

**MASTER MÉTIERS DE L'ENSEIGNEMENT,
DE L'ÉDUCATION, ET DE LA FORMATION**

Mention 2nd degré

MÉMOIRE DE RECHERCHE

MASTER MEEF Documentation

Titre du mémoire

**Pratiques et opinions des lycéens sur
les influenceurs**

Présenté par

Mathilde Esperce

Mémoire encadré par Gilles Sahut, Maître de
conférences en Sciences de l'Information et de la
Communication

Membres du jury :

Nom et prénom	Statut
Gilles Sahut	Maître de conférences en SIC
Marianne Renaudin	Professeur documentaliste, formatrice MEEF Documentation

Mémoire soutenu le 27 juin 2022

inspe
TOULOUSE OCCITANIE-PYRÉNÉES

ENSEIGNER
ÉDIFIER
FORMER

inspe.univ-toulouse.fr

TOULOUSE
[SAINT-AGNE • CROIX DE PIERRE • RANGUEIL]
ALBI • AUCH • CAHORS • FOIX
MONTAUBAN • TARBES • RODEZ



PROFESSEUR EN COLLÈGE ET LYCÉES

PRATIQUES ET OPINIONS DES ADOLESCENTS SUR LES INFLUENCEURS

MATHILDE ESPERCE

REMERCIEMENTS

Je tiens à adresser mes plus sincères remerciements à mon directeur de mémoire, Gilles Sahut, pour ses conseils, ses encouragements et sa patience, qui m'ont été précieux lors de l'élaboration de ce mémoire.

Je remercie également Marianne Renaudin, pour avoir accepté de faire partie du jury de ma soutenance.

Je voudrais aussi remercier Nicole Boubée pour son aide et ses conseils méthodologiques, indispensables pour la rédaction de ce mémoire.

Je remercie les élèves qui ont accepté de partager leur expérience au travers de mes entretiens.

Je remercie Anissa, pour les centaines de *pomodoros* en visio et pour ces deux années de Master qui s'achèvent.

Je remercie Frédéric pour son soutien, ses relectures, son aide, et pour tout le reste.

Enfin, je voudrais remercier ma famille pour leurs nombreux encouragements, leur aide et leur soutien sans faille.

RESUME

Notre étude vise à explorer les critères mis en avant par les adolescents dans leur adhésion aux influenceurs, et par la même occasion, déterminer les traits mobilisés pour évaluer l'information. Nous souhaitons dresser un aperçu des représentations et des opinions que portent les adolescents sur les influenceurs, ainsi que le rôle qu'ils occupent dans leurs pratiques informationnelles. Pour réaliser cette enquête, nous avons mené des entretiens semi-dirigés auprès de huit adolescents âgés de 17 à 18 ans, que nous avons analysé grâce à l'approche qualitative. Nos résultats nous ont montré que l'authenticité, le désintéressement et la proximité avec les influenceurs étaient des critères déterminants dans le choix des adolescents et que ces derniers faisaient preuve d'un certain recul critique vis-à-vis de leurs pratiques.

Mots clés : *Evaluation de l'information, influenceurs, confiance, autorité, crédibilité*

TABLE DES MATIERES

Introduction	9
Partie 1 : Etat de la question	10
1. La figure de l'influenceur.....	10
1.1. Définition	10
1.2. Les différents types d'influenceurs	11
2. Jugements de crédibilité des influenceurs	13
2.1. Les procédés d'évaluation de l'information	13
2.2. Les adolescents et l'évaluation des influenceurs	14
Partie 2 : Méthodologie.....	16
1. Approche méthodologique choisie.....	16
2. Dispositif méthodologique mis en place	17
2.1. Le guide d'entretien	17
2.2. Déroulement de l'enquête	19
2.3. Traitement des données.....	20
Partie 3 : Résultats de l'enquête.....	21
1. Quelques éléments sur les pratiques des enquêtés	21
2. Les critères d'adhésion aux influenceurs	22
2.1. Les influenceurs sont associés au type de contenu qu'ils produisent	22
2.2. Les participants valorisent l'authenticité des influenceurs	24
2.3. Les participants préfèrent les influenceurs qui leur ressemblent	27
3. Evaluation de la crédibilité des influenceurs.....	29
3.1. Influenceurs spécialistes de leur domaine.....	30
3.2. L'honnêteté de la démarche des influenceurs	32
3.3. Rigueur du contenu proposé	36

3.4. Impact du nombre d'abonnés sur les jugements de crédibilité	38
4. Les participants font preuve d'esprit critique vis-à-vis des influenceurs.....	40
4.1. Les participants sont conscients de l'impact des algorithmes sur leurs pratiques .	40
4.2. Les participants reconnaissent la responsabilité des influenceurs	42
4.3. Les participants sont en partie conscients des stratégies mises en place par les influenceurs	43
4.4. Emprise exercée par les plateformes par le biais des influenceurs	43
Partie 4 : Implications professionnelles.....	45
Conclusion.....	47
Bibliographie.....	49
Annexes	52
Annexe 1 : Le guide d'entretien	52
Annexe 2 : Transcriptions des entretiens	53
Entretien avec Lou	53
Entretien avec Lisa	66
Entretien avec Sébastien.....	73
Entretien avec Manon.....	81
Entretien avec Alicia	88
Entretien avec Thomas	93
Entretien avec Arthur et Bastien	101

INTRODUCTION

En 2020, plus de 98% des adolescents de 14 à 18 ans disposaient d'un compte sur au moins un réseau social (Jehel, 2020). Les réseaux sociaux ont grandement facilité l'accès à l'information, qui viennent compléter voire remplacer les médias traditionnels pour les plus jeunes. De nouvelles figures d'influence sont alors apparues, se faisant relais ou le producteur de l'information (Lukasik, 2019), que nous qualifions d'influenceurs. Ces individus représentent aujourd'hui une part importante de la culture numérique juvénile et sont au cœur de leurs pratiques informationnelles (Aran-Ramspott et al., 2018). De plus, dans la période actuelle qui semble caractérisée par une baisse de confiance envers les médias et les professionnels de l'information, ceux-ci pourraient faire partie d'une forme émergente d'autorité (Broudoux & Ihadjadene, 2020).

