégralement ce qu'on lui donne (ils consomment, paient leurs factures, loyer, TVA, etc...) , contrairement à tout les ultra riches qui placent dans les marchés financiers ce qu'ils gagnent. d'où cet improbable impôt qu'est la TVA qui est un impôt injuste. Un pauvre est presque autant taxé qu'un riche...
05/12/2016 13:13	@guillaume85260	La TVA est l'impôt le plus juste, tu payes selon ce que tu consommes.
05/12/2016 13:20	@Johnny FRERE	Guillaume X bah non. Quand tu gagnes 1000€ par mois, tout ce que tu consommes, tu te fais prélever à 20%. Et sache qu'on ne peut presque pas epargner quand on gagne 1000€. Alors que si tu gagnes 5000€, il y a peu de chance que tu consommes tout. Donc si tu ne consommes que 2000€ sur les 5000€ et que tu places le reste, tu te fais taxer par la TVA qu'à hauteur de 8%. En réalité, plus t'es riche, et moins tu paies de TVA en pourcentage, ce n'est pas progressif par rapport à de l'impôt sur le revenu qui lui est plus progressif, ou la

		taxe sur le capital qu'est l'ISF. D'où l'idée absurde de la droite d'augmenter la TVA qui va peser encore plus sur la classe pauvre
05/12/2016 14:27	@JOHAN V	Les marchés financiers ne sont plus tenus par des Français, c'est terminé ce temps là. Et dis donc, quelle injustice d'avoir les mêmes bénéfices publiques et payer la même chose :'(sniff.
05/12/2016 15:31	@guillaume85260	Sauf que l'argent que tu places tu l'utilisera pour ... consommer xD Même les choses gratuites (soins, écoles) génèrent énormément de TVA (instruments, matériels, ...) Tu payes la TVA dès que tu payes tes impôts !
05/12/2016 15:38	@Johnny FRERE	Je ne suis pas sur que l'argent que tu mets dans une assurance vie par exemple génère vraiment une consommation... Surtout quand l'argent placé est surtout utilisé pour la spéculation sur les marchés ou pour investir à l'étranger. Encore une fois, une personne avec peu de revenu sera taxé beaucoup plus dans sa répartition avec la TVA que quelqu'un avec beaucoup de revenu.
05/12/2016 15:40	@JOHAN V	Egalité de traitement des services publics ou Équité financière pour que tout le monde ait les mêmes bénéfices. L'un avantage ceux qui ne se cassent pas le cul à prendre des risques et à signer des contrats.
05/12/2016 17:31	@Pierre Pouchin	@Guillaume X : L'argent placé n'est pas forcément utilisé : il faut voir les quantités d'argent qui dorment sur les places boursières... De plus, s'il finit par l'être, ce ne sera pas forcément dans le pays où il a été versé, alors que généralement, quand on reçoit de l'argent, c'est au moins en partie grâce aux services fournis par l'État (routes, éducation, santé).
05/12/2016 18:43	@guillaume85260	Perso si j'éco c'est pour maison/voiture comme 90% des français ^^
05/12/2016 18:44	@Johnny FRERE	Guillaume X tu peux avoir recours au crédit pour ce genre de chose. Comme ça l'argent ne dors pas et il est utilisé. Après, il faudrait bien réguler les banques pour éviter tout soucis
06/12/2016 02:48	@Soldat Cincenhun	Johnny FRERE, le crédit c'est ce même argent que les riches mettent sur une assurance vie ou diverse compte... ça transite pour revenir

		dans le même cercle. La question n'est pas tellement de savoir ce que les personnes aisées font de leur argent (genre les riches, mais pas que, aussi à partir de 1500€ ou 1600€/mois puisque tu paie des impôts et n'a plus aucune aide à partir de ces salaires). Les villas et voitures de sport ne sont pas achetées par des "pauvres" donc les classes aisées génèrent une bonne part de TVA. La TVA est très juste et très bien foutue : Si c'est pas la joie financièrement tu vas en vacances (qui cependant n'est pas une fonction vitale) en bus à Calais en camping avec au menu cassoulet et eau du robinet, alors que si l'argent est au rendez-vous tu vas en hélico ou au pire en train à Deauville dans un 5etoile pour y manger homard caviar et Champagne pendant une partie au Casino. La facture de TVA n'auras pas le même nombre de chiffres.
06/12/2016 02:52	@Soldat Cincenhun	Il ne faut pas vouloir s'acheter le dernier iPhone et une belle télé et ensuite demander de l'assistance de ceux qui s'en sortent...
06/12/2016 03:39	@oolmfoxz8170	+soldat cincenhun ceux que tu vois avec de iphone pouetpouet font du bizz a coté...
06/12/2016 04:18	@Soldat Cincenhun	Et c'est justement une partie bien trop grande des personnes qui touchent des aides.
06/12/2016 05:13	@oolmfoxz8170	Soldat Cincenhun bien entendu tu as des preuves, des chiffres ou des stats ? ou tu te base juste sur les 3 racailes qui deal du shit en bas de l'immeuble ? mes voisins a moi deal des boites de conserve des aides alimentaires (qu'ils recoivent par les associations humanitaire type "les enfoirés")... c'est pour payer leurs jaja, un ptit splif ou un paquet de clop... mais comprend bien la detresse... - de ceux qui vend - de ceux qui ACHETE (car ils n'osent eux, pas reclamer) puis tu oublie que certain sont pieger par des credit a la consommation (a 19% TEG). Non pas pour se payer la derniere bagnole ou des vacances a bali hein... mais pour se payer une TV ecran plat qu'ils payerons en 4ans le double du prix en bouffant des pattes (sans viande, ou alors de chez spangharo...). d'autre font de la cavalerie (un credit pour payer un credit) et vont se retrouver dans une merde dans laquel ils ne sortirons jamais... (pour des