Notre étude a pour objectif de récolter des données sur ce que pensent les adolescents des influenceurs et quels sont les critères mobilisés dans leur adhésion à leurs contenus. Le but final étant de déterminer les processus d'évaluation de l'information mis en œuvre par les adolescents. Pour tenter de répondre à ces questions, c'est l'approche qualitative qui nous a paru la méthode d'analyse la plus pertinente, étant donné le caractère exploratoire de notre démarche. Pour ce faire, nous avons mené des entretiens avec huit lycéens âgés de 17 à 18 ans, afin de connaître leurs pratiques sur les réseaux sociaux concernant les influenceurs.

Dans un premier temps, nous présenterons un état de la question sur les influenceurs et sur l'évaluation de l'information. De plus, nous présenterons quelques travaux portant sur la réception des influenceurs par les adolescents. Dans un second temps, nous expliquerons le dispositif méthodologique mis en place pour répondre à notre question de recherche. Dans un troisième temps, nous détaillerons les résultats obtenus lors de nos entretiens, que nous discuterons en les comparant avec la littérature scientifique. Enfin, nous présenterons les implications professionnelles liées à notre question de recherche, et notamment les perspectives que les professeurs documentalistes peuvent envisager dans leur conception de l'éducation aux médias et à l'information.

PARTIE 1 : ETAT DE LA QUESTION

1. La figure de l'influenceur

1.1. Définition

Les recherches sur la notion d'influenceur sont antérieures au développement des réseaux sociaux numériques. En 1970, l'influence est étudiée dans des travaux de sémiologie. Bremond (1970) modélise l'influence comme la relation entre deux acteurs : un « agent influenceur » et un « patient influencé ». Selon lui, l'influence modifie les dispositions de la personne influencée vis-à-vis de la situation présente ou d'événements futurs auxquels elle est susceptible de participer. Il décrit deux types d'influence, l'influence intellectuelle et l'influence affective. L'influence intellectuelle est associée au fait de convaincre et a un effet sur la réception et les compétences de raisonnement. L'influence affective agit sur les émotions du patient influencé, que l'agent influenceur va amener à redouter ou espérer certaines situations. Cette première modélisation de l'influence permet de décrire la relation influenceur/influencé dans un cadre théorique mais il convient de définir la figure de l'influenceur dans l'espace numérique.

La figure de l'influenceur est indissociable de la notion de leader d'opinion, telle que définie par Lazarsfeld (Lukasik, 2019). Le leader d'opinion intervient dans le modèle de la communication en deux étages, établi par Lazarsfeld. Celle-ci postule que les médias n'influencent pas directement les usagers-récepteurs mais que l'information passe par le biais d'usagers-récepteurs dominants, les « leaders d'opinion », qui vont à leur tour influencer leurs groupes d'usagers-récepteurs. Selon Lukasik (2019), les réseaux sociaux constitueraient la concrétisation de ce modèle de communication à deux étages, puisque les individus s'informent auprès de médias, puis évaluent et sélectionnent l'information avant de la diffuser à leur réseau.

La figure de l'influenceur Web a trouvé son origine à partir des années 2000 avec le développement des blogs (Attruia, 2021). Les « bloggeurs » utilisaient cet espace d'expression pour dispenser des conseils sur divers sujets, partager leur passion, leur travail. Pour Attruia (2021), ces bloggeurs influents rédigeaient essentiellement des articles pour orienter les comportements d'achat et de vie des internautes. Avec l'avènement des réseaux sociaux, ces

bloggers ont progressivement migré sur de nouvelles plateformes, devenant *influenceurs*. L'identification des influenceurs passe alors souvent par le nom de la plateforme qu'ils utilisent (« Youtubeurs », « Instagrammeurs », « Tiktokeurs », etc.). Certains choisissent de s'autodésigner « créateurs de contenus », terme qu'ils considèrent plus valorisant et qui permet de s'affranchir du nom du réseau social qui les héberge, d'autant plus qu'ils produisent généralement du contenu pour différentes plateformes. Attruia (2021) définit alors la notion d'influenceur comme « leader d'opinion digital qui, du fait de son autorité, de sa position, ou de son exposition médiatique, oriente les préférences et les comportements d'achat des consommateurs ». En revanche, Gross & Wangenheim (2018) établissent une définition plus large du terme d'influenceur, comme un individu qui a développé son audience à partir des réseaux sociaux.

Par ailleurs, la notion d'influenceur est étroitement liée à celle de communauté. Le concept de communauté en ligne faisait à l'origine référence à une activité auto-organisée de discussion et de coopération en ligne, mais est aujourd'hui le terme employé par les influenceurs eux-mêmes pour désigner leur public (Cardon, 2019). La communauté regroupe alors l'ensemble des individus qui suivent un influenceur, qui sont récepteurs de leurs publications et qui adhèrent généralement à son contenu. Ces usagers peuvent être abonnés au compte de cet influenceur sur une ou plusieurs plateformes, selon leurs pratiques des réseaux sociaux et leur degré d'adhésion à l'influenceur.

1.2. Les différents types d'influenceurs

Le statut d'influenceur présente de multiples déclinaisons qui évoluent selon les pratiques des utilisateurs des différentes plateformes numériques. Ils représentent une classe ouverte mais on peut diviser cette classe en plusieurs catégories afin d'en esquisser une typologie.