		sommes de depart de misere) ainsi, d'autre irons se fournir chez "tombé du camion"... parce qu'un pouetpouet c'est quand meme vachement chouette... c'est important le "paraître" pour un ado... sinon, on en parle ou pas des 2000 milliards de la BCE ? a moins que tu penses que c'est partie en aide de solidarité ??? es tu bien sure de la cible de tes sarcasmes ?
06/12/2016 06:30	@Johnny FRERE	Oolm FoxZ merci, c'est toujours agréable de voir des gens qui comprennent bien tous les enjeux... Effectivement, les personnes qui s'endettent pour acheter des iPhone ou des écrans plats ne sont pas des abrutis. C'est juste qu'à cause de la publicité, des médias en général, ils ne sont réduits qu'à des consommateurs où pour monter dans l'échelle sociale, il suffit d'avoir les derniers trucs à la mode même si c'est au dessus de leur moyens. Tout ça montre le malaise qu'il y a dans la société et nous sommes responsables des actes de chacun. Alors certes, la philosophie de la droite, c'est "si t'es dans la merde, c'est de ta faute" et le raccourci est plus facile que la philosophie de gauche qui dit "si t'es dans la merde, c'est que la société et le collectif t'y as mis", ce qui est déjà beaucoup plus complexe à expliquer. Mais c'est pas grave, pour payer ton emploi, tu pourras faire livreur de colis, taxi uber, etc... Comme on en fait la promotion à la TV, à la radio. Sans jamais penser que c'est l'arnaque la plus absolue
06/12/2016 08:40	@ledernierutopiste	Et dire que Fillon veut augmenter la TVA et baisser l'impôt sur le revenu...
06/12/2016 08:44	@Christ-hv4xt	Johnny FRERE j'ai pas lu la discussion dans son entiereté je vais donc baser ma réponse à ton commentaire sur la seul base de celui ci et monter le mien sur une vision strictement personnel et si possible apolitique. À mon sens, les gens qui achètent des choses sans en avoir les moyens ne sont pas des abrutis, mais plutôt des imbéciles, il faut leur expliquer ou leur imposer (bien que ce ne soit sûrement pas la meilleure solution) l'impossibilité de lié leur compte en banque et leurs envies, il faut apprendre a ce priver. Je viens d'un collège de banlieue (aujourd'hui je suis à la fac) j'ai vu non pas tous, mais une part éxistente et visible des enfants allant au bureau avec

		leurs papiers de bourses avec des chaussures de marque et des téléphones très chers. La vie c'est apprendre a ce privés, j'ai eu la chance de grandir dans un foyer dans lequel l'argent n'était pas un des problèmes les plus importants, mais nous avons toujours consommé des produits en promotion,mes vêtements ne sont pas de marques très chère seul mon téléphone portable est de marque (et c'est loin d'être le plus cher). Aujourd'hui en parallèle de mes études j'ai décidé de faire caissier, métier qui à mon sens me permets d'obtenir un panel assez représentatif de la population et des diverses classes sociales, et il se trouve que sans rentrer dans des stéréotypes éxtrème les gens qui semblent avoir peur que leurs carte de crédit ne passe pas ne sont pas les plus économes au niveau de leurs courses, produits superflu, produits de marque 2 à 3 fois plus cher que des produits discount, peu de promotion et la majorité du temps sans cartes de fidélités (qui est un moyen d'economiser). Alors oui cela m'énerve de voir que l'on se prive et que l'on fait en sorte d'économiser alors qu'il est très largement possible d'enlever sur un panier à 150e quasiment 50e de produits superflu ou bien trop cher comparés à leurs égale de marque moins "cotés" un certain nombre de mes amis sont d'ailleurs dans l'optique de toujours dépenser sans réfléchir sur des coups de tètes... Alors oui, une personne ne se met pas nécessairement elle même dans la merde, la société il est vrai impose certaines choses qui sont anormales, mais parfois il faut savoir regarder des deux côtés et comprendre que la consommation est déviante comparé à l'argent du compte je pense avoir dis ce que je voulais dire, merci d'avoir lu :) je répet c'est strictement basé sur mon éxpèrience personnel Bonbe journée au plaisir de discuter
06/12/2016 08:45	@Christ-hv4xt	Johnny FRERE j'ai pas lu la discussion dans son entiereté je vais donc baser ma réponse à ton commentaire sur la seul base de celui ci et monter le mien sur une vision strictement personnel et si possible apolitique. À mon sens, les gens qui achètent des choses sans en avoir les moyens ne sont pas des abrutis, mais plutôt des imbéciles, il faut leur expliquer ou leur imposer (bien que ce ne soit sûrement

		pas la meilleure solution) l'impossibilité de lié leur compte en banque et leurs envies, il faut apprendre a ce priver. Je viens d'un collège de banlieue (aujourd'hui je suis à la fac) j'ai vu non pas tous, mais une part éxistente et visible des enfants allant au bureau avec leurs papiers de bourses avec des chaussures de marque et des téléphones très chers. La vie c'est apprendre a ce privés, j'ai eu la chance de grandir dans un foyer dans lequel l'argent n'était pas un des problèmes les plus importants, mais nous avons toujours consommé des produits en promotion,mes vêtements ne sont pas de marques très chère seul mon téléphone portable est de marque (et c'est loin d'être le plus cher). Aujourd'hui en parallèle de mes études j'ai décidé de faire caissier, métier qui à mon sens me permets d'obtenir un panel assez représentatif de la population et des diverses classes sociales, et il se trouve que sans rentrer dans des stéréotypes éxtrème les gens qui semblent avoir peur que leurs carte de crédit ne passe pas ne sont pas les plus économes au niveau de leurs courses, produits superflu, produits de marque 2 à 3 fois plus cher que des produits discount, peu de promotion et la majorité du temps sans cartes de fidélités (qui est un moyen d'economiser). Alors oui cela m'énerve de voir que l'on se prive et que l'on fait en sorte d'économiser alors qu'il est très largement possible d'enlever sur un panier à 150e quasiment 50e de produits superflu ou bien trop cher comparés à leurs égale de marque moins "cotés" un certain nombre de mes amis sont d'ailleurs dans l'optique de toujours dépenser sans réfléchir sur des coups de tètes... Alors oui, une personne ne se met pas nécessairement elle même dans la merde, la société il est vrai impose certaines choses qui sont anormales, mais parfois il faut savoir regarder des deux côtés et comprendre que la consommation est déviante comparé à l'argent du compte je pense avoir dis ce que je voulais dire, merci d'avoir lu :) je répet c'est strictement basé sur mon éxpèrience personnel Bonbe journée au plaisir de discuter