Gross & Wangenheim (2018) distinguent quatre catégories d'influenceurs, les « snoopers », les « informers », les « entertainers » et les « infotainers ». Les « snoopers » sont des influenceurs qui créent et publient un contenu à caractère personnel. Ils n'ont pas vraiment de ligne éditoriale et ont pour objectif de tirer profit des plateformes pour créer et partager autour de leur passion ou de leur vie quotidienne, sur des sujets très divers. Ils sont considérés comme des amateurs passionnés et entretiennent une grande proximité avec leur communauté en multipliant les interactions, en répondant aux commentaires mais aussi en ayant des conversations individuelles avec leurs abonnés.

Les « informers » ou *informateurs* sont les influenceurs qui se donnent pour but d'informer leur audience et de partager leurs connaissances. Le contenu qu'ils produisent est d'ordre informationnel ou pédagogique et porte sur un domaine de savoirs qu'ils maîtrisent, de par leur parcours professionnel et/ou leurs expériences personnelles (cuisine, santé, art...). Selon Gross & Wangenheim (2018), les *informateurs* tiennent à leur image d'experts et à être considérés comme dignes de confiance et comme source crédible d'information, et sont conscients de leur responsabilité. Pour illustrer cette catégorie, on peut citer un influenceur comme HugoDécrypte, spécialisé dans la vulgarisation de l'actualité.

Les « entertainers » ou *amuseurs* sont les influenceurs dont le but est avant tout de divertir leur public. Leur contenu est généralement d'ordre humoristique mais peut aussi porter sur des domaines tels que l'horreur, la musique, la fiction... Ces influenceurs s'investissent de manière personnelle dans le contenu qu'ils produisent, même s'ils entretiennent généralement une relation plus distante avec leur communauté.

Les « infotainers » sont une version hybride entre les *informateurs* et les *amuseurs*. Le contenu qu'ils produisent peut être soit informatif, soit divertissant, soit les deux. Ces influenceurs sont généralement experts dans leur domaine, mais incluent une grande part de divertissement et apportent une touche personnelle dans leur contenu, en partageant leur point de vue et leurs sentiments.

Attruia (2021) distingue quant à lui trois sortes d'influenceurs du Web : les experts du marketing d'influence qui sont spécialistes de la communication sur les réseaux sociaux, les vedettes et autres stars du Web, et enfin les amateurs, qui bénéficient d'une grande visibilité, malgré le fait qu'ils n'aient pas un rôle professionnel et qu'ils ne soient pas vraiment reconnus comme des célébrités. Cette dernière catégorie est celle qui se rapproche le plus de la catégorie des « snoopers » de la typologie de Gross & Wangenheim (2018). Les deux typologies se répondent par le fait que l'une s'attarde davantage au contenu produit par les influenceurs et la deuxième catégorise le degré de professionnalisation de ceux-ci.

Par souci de clarté, nous désignerons dans ce mémoire comme « influenceur » tout créateur ou créatrice de contenu sur les réseaux sociaux étant connu et considéré comme tel par un nombre substantiel d'internautes, à l'image de la définition présentée par Gross & Wangenheim (2018). Nous faisons le choix d'inclure aussi dans cette définition les têtes d'affiche de télé réalité, celles-ci disposant d'une forte image médiatique sur les réseaux sociaux et le contenu produit ne différant pas nécessairement des influenceurs issus exclusivement du Web.

2. Jugements de crédibilité des influenceurs

2.1. Les procédés d'évaluation de l'information

Pour comprendre les procédés mis à l'œuvre par les internautes dans l'adhésion au contenu d'un influenceur, il est nécessaire de présenter les mécanismes mis en œuvre dans le développement de l'évaluation de l'information. Ainsi il convient de définir les notions de crédibilité, de confiance, d'autorité, et des relations que ces notions entretiennent entre elles dans l'évaluation de l'information.

La crédibilité renvoie à la « croyabilité » (*believability*) d'une source ou d'un message (Flanagin & Metzger, 2008), c'est-à-dire à la capacité de pouvoir se fier à la source d'information ou simplement croire l'information elle-même. Elle repose sur deux éléments principaux, la fiabilité (*trustworthiness*) et l'expertise de la source, mais peut aussi être influencée par des facteurs secondaires, comme le charisme et l'attractivité par exemple. La notion de crédibilité est étroitement liée avec plusieurs concepts : la confiance, l'intégrité ou le sérieux de la source, la précision, la réputation, la qualité de l'information, l'autorité et la compétence de la source (Flanagin & Metzger, 2008). Ces différentes notions sont plus particulièrement liées soit à la fiabilité, soit à l'expertise de la source. La fiabilité relève de facteurs considérés comme subjectifs (confiance, intégrité, réputation de la source), tandis que l'expertise relève de facteurs considérés comme objectifs (précision, qualité de l'information, autorité de la source, compétence).

Les différents travaux présentés par Tricot et al. (2016) distinguent aussi deux catégories d'attributs pour juger de la crédibilité d'une source. Le premier attribut est l'expertise, qui renvoie aux compétences de la sources vis-à-vis du sujet (statut, qualifications, expérience). Cette expertise est légitimée grâce au statut, aux qualifications ou à l'expérience de la source pour produire des informations sur un sujet donné. Le second attribut mobilisé pour juger de la crédibilité d'une source est « l'honnêteté » de la démarche. Une source sera davantage considérée comme fiable s'il est clair que ses motivations sont perçues positivement et qu'il n'y a pas de doute sur son intention de dire le vrai, sa loyauté et qu'elle agit dans le respect des règles déontologiques.

Ainsi, on peut considérer que la crédibilité est un caractère subjectif qui va dépendre du récepteur de l'information. La crédibilité est attribuée à une information selon sa croyance en sa valeur de vérité et par conséquent, elle dépend donc en grande partie de la confiance accordée en la source (Tricot et al., 2016). La relation de confiance envers la source se développe quand celle-ci s'est avérée crédible un nombre suffisant de fois, c'est-à-dire a produit un certain nombre d'informations qui se sont révélées crédibles.