06/12/2016 09:08	@guillaume85260	Avé pavé ! En double en plus ! :D Les gens qui achètent des choses super chères veulent peut être de la qualité non ? Tu ne ressens pas ça en tant que caissier ?
06/12/2016 09:39	@Christ-hv4xt	Guillaume X les gens qui achètent des choses de marques veulent de la marques...que ce soit des Adidas à 80e ou des chaussures normal à 35 je ne pense pas qu'il y ai de réel différences...de même pour les téléphones doit t'on donner une bourse à une personne ayant à la main un téléphone coûtant la moiti de celle-ci. Dans la nourriture on le constat ce sont des exemples très bêtes qui pour vous ne signifie surement rien, mais qui vus toute la journée prennent sens...par exemple du gruyère rappé, c'est tout con il y a pas mal de marques, tout les prix pour au final un fout plutôt similaire, mais non...c'est la marque qui va être 1,5 fois plus cher qui serra acheté....0.50cent ça ne représente pas grand chose (quoi que 50cent c'est beaucoup pour moi), mais sur un caddie à 150e avec tout les produits comme ca c'est une grosse différence. le plus visible au niveau des différence de prix c'est les dessert plus particulièrement les yaourt qui bien que très ressemblant possède des différence de prix impressionnante passant du simple au triple...une fois de plus ce sont les marques les plus chère qui semble être favorisé par des familles n'en ayant pas les moyens. Attention ce genre de famille n'est pas l'entièreté de ce que je vois c'est néanmoins un événement récurrent. Il faut apprendre aux gens, pas nécessairement la privation, mais plutôt leur donner les éléments nécessaire à une meilleurs consommation dans l'optique de l'économie. Il n'est au vu du nombre de promotions dans les supermarché pas bien difficile de bien se nourrir correctement sans délaisser la qualité. Les gens pauvres ne sont pas nécessairement fainéant, chômeur ou profiteur, mais à mon sens c'est plutôt des gens qui ne savent pas consommer correctement et qui tombe dans tous les pièges du marketing comme des enfants, car on leur vend du rêve sauf que cela étant de l'argent est dépensé alors qu'il ne devrait pas. Comment trouvez vous l'idée que l'État donne une partie des ressources non pas financièrement, mais directement en

		nature ? voir même en bons comme c'était le cas en période de difficulté économique ou de rationnement . Bien entendu ce n'est qu'une question et ne reflet pas mon opinion je ne dis pas non plus que c'est viable je soulève seulement l'idée bon je m'arrèt la sinon j'en ai encore pour 4-5 paragraphe de plus
06/12/2016 12:06	@aurelienp.7450	+Soldat Cincenhun magnifique estoque, j'applaudis. C'est veritablement ca. j'ai ete atterré de voir dans un reportage sur des familles ''malaisees'' beneficiant de multiples aides pour ces pauvres malheureux, et au milieu de leur salon tronait un ecran geant... sic
06/12/2016 13:33	@oolmfoxz8170	nawak
06/12/2016 13:54	@Soldat Cincenhun	Yuno Gasai Si leurs réelle besoin c'est de se loger et de se nourrir, et d'avoir des études dignes je suis assez partisan de l'avantage en nature. "Donnes du poisson à un homme et il mangera une fois, apprends lui à pécher, il mangera plus d'une fois". On chauffe une maison aux fenêtres ouvertes là. Je rappelle aussi qu'en s'engageant dans le service civique (qui ne demande que 2 bras et 2 jambes, et encore) le salaire est proche de 700€, un peu plus je crois, et rendons à César ce qui est à César, c'est à la gauche qu'on le doit . Des apprentis vivent correctement avec 65% du SMIC parfois moins parfois plus, cela montre qu'une gestion correct réduirait particulièrement les besoins d'aides individuelles. Et mon idéologie c'est pas de dire on s'assoit sur la solidarité, mais de dire que la bonne solidarité c'est celle qui profite à tous. Les écoles, les routes, les hôpitaux, les installations de la fibre dans les villes, les centres de loisir, ce sont des équipements collectifs qui profitent à tous. C'est tout de suite beaucoup plus dure à tricher comme aides.
06/12/2016 14:54	@Christ-hv4xt	Soldat Cincenhun le but principale de l'aide étant bettement dis, d'aider qu'il soit sous forme de services ou en nature ne devrais normalement poser aucun problèmes aux receveurs de ce genre de prestation, elle limiterais certe les libertés lié à l'utilisation de cet argent, mais est-ce un mal ? c'est surement une idée à développer.

		le service civique , je viens de regarder l'idée est vraiment sympa je ne me rappelais que de manière très flou l'utilité de ce programme, en étant plus réaliste on tourne en vérité plus à 600e et le programme ne se limite que aux 18-25ans (30 ans pour les handicapés) les écoles, routes , hôpitaux....etc sont on n'y pense pas asse à compter au travers des aides.. Y a t'il d'autres avis ? il est plus intéressent d'avoir des arguments contraires ce serrais bien :)
06/12/2016 15:12	@HyperMathsYT	En quoi c'est mal de placer son argent sur les marchés financiers ? Est-ce interdit ?
06/12/2016 15:18	@MrMizzati	+Soldat Cincenhun Petite rectification : Je suis volontaire service civique et je gagne exactement 576,94 Euros net par mois. Pour gagner plus il faudrait que j'aie aussi droit au RSA, ce qui est très rare avant 25 ans (j'en ai 24).
06/12/2016 15:23	@Soldat Cincenhun	Autant pour moi, je suis resté sur le brut que j'ai dut voir sur une brochure. Ducoup je voulais avoir ton avis, comment vois tu le fais que certains touches à peu de chose pret ce que tu gagnes sans rien apporter à la société, contrairement à toi j'imagine (service civique).
06/12/2016 15:40	@Christ-hv4xt	MrMizzati je fais un peu doublou :) mais que pense tu de ton action au sein du service civique ? Que fais tu ? Est ce compliqué ? Tu le recommenderais ?
06/12/2016 15:49	@adrienlegrand5978	Johnny FRERE tout à fait, c'est le problème entre l'égalité et l'équité
06/12/2016 20:45	@Johnny FRERE	Yuno Gasai vous ne regardez pas le problème dans sa globalité. Le fait qu'une personne sans beaucoup de ressources achètent des choses dans importances ne vous questionne pas plus que ça ? Votre seul constat, c'est qu'ils sont imbéciles et qu'il faudrait qu'ils apprennent à se responsabiliser ? C'est beaucoup trop réducteur. C'est difficile d'expliquer ça dans les commentaires YouTube, mais tout ça, ce sont toujours des conflits de classe. Une personne qui ne gagne pas beaucoup n'est pas forcément conscient qu'il est pauvre. De part parce que dans les médias, les journaux ou dans les entreprises etc... On cache volontairement cette classe sociale (à la télé par exemple, on ne montre que 2% d'ouvriers alors qu'ils