Une autre notion étroitement liée à la crédibilité est la notion d'autorité. Celle-ci est définie par Wilson en 1983 comme la reconnaissance et l'acceptation de l'influence d'une source afin d'acquérir de nouvelles connaissances (Tricot et al., 2016). L'autorité peut avoir pour origine un processus descendant, par association avec des groupes sociaux considérés comme légitimes. Elle peut également être issue d'un processus ascendant, c'est-à-dire par la validation d'un grand nombre d'individus récepteurs. L'attribution de l'autorité est donc influencée par des mécanismes sociaux, notamment par les recommandations ou l'opinion des pairs sur la source.

2.2. Les adolescents et l'évaluation des influenceurs

Notre étude s'intéressant aux critères de jugement de crédibilité des influenceurs par les adolescents, il convient de s'intéresser à des études déjà réalisées sur le rapport qu'ont les jeunes aux influenceurs.

Selon les données de l'Observatoire des pratiques numériques des adolescents en Normandie, YouTube est le site le plus consulté par les adolescents (Jehel, 2020). En effet, 96% des enquêtés déclarent utiliser régulièrement la plateforme. De nombreux travaux se sont donc intéressés aux pratiques des adolescents vis-à-vis des Youtubeurs. Dans une étude menée sur la relation des préadolescents aux Youtubeurs, Aran-Ramspott et al. (2018) établissent que les adolescents plébiscitent particulièrement les Youtubeurs car le format des vidéos permet une spontanéité qui est à l'opposé des autres contenus médiatiques plus traditionnels. Leurs travaux montrent que les influenceurs sont une part intégrante d'une « culture numérique juvénile » car ils initient les jeunes à un contenu multimédia dont ils sont la cible. Ils sont une référence en matière de divertissement, mais ils jouent également un rôle dans la socialisation des adolescents. Les influenceurs sont associés par les adolescents à des « role-model », figure assez éloignée pour provoquer un désir mais assez proche pour ne pas paraître inaccessible (Aran-Ramspott et al., 2018). De plus, les jeunes adolescents auraient tendance à établir une

catégorisation psychologique similaire entre des personnages fictifs de série télévisée et les Youtubeurs.

Les travaux de Philippe (2019) sur les représentations de la figure du Youtubeurs chez les adolescents montrent que des qualités morales sont attribuées aux influenceurs (son étude porte plus précisément sur les Youtubeurs). Un élément mis en avant par les jeunes participants de l'étude est l'aspect désintéressé de la démarche des Youtubeurs par opposition aux grosses chaînes qui seraient corrompues par les partenaires commerciaux. Ils les présentent comme des vidéastes amateurs qui souhaitent partager leurs passions sur les médias sociaux. Philippe (2019) atteste que cette présumée insouciance serait une preuve de qualité morale et apporterait un caractère authentique au contenu proposé par ces Youtubeurs. De plus, cette insouciance amènerait les spectateurs à excuser plus facilement les erreurs éventuelles des Youtubeurs qui seraient forcément accidentelles.

L'évaluation de la crédibilité des influenceurs par les plus jeunes repose donc en grande partie sur la perception de l'authenticité de l'influenceur. Cependant, ce critère est de plus en plus difficile à percevoir à cause de la professionnalisation croissante des contenus proposés. En effet, pour certains influenceurs qui ont vu leur célébrité augmenter, leur individualité et leur autonomie est parfois remise en cause par une partie de leur public (Zimmermann et al., 2020). Par ailleurs, la fiabilité, l'attractivité et les points de ressemblances avec les abonnés sont des facteurs qui affectent positivement la confiance accordée à l'influenceur (Zimmermann et al., 2020).

A travers cette revue de la littérature, nous sommes amenés à nous poser plusieurs questions. Quels sont les critères mis en avant par les adolescents pour adhérer au contenu d'un influenceur ? Comment ces critères sont-ils attribués ? Comment est-ce que les adolescents évaluent l'information produite par les influenceurs ?

PARTIE 2 : METHODOLOGIE

Pour répondre à notre question de recherche examinant les critères mis en avant par les adolescents pour adhérer au contenu d'un influenceur, nous avons choisi l'approche qualitative et adopté la méthode des entretiens semi-dirigés. Dans un premier temps, nous justifierons nos choix et dans un second temps, nous présenterons notre protocole de recueil de données et d'analyse.

1. Approche méthodologique choisie

La méthode qualitative est une méthode de recherche qui vise à l'analyse de données descriptives, c'est-à-dire des paroles ou encore le comportement des enquêtés (Taylor et al., 2015). Paillé & Mucchielli (2021) développent deux sens de l'analyse qualitative, le premier étant le recueil de données qualitatives, comme des témoignages ou des images vidéo. Le second sens vient de la méthode d'analyse, qui consiste en l'extraction de sens à partir des données, plutôt que la transformation de ces données en statistiques, comme dans le cadre de la recherche quantitative. La recherche qualitative vise à dégager les opinions, le ressenti des enquêtés, ou encore leur expérience. De cette manière, cette méthode est inductive, c'est-à-dire qu'on cherche à développer des concepts et des catégories à partir du matériau collecté et pas à partir d'idées ou de théories préconçues (Taylor et al., 2015). Dans cette logique, le processus d'enquête qualitative est mené de manière naturelle, en essayant de se rapprocher le plus possible des pratiques des enquêtés (Paillé & Mucchielli, 2021a).