		représentent 30% de la population) Demandez à une caissière dans classe sociale elle est, alors qu'elle est au SMIC, elle va dire qu'elle est de la classe moyenne. La publicité, les médias, les discussions générées font qu'on n'est réduit qu'à des consommateurs. C'est comme les voitures, c'est un marqueur de classe sociale. C'est pour ça que les hommes en veulent des belles. Et tout ça est induit par la publicité. Tu n'existes plus en tant qu'être humain, mais tu n'existes qu'en fonction de ton smartphone, de la taille de ta télé, du nombres de cuites que tu t'es pris dans le mois ou du nombre de like que t'as eu sur ton dernier statut. Il y a qu'à voir les musées, les sorties au parc, les dimanches midi en famille qui sont de moins en moins populaire. Au contraire, le dimanche, on préfère que tu sortes faire les boutiques ou aller au centre commercial (merci Mr. Macron)
06/12/2016 21:00	@MrMizzati	Soldat Cincenhun A mon avis ceux que tu dénonce sont archi-minoritaires, et je pense de plus que pour ne "rien" apporter à la société, il faudrait tout simplement ne "rien" faire, ce qui est impossible. Si tu achètes un produit, tu participes, si tu nettoies ton apart' tu participes ...etc...
06/12/2016 21:06	@MrMizzati	Yuno Gasai Pour préciser, je suis au service de la Prévention Routière (association pas état) en Bourgogne. Je crois être quasi indispensable au bon fonctionnement de l'asso, car je suis partout : en animation au collège, lycée, entreprise, pour les séniors et je fais aussi de la logistique. (Comprendre charger et décharger la voiture chaque jour). C'est pas du tout compliqué, mais j'hésite à le recommander, on est quand même payé au lance pierre ... Si t'es pas dans la merde niveau financier pourquoi pas, ça te fait un break d'un an. Mais c'est tout.
06/12/2016 21:07	@Johnny FRERE	MrMizzati c'est exactement ça. On se focalise beaucoup sur les 1% qui profitent un peu du truc (et que je maintiens que c'est le système qui en est responsable). Faut savoir qu'un pauvre, il se cache dans l'immense majorité des cas. Il n'arrive pas à assumer

06/12/2016 21:11	@MrMizzati	Romain Gout On te dira parfois que c'est mal parce que un euro placé ne revient pas a un euro investi, mais un peu moins en moyenne. Après je suis pas capitaliste donc tu te doutes que je suis pas pour placer son argent.
06/12/2016 22:55	@Christ-hv4xt	Johnny FRERE Responsabiliser n'est pas le mot, plus éduqué économiquement en fonctions de ces moyens. Ils ne sont pas imbéciles ils manquent de repères ou plutôt ils sont faussés. Quand tu touches les aides je pense que tu as conscience que tu es pauvre, cet argument n'est pas correct. Mes collègues se savent de classes pas très élevés, mais sont heureux de ne pas avoir à demander de l'argent à l'État car pouvant subsister avec leur propre travail. En gérant leur portefeuille correctement. Si les gens croient en la publicité c'est qu'ils manquent de repères ou alors effectivement ils sont simplets…dans ce cas oui il faut les aiguiller. Si tu pense n'exister que en temps que produit de consommation alors tu ne côtois pas les bonnes personnes. J'ai des amis de tout les rangs sociaux pourtant …je n'ai ni chaussures , ni jean, ni veste de marque et mon manteau est une capote de l'armée….pourtant on viens me parler Je n'ai pas compris le rapport avec les musée par contre..la plupart des musées étant gratuit pour les étudiants que l'on ne me dise pas que les pauvres n'on pas accès à la culture..toute personne qui le désire peut importe son niveau social à accès à celle-ci. Encore une fois il s'agit d'une partie de la population que je ne peux calculer, mais qui néanmoins existe.
06/12/2016 23:00	@Christ-hv4xt	MrMizzati rien apporté à la société signifie coûter plus cher à l'État que ce qu'on lui rapporte, alors même que l'on a la possibilité d'inverser la tendance ou du moins d'en limiter les coûts. aujourd'hui étudiant/salariés j'ai conscience d'être un poids pour l'État qui doit m'aider financièrement au travers de la faculté je souhaite donc un jour inverser la tendance et rapporter plus à l'État que ce qu'il à dépensé. au passage merci d'avoir répondu à mes questions :) concernant le service civique

07/12/2016 03:21	@Soldat Cincenhun	MrMizzati Par rien, j'englobe presque rien : leur ménage et leur TVA c'est minime et ça profite tellement peu à la société que c'est proche de l'inexistant. La dépense pour leurs aides est tellement grande à l'échelle de ce qu'ils apportent, que beaucoup de personnes imposables en ont marre. Le sujet prends ses bases dans un contexte économique et social, mais la polémique va plus loin que ça : c'est avant tout une notion de justice. Le fait de prendre l'argent de ceux qui réussissent à s'en sortir (souvent après des études longues ou au mérite et souvent lié à une forte implication personnelle dans leur travail) pour le DONNER à d'autres - qui ne veulent pas travailler (une minorité) ou - qui ne sont pas aptes (une autre minorité peut être déjà un peu moins vu comme injuste), ou - qui refusent d'autres jobs (parceque ce n'est pas lié à leur études ou contraignent ou rabaissant, etc...) et ça c'est déjà plus majoritaire ou simplement - qui ne peuvent presque rien faire, car inadapté alors que l'éducation est gratuite, puis en seconde couche: - les fraudes, - les aides cumulées, - les dépenses loin d'être indispensables voir nécessaires, - le travail dissimulé, + - le dénigrement de ceux qui paient pour eux (parfois haine de l'État français ou des classes moyennes et aisés catégorisés de "bourges")... + en bonus des gestions pas toujours optimisées (combien de fonctionnaires sont nécessaires dans tout ce processus d'aides?) ça fait beaucoup de raisons minoritaires de se sentir trompé dans ce marché de dupes. Je comprends ce qui ressentent la solidarité comme une injustice et qui voit le RSA et autres comme de l'assistanat, car il y a rie à en tirer au final si ce n'est de rare personnes qui arrives à sortir de cette passe. Alors que mis dans l'éducation, hôpitaux, etc (exemples de solidarité)... ces sommes donnerais un bon coup de pouce. Pour conclure, je vois ces aides financières comme un anti douleur pour soigner une grippe ou une bonne bronchite, ça donne bonne conscience et ça cache la douleur, mais ça ne soigne pas.
07/12/2016 17:18	@MrMizzati	Soldat Cincenhun J'ai la vague impression que vous surestimez grandement le nombre de pauvres qui abusent du système. Le