Une des méthodes possibles pour procéder à une analyse qualitative est l'entretien de recherche (Blanchet & Gotman, 2007). Il s'agit d'une discussion entre le chercheur et le participant, dans lequel celui-ci est encouragé à développer son point de vue et parler de ses pratiques. L'entretien peut être libre, ou dirigé pour permettre un degré de liberté à la discussion plus ou moins important. Dans le cadre de notre étude, nous avons choisi de procéder à des entretiens semi-dirigés, c'est-à-dire aiguiller la discussion grâce à un guide d'entretien, en laissant de la liberté au participant pour développer ses réponses, mais en posant des questions

supplémentaires pour que le participant puisse étayer son point de vue sur des points particuliers (Blanchet & Gotman, 2007). Les entretiens ont été menés pour la quasi-totalité de manière individuelle, pour que les participants se sentent plus libres de répondre et qu'ils ne soient pas influencés par les réponses de leurs pairs. Un seul entretien a été mené avec deux participants, afin d'observer les échanges qu'ils pouvaient avoir sur leurs pratiques et sur leurs opinions vis-à-vis des influenceurs. Dans la logique de l'analyse qualitative et afin de se rapprocher au plus possible de leurs pratiques, les participants ont été encouragés à consulter leurs smartphones s'ils en ressentaient le besoin, pour répondre le plus précisément possible en utilisant un support (Paillé & Mucchielli, 2021a).

2. Dispositif méthodologique mis en place

2.1. Le guide d'entretien

Afin de mener les entretiens semi-dirigés, nous avons élaboré un guide d'entretien pour nous permettre de cerner les pratiques, et plus particulièrement les jugements de crédibilité des adolescents vis-à-vis des influenceurs. Ce guide s'articule autour de quatre axes que nous allons développer.

Au préalable, nous avons rappelé notre définition d'un influenceur comme étant tout créateur ou créatrice de contenu sur les réseaux sociaux étant connu et considéré comme tel par un nombre substantiel d'internautes, à l'image de la définition de Gross & Wangenheim (2018).

Axe 1 : Les critères d'adhésion à un influenceur

Pour commencer chaque entretien, nous avons amorcé la discussion en nous renseignant sur les influenceurs suivis et les pratiques générale vis-à-vis des influenceurs. La discussion a été ouverte dans chaque entretien en demandant quels étaient les influenceurs suivis par le participant. Puis, nous avons demandé à chaque enquêté comment avaient-ils connus ces influenceurs, notamment pour nous interroger sur l'influence de l'entourage sur le choix de ceux-ci. Nous avons ensuite demandé au participant ce qu'il appréciait chez ces influenceurs, afin de connaître les facteurs de préférence les plus importants selon eux. Puis, nous nous sommes intéressés à savoir si le participant les considérait comme fiables. Nous avons ensuite cherché à savoir si le « score » des influenceurs avait une importance pour le participant en lui

demandant s'il portait une attention particulière aux nombres de vues, d'abonnés et de réactions aux publications des influenceurs, de même pour les commentaires. Enfin, nous avons souhaité savoir si le participant suivait ces influenceurs sur plusieurs réseaux sociaux différents, afin de connaître le degré d'adhésion à l'influenceur en lui-même, et pas seulement à son contenu.

Axe 2 : Les critères de rejet des influenceurs

Le second axe est consacré au rejet d'un influenceur. Nous avons cherché à nous demander quels étaient les critères qui entraînaient un rejet de l'influenceur, et également s'ils étaient complémentaires aux critères d'adhésion. Pour cela, nous avons demandé aux participants s'ils n'appréciaient pas certains influenceurs, tout en justifiant son choix et s'il y en avait qu'il avait apprécié avant et rejetait maintenant. Nous leur avons également demandé s'il leur arrivait de regarder le contenu des influenceurs qu'il n'appréciait pas, car cela pourrait s'inscrire dans une pratique sociale telle que décrite par Cohen et al. (2021).

Axe 3 : La dimension sociale des pratiques autour des influenceurs

Le troisième axe est consacré à la dimension sociale des pratiques autour des influenceurs. Nous cherchons à savoir si les adolescents parlent entre eux des influenceurs et s'il leur arrive d'être influencés par l'avis de leurs pairs. De plus, nous nous sommes questionnés sur l'impact rassembleur des influenceurs sur les adolescents, comme abordé dans les travaux de Aran-Ramspott et al. (2018).

Axe 4 : La dimension affective de la relation aux influenceurs et l'impact sur les jugements de crédibilité.

Ce dernier axe est centré sur l'impact de la relation affective sur les jugements de crédibilité des influenceurs. Nous nous demandons si l'attribution de qualités morale, et la relation que les influenceurs entretiennent avec leur communauté ont une incidence sur le jugement que portent les adolescents. Dans un premier temps nous nous intéressons au fait de savoir si les participants se sentent proches des influenceurs qu'ils regardent et s'il y a un attachement à la personnalité de l'influenceur, au-delà du type de contenu qu'il produit. Dans un second temps, nous avons cherché à questionner l'image de sincérité des influenceurs. Dans un troisième temps, nous avons questionné la notion de confiance vis-à-vis des influenceurs. Nous avons également demandé à chaque participant s'il avait déjà été déçu par un influenceur

et le cas échéant, de quelle manière. Enfin, nous avons posé des questions sur le rapport au modèle économique des influenceurs, notamment sur les placements de produits.

Pour faciliter la discussion, nous avons travaillé la formulation des questions afin qu'elles soient bien comprises par les participants, en utilisant des mots simples et en s'efforçant d'utiliser des tournures de phrase qui paraissent le plus neutre possible. Une de nos préoccupations était en effet que le participant ne perçoive pas quelconque jugement de valeur dans les questions et qu'il puisse parler librement de ses pratiques personnelles. De plus, nous avons préparé quelques relances au préalable pour nous assurer de pouvoir recueillir des données exhaustives.

Enfin, certaines questions ont été légèrement modifiées après les passations des deux premiers entretiens, car leur formulation n'était pas tout à fait claire pour les participants. Nous avons rajouté une question en fin de questionnaire sur la responsabilité des influenceurs vis-à-vis de leur communauté, car cette thématique a été abordée spontanément par les premiers participants. Nous l'avons en effet jugé pertinente vis-à-vis de notre question de recherche.