		chiffre de la vidéo c'est 1%. (On peut évidemment le contester avec des sources sérieuses.) Pensez vous que cela justifierait de supprimer ces aides au détriment des 99% qui n'en abusent pas ?
07/12/2016 23:32	@olivierhotv971	Tu n'a pas du voir la vidéo visiblement. - des gens qui ne veulent pas travailler ? (ou est le problème il n'y a pas assez de poste pour tous le monde, puis également des gens qui se mettent off pour harcèlement moral etc) - qui refusent d'autre job (alors va voir un patron français avec un parcours qui sort de ton cursus tu m'en dira des nouvelles, ont conseille même de laisser un trou sur le cv au pole emploi c'est pour dire... va pas croire que le mcdo embauche n'importe qui, il y'a tellement peu de taf que les patrons même pour des jobs alimentaires ont des critères élevés, j'ai fait une reconversion sur un job soit disant en tension résultat 3 ans de chômage et ça continue même en cherchant de l'alimentaire). - les dépenses loin d'être indispensables voir nécessaires (le regard des autres , le fait de se sentir exclu du groupe, la pression sociale, si tu n'a jamais ressenti ça quand tu était jeune c'est que visiblement tu ne manquai de rien.). - les fraudes (de quoi de 600 Euro par mois essaye de vivre avec, facile de taper sur ceux qui ne peuvent pas se payer un avocat, plus facile que de taper sur une boite du cac40 ou sur la soc gen qui se fait un crédit d'impôt aux frais du contribuable). - chacun paye pour les autres ça s’appelle vivre en société (si ça te dérange, tu peut faire l’ermite). Si il y'a de plus en plus de gens aux chômage ou au rsa ce n'est pas parce que c'est cool contrairement à ce que tu pense, c'est parce qu'il y'a plus destruction de poste que de création et ça fait partie de l'évolution logique sans même entrer dans un débat économique de crise.
08/12/2016 03:05	@Soldat Cincenhun	Wilbur Walsh je vous invite à aller vous faire mettre, avec les formes bien sûre. Merci pour votre commentaire constructif et très ouvert d'esprit.
08/12/2016 04:07	@Soldat Cincenhun	MrMizzati On ajoute 1% qui fraudent (ce qui reste dure à calculer objectivement, sinon j'imagine qu'on aurai déjà jugé les responsables) à 1% (dit au piff je l'avoue, mais malgré tout aussi une minorité) qui se met soit même dans ces situations, puis 1% dans

		un des cas sité plus de le commentaire pré-presedent, puis un autre, etc, etc... On se retrouve assez éloigné d'une minorité. Pour l'exemple: on a déjà vu perdre des politiciens à des élections parce qu'ils s'étaient mis à dos un ensemble de minorités. Un autre exemple, les prêt immobilier ne sont jamais qu'à 4% pour les plus chères, ce qui reste minoritaire. Mais pourtant au final on se fait saigner par notre banque. J'ai du mal à être convaincu par l'argument des 1% ou des minorités, c'est une manières de faire parler les statistiques, et les stats on peut leurs faire dire presque tout. olivierhotv Il y a une belle part de vérité, mais aussi une part de fatalisme, on rentre dans le domaine de la perception: celui qui cherche dira qu'il n'y a pas de travail alors que celui qui trouve ou qui a un boulot dira que si, il y a du travail. À l'époque de l'auto-entrepreunariat, du digital, et dans un contexte ou secteur tertiaire a autant de besoins, j'ai du mal à croire que certains ne puisse pas trouvé l'argent nécessaire pour s'alimenter sans frapper à la porte du RSA. Tout particuliere quand ils sont valides. Il y a toujours des choses qu'on peut travailler ou mettre en place pour être embauchable. (Après pour la pression sociale que tu cite je l'ai bcp subit et je trouve que c'est un manque de volonté voir de la faiblesse que d'y succomber au détriment de ses besoins primaires. Il faut revoir un peu ses besoins et pas à travers la définition du marketing) Une question l'interpelle: Ce ratio de poste supprimer/postes créé ne révèle t il pas un manque de capacité à évoluer? Est ce vraiment une aide financière qui résout le problème? Dernier point, si des personnes (à part l'autre mongole de Wilbur Walsh) souhaite que je sorte de cette discution, cette confrontation d'idée, qu'il n'hésite pas à le dire. Mon but but est d'échanger des idées et arguments sur ce sujet. Ça amène une réflexion et pousse à remettre en question certaines idées. J'ai par exemple pu changer d'avis sur certains points rien qu'à travers ce sujet via des messages bien écrits, plutôt argumentés, ou simplement des expériences que lu dans des commentaires. Je ne cherche ni les trolls ni à troller. Si ce désaccord n'existait pas il n'y aurait pas de droite et de gauche. L'ouverture d'esprit n'est pas

		réservé seulement qu'à ceux qui peuvent être d'avis divergent... Enfin je pense.)
08/12/2016 04:53	@Johnny FRERE	Soldat Cincenhun la philosophie que tu as est parfaitement de droite : "si t'es dans la merde, c'est de ta faute" Tu as le droit de le penser bien sûr. Faut vraiment avoir des oeillères pour dire qu'il y a du travail pour tout le monde... Enfin, seulement pour une certaine catégorie de personne. Comme le disait très justement un commentaire plus haut, il y a de plus en plus de gens sur qualifiés par rapport à leur personne. La fameuse secrétaire trilingue qui travaille sur un poste où elle n'utilisera qu'une seule langue, celle pour coller les timbres. C'est une réalité
08/12/2016 06:05	@Soldat Cincenhun	Et à côté de ça on recherche beaucoup de gars avec des bacpro en restauration ou électroteque ou informatique. Les métiers "ras des pâquerettes" ont la côte, ces mêmes métiers dont les orientations était vu comme honteuse. (Genre si t'es nul pour tout le reste, fais ça). C'est ce qu'on m'a dit personnellement.^^ Je vois les aides comme des dolipranne là où l'orientation ciblée est le début des soins. Pourquoi ne pas limité le nombre d'étudiants d'un domaine au nombre de postes dispos sur le marché? Ce chômage structurelles c'est un peu vouloir mettre des carrés dans des ronds et des ronds dans des carrés. Des fois même en forçant ça ne passe pas. Une des solutions serait de tailler les carrés en rond ou le contraire selon les erreurs d'orientation qu'il faut qu'on répare aujourd'hui. Mais personne ne répond a aucune demande, parfois on propose juste pas grand chose (mais souvent plus que 500€) (Sinon oui je suis plutôt d'accord avec les idées de droite et je pense que tu es plus porté sur les sensibilités de gauche.)
08/12/2016 06:14	@Johnny FRERE	Oui clairement très à gauche même. Effectivement, le pire ce sont dans les filières d'ingenieur où tu vas avoir 30000 diplômé pour 1000 boulots. Aujourd'hui, c'est plus facile d'aller en école d'ingénieur que dans une école pour faire boulanger. Malheureusement, c'est le résultat de la politique de droite qui

		supprime un à un led lycées professionnels. Alors que le bac pro, c'est un diplôme de haut niveau
09/12/2016 17:52	@ClessAlvvein	Effectivement la fraude existe, les gens qui achète un Iphone alors qu'ils ne touchent même pas le smic aussi et une bonne partie de ce que vous avez cité. Ce qui m'attriste c'est que dans la masse de pauvre on ne cible que ça. Je pense qu'il faut le vivre pour le comprendre. Quand tu te retrouve toi même à la rue tu vois que c'est beaucoup plus complexe. De la femme qui avec un petit boulot ne peut trouver de logement parce qu'elle est noire au jeune diplômé à qui on refuse le job par manque d'expérience. On peut aussi parler de la mêre de famille qui empoisonne ses enfants à manger du eco+ parce qu'elle n'a pas les moyen de mieux avec son boulot à mi-temps. Ces aides financières à ces gens là ça leur permet de survivre (et oui je parle bien de survie), mais eux ils ne sont pas dans les journaux. Retirez leur ces aides en leur disant que c'est de leur faute et que c'est tant pis pour eux et vous obtiendrez un taux de suicide record. En revanche vous avez raison sur ce que vous appelez les métiers "ras des pâquerettes" qui manquent de mains d'oeuvre. La faute au bac général devenu trop facile (presque 90% de réussite haha) et aux promesses de richesse dans les orientations post bac? Effectivement mettre une limite d'étudiant par rapport au nombre de poste pourrait être une solution. Redorer le blason de ces métiers, redonner de la valeur à leur savoir faire auprès des jeunes me paraît peut-être plus important.
09/12/2016 18:36	@Christ-hv4xt	***** ton commentaire est intéressant ce que je fais n'est pas fair play et j'ai horreur qu'on me le fasse, mais je prend juste une seule phrase que je vais commenter ce qui ne dois pas décrédibiliser le reste de ton intéressante analyse. "Manger du éco+" ne tue personne , au niveau de la bouffe les lois sont strictes et dans l'ensemble la France veille plutôt bien donc tu ne crèvera pas et ton gamin non plus si il bouffe des compotes de marques repères au lieu de compote Andros 3 fois plus cher et il en vas de même pour les autres produits. On peux mal manger par manque de moyens dans le sens ou c'est peu varier, car certains produits je l'accorde

		sont très cher, mais tu ne mourra pas en mangeant des produits qui ne sont pas de marques t'en que tu suis les règles de surreté sanitaires ;) Voila voila x) désolé de t'attaquer seulement sur un point Bonne continuation , je lis toujours la discussion qui est à mon sens intéressante. Faisons juste attention à rester correct les uns envers les autres ;)
09/12/2016 20:05	@ClessAlvvein	Yuno Gasai Je sais que c'est youtube mais de là à s'excuser autant de fois pour si peu quand même... :-) Je me suis peut-être mal exprimé. Je ne parlais pas spécialement de mourir en mangeant ce genre de produits, mais d'un apport énergétique bien souvent réduit, une quantité de sucres ou de graisses beaucoup trop présente. Je peux peut-être me trompé mais ce genre de produit à forcément des effets nocif sur la santé à long terme. Ne comparons toute fois pas aux extrêmes, il existe des produits (de marque repère ou non) de bonne qualité à bon prix, mais le fait est que l'eco+ est le moins chère possible et que c'est donc souvent la dessus qu'on se rabat, qu'on achète en majorité.
10/12/2016 00:25	@Soldat Cincenhun	+ Wilbur Walsh ? Vous avez oublié? vous deviez aller vous faire mettre... + ClessAlvvein. Ta vision est intéressante. Elle s'éloigne du portrait des Misérables souvent dépeint et est à mon goût bien plus réaliste. Le cas que tu cite représente malheureusement une minorité (je ne parle pas de 1%, mais en tout cas inférieur à 50%), et c'est ce qui m'énerve d'autant plus, cette injustice... Les portraits que tu as dépeint là pourrait être mieux aider ou accompagner si on éliminait des listes des aides ceux qui ne savent pas être raisonnable (tout les exemples cités plus haut dans la conversation). Ça créé un réel sentiment d'injustice, pas d'égoïsme ou de radinerie comme certains peuvent le penser. Mais gaspiller des impôts et des efforts avec un manque de précisions dans ces aides me dégoute un peu personnellement. Ça amène à se dire qu'il y a beaucoup d'assisté et malheureusement pas assez d'aidés dans toutes ces personnes qui touchent les aides pour moi et beaucoup de ceux qui continuent a utiliser le terme assistanat.

10/12/2016 00:43	@Soldat Cincenhun	Wilbur Walsh Le coca et le pop-corn inclu?
10/12/2016 21:40	@clementg5824	mec ce n'est pas en éloignant /discriminant les gens par rapport à leur argent que tu vas régler le problème . Si tu étais riche voudrais-tu payer la moitié de ta fortune tout les mois ou plus et les confiés à un état incapable? (Alors que en soit tu as mérité ton argent , mm ceux qui jouent en bourse , si tu en avais les capacités tu ferais comme eux). Moi je pense qu'il faudrait faire un % d'impôt assez commun à partir d'un salaire (Taxer des gens avec peu de moyen ça sert à rien juste à les foutre dans la merde) et que si on dépasse un certain % de revenu moyen par rapport à la population on doit financer la survie des autres ils peuvent aussi s'impliquer (financer des hopitaux/ restos du coeur etc....) les gens en sortirait grandi (les donneurs au lieu de les laisser dans un coin à se plaindre de donner trop il apprendrait la vie des autres) , ON y verrai donc une réelle création de lien dans la population et ceux dans le besoin je pense qu'il serait mieux encadré et suivi. Ainsi, l'État continuerai de faire fonctionner ses établissements publiques et ses institutions les personnes aisées se sentirai plus impliquées et moins montrées du doigt quant aux gens dans la galère ils seraient heureux, car ils seraient plus épaulés .
10/12/2016 23:38	@Johnny FRERE	clement gaillard bravo, tu viens de découvrir les cotisations salariales et patronales qui financent la sécurité sociale, et l'impôt sur le revenu qui financent d'autres établissements publics. Le modèle existe déjà en France. Sauf qu'au fur et à mesure, la droite et le PS veulent tout saccager et tout supprimer via la privatisation (grâce à la baisse des charges sociales et des impôts). Au contraire, le modèle existant déjà (voir le CNR en 1946), il faut le pousser beaucoup plus loin où les salaires, l'investissement et la Secu seraient financés exclusivement par la cotisation via des caisses séparées. Pour cela, il faut s'intéresser aux travaux de Bernard Friot
14/12/2016 12:08	@gaetan5606	Johnny FRERE non, mais ils se rendent pas compte . Ils sont débiles!!