2.2. Déroulement de l'enquête

Le dispositif mis en place a consisté en une série de six entretiens individuels et d'un entretien collectif auprès d'un échantillon non représentatif de la population âgée de 17 à 18 ans (cf. Tableau 1). Ces entretiens ont été réalisés entre le 5 mai 2022 et le 20 mai 2022. Ils se sont déroulés au domicile d'un des participants et au Centre de Documentation et d'Information de leur lycée. Pour les entretiens réalisés au CDI, certains se sont déroulés dans son enceinte, celui-ci étant fermé pour l'occasion. D'autres entretiens se sont déroulés dans une annexe du CDI lorsque celui-ci ne pouvait être fermé. Les participants ont été sélectionnés au hasard parmi un public de lycéens, sur la base du volontariat. Lors de la prise de contact, nous avons présenté le cadre de l'entretien (mémoire de recherche, entretiens enregistrés et retranscrits, durée approximative des entretiens, données anonymisées) ainsi que le thème sur lequel portait le travail de recherche, c'est-à-dire les influenceurs, ce qui nous a permis de recruter des participants qui étaient eux-mêmes intéressés par cette thématique et consommateurs de contenu produit par les influenceurs sur les réseaux sociaux.

Pour faciliter l'analyse des données, chaque entretien a été enregistré avec l'application « enregistreur » du smartphone et a fait l'objet d'une retranscription. Le fait d'enregistrer l'entretien plutôt que simplement prendre des notes nous a permis une meilleure objectivité

dans l'analyse des données, et une meilleure fluidité lors des entretiens. En effet, ceux-ci se sont déroulés sous la forme d'une discussion, même si nous consultations le questionnaire de temps en temps pour n'oublier aucun point. La durée des entretiens que nous avions anticipée était comprise entre 30 et 45 minutes, mais la plupart des entretiens ont largement dépassé cette durée, puisque ceux-ci ont duré entre 50 minutes et 1 heure 40. Le Tableau 1 permet de synthétiser le cadre des entretiens.

<u>Prénom (modifié)</u>	<u>Sexe</u>	<u>Âge</u>	<u>Classe</u>	<u>Date</u>	<u>Durée</u>	<u>Lieu de l'entretien</u>
Lou	Fille	17 ans	1 ^{ère} générale	05/05/2022	1h40	Domicile de la participante
Lisa	Fille	17 ans	Tle générale	13/05/2022	50min	Annexe CDI
Sébastien	Garçon	17 ans	Tle générale	13/05/2022	1h00	CDI
Manon	Fille	17 ans	Tle générale	19/05/2022	1h05	CDI
Alicia	Fille	18 ans	Tle générale	20/05/2022	57min	Annexe CDI
Thomas	Garçon	18 ans	Tle générale	20/05/2022	1h15	Annexe CDI
Arthur	Garçon	17 ans	Tle générale	20/05/2022	1h15	CDI
Bastien	Garçon	17 ans	Tle générale	20/05/2022	1h15	CDI

TABLEAU 1 : TABLEAU SYNOPTIQUE DES ENTRETIENS

2.3. Traitement des données

Pour faciliter le traitement des données, nous avons procédé à une transcription de chaque entretien. Dans l'ensemble, nous avons retranscrits les propos des participants tels quels, en omettant cependant les nombreuses hésitations et faux départs de phrases propres à l'oral, afin de faciliter la lisibilité des entretiens. Nous avons toutefois conservé les « erreurs » de grammaire, pour garder l'authenticité de la parole orale et ne pas s'éloigner des propos originaux. De plus, certaines digressions qui n'étaient pas pertinentes pour notre sujet de recherche ont été éludées.

Nous avons analysé les données en utilisant l'approche thématique, en suivant la méthodologie décrite par (Paillé & Mucchielli, 2021b). Nous avons procédé par analyse séquencée des entretiens. Pour cela, nous avons attribué des thèmes aux verbatims qui paraissaient pertinents pour répondre à notre question de recherche. Nous avons ensuite regroupé ces thèmes pour faire émerger des catégories que nous avons analysé.

PARTIE 3 : RESULTATS DE L'ENQUETE

Les entretiens réalisés ont permis de comprendre les pratiques et les opinions de nos enquêtés sur les influenceurs. Ils nous ont permis de relever certains critères qui permettent aux adolescents de sélectionner les influenceurs qu'ils suivent. Nous avons également pu relever quelques éléments sur la manière dont ces critères sont attribués. Nous présenterons donc d'abord un panorama général des pratiques des enquêtés sur les réseaux sociaux, puis nous présenterons les critères cités par les participants. Ensuite nous présenterons les mécanismes d'évaluation de l'information mis en œuvre et plus particulièrement les critères relevés par les enquêtés. Nous terminerons la présentation des résultats en présentant les témoignages des adolescents interrogés qui montrent leur recul critique sur les influenceurs.

1. Quelques éléments sur les pratiques des enquêtés

Au cours des entretiens, nous avons interrogé les participants sur les réseaux sociaux sur lesquels ils étaient abonnés à des comptes d'influenceurs. Ces résultats sont regroupés dans le Tableau 2 ci-dessous. Comme décrit par les données de l'Observatoire des pratiques numériques des adolescents en Normandie (Jehel, 2020), YouTube est le réseau social le plus utilisé par les participants. Le point commun entre les huit adolescents interrogés est qu'ils consomment assidûment des vidéos produites par des Youtubeurs. Instagram arrive en deuxième position, puisqu'un seul des participants atteste ne pas avoir de compte sur ce réseau social. Tiktok est le troisième réseau social le plus utilisé parmi les adolescents de notre échantillon, cinq participants déclarent l'utiliser et y suivre des influenceurs. Twitch arrive ensuite en étant utilisé par trois de nos participants. Toutefois, une des enquêtées témoigne ne pas utiliser la plateforme mais regarder régulièrement des rediffusions de *live* Twitch sur YouTube. Enfin, une seule participante a déclaré utiliser le réseau social Snapchat pour suivre des influenceurs.