07/01/2017 21:50	@krankarvolund7771	"Mais gaspiller des impôts et des efforts avec un manque de précisions dans ces aides me dégoute un peu personnellement. Ça amène à se dire qu'il y a beaucoup d'assisté et malheureusement pas assez d'aidés dans toutes ces personnes qui touchent les aides pour moi et beaucoup de ceux qui continuent a utiliser le terme assistanat" Pour paraphraser Voltaire, je préfère dix assistés qu'un miséreux. Et la proportion réelle aujourd'hui c'est plutôt dix aidés pour un assisté, pas de quoi casser trois pattes à un canard. Après, je ne suis pas contre une aide mieux qualifiée, par exemple, avec des coupons pour la bouffe on s'achète pas un écran plat ^^, Mais il faut surtout s'attaquer à l'origine du problème, et je suis d'accord quand vous dites que les aides ne sont que le doliprane ou l'anti-inflammatoire qui traite les symptômes sans soigner (quoique je ne suis pas d'accord sur le fait qu'il faut les supprimer, perso avant de me soigner, j'avale un doliprane pour faire baisser la fièvre histoire d'arriver à aller chez le médecin ^^). Et l'origine du mal, c'est la société capitaliste où nous vivons. On a 9 millions de pauvres dans un pays dont on nous dit qu'il est la 5 éme puissance mondiale, ça me paraît un sérieux paradoxe. Donc il faut créer des emplois, et pas à la manière des patrons qui en suppriment plus qu'autre chose: -Passage aux 32 heures légales, 40 heures maximales, avec une forte majoration des heures supplémentaires (par exemple 60% de l'heure). -Pour éviter la pauvreté, le SMIC à 1600 euros du mois, nationalisation de EDF, engie, et autres sociétés qui devraient être du service public, et gratuité des dépenses énergétiques (eau, électricité, gaz). Aides au logement en nature (en clair, on vous donne pas 500 euros pour chercher un appartement, on vous trouve un appartement et on vous le propose). -Ensuite on crée des emplois. C'est pas les chantiers qu'il manque, la planification écologique de M Mélenchon, mais on peut aussi lancer un chantier de construction/rénovation des locaux de l'Éducation nationale. Je viens d'une ville de la cambrousse, chez nous les collèges sont tous des années 70, et on en rénove environ un par an, en théorie, en général ils mettent 4-5 ans à le rénover. On peut aussi investir largement dans la conquête spatiale, ça aussi ça crée des emplois,

		etc... -Toujours dans la création d'emplois, embaucher des fonctionnaires. Plus d'agents du FISC, ça c'est vite rentabilisé, plus de personnes dans l'éducation et la santé qui ont été durement touchés par les con... l'opposition de droite, plus de policiers aussi, surtout par les temps qui courent. Bref rendre sa splendeur au service public, ce qui passe par la nationalisation de la SNCF, de Laposte (on aura même une banque nationale comme ça ^^), mais aussi de toutes les entreprises qui se déclarent en faillite, ou sont condamnés pour une violation de la loi. Une entreprise qui n'est pas capable de respecter la loi, elle passe au moins partiellement sous contrôle de l'Etat, comme ça on verra si elle recommencera ^^
08/01/2017 00:14	@Christ-hv4xt	-un smic à 1600e XD Conscient qu'une augmentation de salaire c'est une augmentation du prix de la main d'oeuvre et donc des produits ? XD et puis augmenté le smic aussi fortement serrais ridicule si les autres salaires n'augmente pas , totalement injuste ^^ -la gratuité des dépenses énergétiques serrais extrêmement problématique dans le sens où des que c'est gratuit les gens en abusent c'est bien connu ^^ -trouver un appart à une personne c'est bien...mais cela ne colle pas toujours au travail de la personne...impossibilité pour elle de déménager par exemple ^^ pour changer de travail :) -on créé des emplois c'est bien beau XD, mais...pour faire quoi ? cela à marché pour les USA en 1929...mais la France n'est pas les USA ^^ et les ateliers nationaux n'on il me semble en France n'été qu'un magnifique échec. -La conquête spatial XD n'est aujourd'hui qu'un gouffre financier et qui appel à une main d'oeuvre extrêmement qualifié ..ne croyez pas que les mécanicien ne sont que des gens lambda :) -le FISC ne remboursera pas bien longtemps même si frapper sur les mauvais payeur est une bonne chose à mon sens -des sociétés comme la SNCF appartiennent déja en parti à l'État et ne sont pas rentable... et enfin juste une question...tout votre argent vous le trouvez où ? parce que c'est bien beau de vouloir augmenter le smic de 400e....mais on le trouve où ? ce n'est pas quelques millions du Fisc qui vont servir à couvrir