	YouTube	Instagram	Twitch	Tiktok	Snapchat
Lou	x	x		x	
Lisa	x	x	x		
Sébastien	x	x		x	
Manon	x	x			
Thomas	x	x	x	x	
Alicia	x	x	<i>Rediffusions sur YouTube</i>	x	x
Bastien	x	x		x	
Arthur	x		x		

TABLEAU 2 - RESEAUX SOCIAUX SUR LESQUELS LES PARTICIPANTS SONT ABONNES A DES INFLUENCEURS

2. Les critères d'adhésion aux influenceurs

A cours de nos entretiens, nous avons demandé aux participants ce qui leur plaisait chez les influenceurs auxquels ils sont abonnés. Nous avons récolté des réponses variées, bien que certains critères semblent faire l'unanimité chez les participants.

2.1. Les influenceurs sont associés au type de contenu qu'ils produisent

La plupart des participants a exprimé son appréciation pour certains influenceurs parce que leur contenu répond à un besoin, conscient ou non, qu'ils éprouvent dans leurs pratiques sur les réseaux sociaux. Quand ils ont été interrogés sur leur influenceur préféré, beaucoup ont répondu par la fonction que celui-ci remplissait. Nous avons observé que la grande majorité des influenceurs suivis étaient plutôt des *entertainers*, selon la typologie de Gross et Wangenheim (2018) et s'inscrivent donc dans une démarche de divertissement. Chez les participants à l'enquête, les influenceurs semblent apporter un sentiment positif, voire de réconfort. Certains participants décrivent leur visionnage de vidéos produites par les influenceurs comme leur permettant de se détendre ou de ne pas réfléchir.

« S'ils publient une vidéo le même jour je vais en premier sur celle de Squeezie parce que je sais que j'ai pas besoin de me concentrer. Parce que je sais à quoi m'attendre aussi les concepts de Squeezie je les connais. » (Alicia)

« Je pense que c'est Amixem [le Youtubeur dont elle regardera la vidéo en premier]. Parce que il y a pas à penser, ça coule tout seul, on rigole, c'est chill. »
(Manon)

Les enquêtées témoignent de cet aspect de détente car elles savent à quoi s'attendre avant de cliquer sur la vidéo. Alicia témoigne connaître les concepts de Squeezie, ce qui explique qu'elle déclare avoir tendance à d'abord regarder une vidéo publiée par celui-ci plutôt qu'une autre. Le témoignage de Lou ajoute une dimension de réconfort apporté par les publications de ses influenceuses préférées.

« Mayline et Lou, et Juliette Jahm, c'est les deux que je suis le plus, en plus elles sont super joyeuses dans leur stories donc ça remonte le moral. » (Lou)

« Je dirais que c'est parce qu'elles expriment beaucoup de joie et du coup ça fait que quand je vais sur les réseaux, j'ai juste envie de voir des gens heureux »
(Lou)

Certains participants ont témoigné du fait qu'ils soient abonnés à des influenceurs parce qu'ils sont intéressés par les thématiques abordées par ceux-ci dans leurs vidéos. Ces influenceurs correspondent plutôt à la catégorie des *infotainers* (Gross & Wangenheim, 2018). Les vidéos produites par ceux-ci viennent alors répondre à un désir d'apprentissage dans les centres d'intérêts des adolescents interrogés. Lou, passionnée par les cultures coréenne et japonaise témoigne apprécier regarder des vidéos qui traitent de ces sujets.

« Il y a des Youtubeurs qui me font découvrir une autre culture ou un autre pays, genre la culture coréenne, et la culture japonaise. (Lou)

On retrouve également le cas de figure où les publications des influenceurs sont suggérées par les algorithmes de recommandation. Ce qui peut leur permettre de découvrir des influenceurs qui publient du contenu correspondant aux centres d'intérêts des usagers du réseau social, comme l'indique le témoignage de Manon.

« Je l'ai connu parce que je m'intéressais aux langues et je crois que l'ai vu sur un réseau social je l'ai vu dans un Short quelque chose comme ça. » (Manon)

Plus généralement, certains participants déclarent apprécier les influenceurs qui produisent un type de contenu qui les intéresse. Il ne s'agit pas du sujet traité mais de la forme des publications produites. Les adolescents interrogés apprécient donc l'influenceur vis-à-vis

du type de contenu qu'il produit, à l'instar de Lisa et Thomas dans les témoignages suivants, qui apprécient particulièrement le type de vidéo proposé par ces influenceurs. On peut se demander la corrélation entre leur inclination pour ce type de contenu et les influenceurs qui les proposent.

« Après ça dépend aussi du contenu, j'aime beaucoup les react (vidéo ou live réaction), je trouve ça drôle, comme ça on regarde une vidéo et la réaction de quelqu'un. » (Lisa)

« Didi parce que j'aime beaucoup son contenu, il fait des vidéos théories, ça peut être sur tout. Même s'il y en a qui disent que les théories ça ne sert à rien, que ce n'est pas confirmé, moi j'aime bien parce quand il fait une théorie genre sur des films Marvel ou sur Harry Potter, comme ça replonge dans l'univers » (Thomas)

Un des participants mentionne qu'un des critères pour visionner une publication est la durée habituelle des publications des influenceurs. Il déclare préférer les influenceurs qui publient peu de stories, car il privilégie la rapidité.

« Je n'aime pas quand les influenceurs mettent vingt milliards de stories parce que c'est impossible de toutes les regarder, ça prend une demi-heure. Moi je préfère vraiment les trucs plus rapides où je prends pas beaucoup de temps à regarder. » (Sébastien)

La dimension esthétique du contenu proposé par les influenceurs a été mentionné une fois par un des participants. Celui-ci déclare trouver plaisant de suivre l'influenceuse qu'il mentionne car elle aurait une conception du réseau social Instagram qui lui plaît, de par son sens de l'esthétique.