08/01/2017 00:53	@krankarvolund7771	Yuno Gasai Bah le SMIC c'est le salaire minimum. Quand aux autres, les patrons vont bien devoir s'adapter, surtout que les salaires de la fonction publique seront adaptés eux ;) "Dès que c'est gratuit les gens en abusent", Mais bien sûr, les gens ne sont jamais raisonnables c'est bien connu ^^ Et s'il y a vraiment de l'abus, on limite à un certain plafond ;) Je suis d'accord qu'il peut être complexe de trouver un logement à quelqu'un, et ça ne serait qu'une mesure de dernier recours, mais je pense que les gens préfèrent un logement imposé qu'une voiture ;) Comme je l'ai dit la transition énergétique, rénover le service public (réseau ferroviaire, écoles, hôpitaux, etc...), on peut aussi créer des HLM, y'a pas mal de boulot.Ce ne sont que des pistes bien entendu ^^ Les Ateliers Nationaux étaient une excellente idée. mais ça a été mal organisé (on avait sous-estimé le nombre de chômeurs parisiens), sans prendre en compte la qualification des ouvriers, et ça a quand même été une franche réussite pour les ouvriers. C'est le gouvernement bourgeois qui s'est hâté de les fermer, provoquant une révolte d'ailleurs ;) La SNCF est gérée de manière libérale depuis plusieurs années et ne cesse d'accumuler du déficit depuis. Mais de toute façon le but n'est pas d'avoir des sociétés rentables, mais un service public efficace, bon marché voir gratuit, car à la portée de tous. En réduisant le prix des services publics minimum (énergie, transports, banque), on augmente le pouvoir d'achat et on réduit la misère des plus démunis. Pour l'argent, on a déjà le fait de "taper sur les mauvais payeurs" comme vous dites http://sudeduc83.org/IMG/png/Affiche_Solidaires_-_Ou_est_le_deficit_reduit400-2.png 48 milliards si on veut réduire le déficit, beaucoup plus si on veut juste se stabiliser à 1 ou 2 % ^^ Et je ne parle pas de l'impôt progressif qui serait mis en place avec un plafond à 100% pour les plus de 300 000 euros chez Mélenchon. Mais on peut réfléchir à d'autres taxes comme la taxe carbone. Ou simplement injecter l'argent et laisser faire l'économie, si les 4 millions de chômeurs retrouvent un emploi, la croissance va repartir à la hausse XD Et si vraiment ça ne suffit pas, on confisque l'argent des plus riches, petit emprunt forcé à taux zéro, en plus s'ils

		veulent que leur argent revienne, il faut qu'ils attendent en France :D
08/01/2017 07:38	@Christ-hv4xt	Oui le smic est effectivement le salaire minimum… « les patrons vont devoir s'adapter » XD personnellement je suis patron je délocalise ou je revend ma boite ^^ je doute qu'une augmentation de 400e par tète les entreprises puissent tenir…surtout que une fois de plus…salaire élevé=cout de production élevé=prix du produit fini élevé. Si le chauffage est gratuit je vous assure qu'il ferra 30degrés dans une bonne partie des maisons fenêtres grandes ouverte….la mienne aussi surement, de même pour l'eau les gens sont comme ca hein ^^ je m'en fou je paye pas l'eau, le chauffage… Limité à un certain plafond quand à lui c'est quasiment impossible…on fait quoi si le du mois une famille n'à plus d'eau ? car tout utiliser ? Si c'est pour travailler c'est avec plaisir que j'accepterais une voiture de l'État :0…le salaire lui payerai mon logement…parce que si tu as une maison, mais pas de voiture…bah tu es juste un boulet, car tu ne peux pas travailler J On créé déjà des HLM ^^…et au niveau des services il n'y à très clairement pas besoin de tous rénover ^^ Les Ateliers nationaux étaient un gouffre financier pour l'État et les gens n'étaient payé qu'une misère ^^ de plus pour des ateliers nationaux il faut des commandes ^^ (enfin je crois) Le but est d'avoir un service rentable qui peux investir et ce complexifié avec le temps…Vous êtes conscient du coup d'une ligne de train ou de métro …la gratuité allié à un bon état du réseau n »est pas concevable au vu du cout. Je suis caissier…une personne pauvre pour moi c'est une personne incapable de dépenser intelligemment…ce n'est pas de l'argent qu'il faut donner aux « miséreux », mais bien des bons pour ce nourrir ^^ XD dans votre pays on « confisque » littéralement l'argent de ceux qui on réussi ? Rappelé moi que si je réussi ma vie et que vous êtes au pouvoir je me sauve rapidement x). La taxe carbone…serrait pour ceux qui roulent….donc qui travaillent…« Simplement injecter de l'argent » on le fait tout le temps ^^ pour garder certaines usines à flot…on n'avance pas pour autant… De toutes façon les solutions que nous

		trouverons ne serrons pas comprise par l'autre, car je doute que nous défendions la même vision ^^ sans nécessairement être politiser
08/01/2017 07:47	@krankarvolund7771	Yuno Gasai Oh pour ça, t'inquiète pas ce qui compte c'est les entreprises, donc pas de fermeture d'usines, sinon nationalisées :D Et l'évasion fiscale... devine pourquoi je dis qu'il faut engager des gens au Fisc XD Eh j'ai dit que l'argent allait être rendu après, c'est juste que les gens qui ont de smillions en banque alors que l'État en a besoin, ça m'énerve. Donc je me sers, et je rends quand j'en ai plus besoin ^^ Le truc c'est que vous voulez absolument avoir un service rentable. Mais ce n'est pas le but, je sais que ça ne sera pas rentable. L'ISF et l'impôt sur le revenu paieront le service, c'est pas grave ^^ Oui, je me doute ;)
08/01/2017 12:59	@leaandersteen8388	Votre raisonnement du comportement du patron est faux, et ce, pour plusieurs raisons: - la majorité des emplois encore salariés en France ne sont pas délocalisable (cela fait un bail qu'on produit plus grand chose sur le territoire nationale, mais que l'on produit essentiellement des SERVICES) - la mobilité des entreprises qui permet de délocaliser, c'est la fameuse "libre circulation des capitaux", et ça, c'est un choix POLITIQUE et législatif, rien n'empêche de revenir dessus (et les entreprises devront se soumettre, car un état est plus puissant - quand son chef n'est pas corrompu - qu'une entreprise: je doutes qu'un chef d'entreprise discute si on lui envoie l'armée....) - la délocalisation est rentable économiquement QUE dans le cadre du "libre échange", hors, rien n'interdit à un état de rétablir ses frontières douanières, et la France peut tout a fait le faire, - une augmentation de 40eu par tête, les entreprises tiendront: c'est du bête fordisme. Pour que le salarié consomme, il faut qu'il gagne du fric.... Si les gens gagnent plus, ils vont dépenser plus et les carnets de commandes vides vont se remplir... Les pauvres et les pas riches dépensent tout et épargnent peu... contrairement aux riches qui épargnent énormément dans des paradis fiscaux, privant l'économie de son financement. On oublie souvent que la France est un pays économiquement

		puissant, avec une armée tout à fait puissante, un armement nucléaire à base de sous-marin d'attaque lanceur d'engin qu'aucun état ne peut se mettre à dos. Quand la France à dit merde à l'Otan, elle a eu aucun problème... les américains ont plié bagage.