« Et pour Carla Diaz c'est juste parce qu'elle a une conception d'Instagram qui est différente, c'est-à-dire que pour elle, c'est pas un truc de métier ou quoi, juste elle poste sa vie, elle poste des jolies photos et tout, et du coup je trouve ça plutôt sympa d'avoir aussi... de voir des jolies choses sur Instagram, des trucs esthétiques » (Sébastien)

2.2. Les participants valorisent l'authenticité des influenceurs

Un autre critère qui a été mentionné par la quasi-totalité des participants est l'authenticité des influenceurs. En effet, celle-ci leur paraît importante, en particulier sur

YouTube, et peut être divisée en plusieurs caractéristiques. Les adolescents interrogés ont mentionné que la spontanéité d'un influenceur était un critère dans leur appréciation pour celui-ci.

« Chez moi les liens ils se font avec de la spontanéité. [...] C'est en étant spontané, sincère qu'un influenceur peut faire en sorte que sa communauté l'apprécie. » (Sébastien)

« J'aime bien Esile parce qu'elle est très franc-parler » (Manon)

Cette authenticité serait le propre des réseaux sociaux, par opposition avec les médias traditionnels comme la télévision. Pour Alicia, cela se matérialise notamment par l'absence d'intermédiaire entre le Youtubeur et son public.

« On a l'impression que YouTube c'est plus authentique parce qu'à la base c'est fait par les Youtubeurs eux même. C'est le fait que ce soit plus direct c'est qu'une personne qu'y a entre nous alors qu'à la télé c'est toute une production. » (Alicia)

Cette authenticité n'est cependant pas le propre de tous les influenceurs car lorsque le contenu de celui-ci se professionnalise, il a tendance à perdre en authenticité. C'est ce que témoigne Manon, qui compare les grosses chaînes YouTube à des industries, dont l'influenceur ne serait que la tête d'affiche. Dans ces cas-là, l'influenceur ne serait plus le créateur unique du contenu de sa chaîne et perdrait son authenticité à causes des nombreux intermédiaires entre lui et son public.

« Par exemple une de ces grosses chaines où c'est comme une industrie comme Squeezie parfois j'ai l'impression de sentir que c'est pas lui qui écrit ses textes. » (Manon)

Quatre participants soulignent que l'authenticité des influenceurs varie selon les plateformes. En effet, le fait que les influenceurs partagent une partie de leur vie privée sur certains réseaux sociaux est pour eux une preuve d'authenticité et de proximité avec leur communauté. A l'inverse, certains réseaux sociaux empêcheraient de percevoir la vraie personnalité des influenceurs. C'est le cas de Tiktok comme l'expliquent Sébastien et Lou.

« Même sur Tiktok en général c'est des vidéos qui sont plus préparées et sur Instagram en général c'est des anecdotes de vies, actuelles, c'est plus direct on va dire » (Sébastien)

« J'ai du mal avec les influenceurs qui sont que influenceurs, ceux qui sont que sur Instagram ou sur Tiktok, qui sont que là pour avoir de la visibilité sans faire de contenu autre à côté. Ceux qui suivent les trend Tiktok, ceux qui ont pas vraiment de personnalité on va dire. » (Lou)

Manon et Bastien déclarent la même chose pour la plateforme YouTube. Pour eux, ce réseau social ne permet pas de percevoir l'authenticité des influenceurs.

« Sur YouTube c'est plus simple d'être superficiel et d'en surjouer. » (Manon)

« Quand je les suis sur leur réseau comme Instagram là on voit beaucoup plus leur vie, on se sent aussi plus proche, et à travers YouTube moins, après peut-être plus les lives, mais les vidéos YouTube moins je trouve. Ils ne s'adressent pas directement à nous, enfin si mais c'est peut-être moins spontané, je sais pas. » (Bastien)

En revanche, une des participantes mentionne que la plateforme Twitch et le format du *streaming* permet davantage de proximité entre l'influenceur et sa communauté. La diffusion en direct ainsi que la possibilité d'interagir avec l'influenceur en temps réel grâce au chat, permet selon Lisa de se sentir plus proche de l'influenceur. En effet, elle explique préférer les *streamers* qu'elle trouve plus authentique, car le format de la plateforme les obligerait à être plus spontanés.

« Par exemple quand ils racontent des anecdotes, quand ils font des vlogs, des lives, surtout les *lives*, tu te sens proche, avec les commentaires, on regarde quoi les amis et tout, il y a une proximité parce que tu parles directement à la personne, la personne a des réactions authentiques, il n'y a pas de montage ou elle peut cacher tel ou tel truc. » (Lisa)

Deux des participants considèrent des catégories d'influenceurs comme étant moins spontanés sur les réseaux sociaux. Manon évoque les influenceurs américains comme étant superficiels, qu'elle juge peu spontanés car ils se cacheraient derrière un personnage.

« Je suis pas fan des américains en général. En particulier des gens comme James Charles, Jeffree Star, Nikita Dragon. Nico Avocado, il faisait du Mukbang, il s'est détruit la santé. Après c'est des gens que je trouve très artificiels qui ont gagné de la notoriété grâce à leur statut d'influenceur avec des personnages surjoués peu réels. » (Manon)

Sébastien partage son opinion en affirmant qu'il trouve que les personnalités qui ont une autre activité que les RS (musiciens, acteurs) seraient moins honnêtes que les influenceurs qui ont une activité exclusivement sur les réseaux sociaux.

« Dans les influenceurs qui sont pas des acteurs, qui ont pas forcément une autre activité de base, dans ceux qui consacrent leur temps à ça, [...] ils sont très détendus, ils sont pas du tout [...] dans le truc de foutre un filtre sur... Leur vie elle est comme ça comme ça, elle est parfaite exactement et tout. [...] C'est un peu plus honnête je dirais. » (Sébastien)

A travers les témoignages des participants, on constate que l'authenticité joue un rôle décisif dans le choix des influenceurs suivis. En effet, comme décrit par Broudoux & Ihadjadene (2020), l'authenticité contribue à renforcer la confiance accordée en une source d'information. Les adolescents interrogés favorisent donc les influenceurs qui paraissent réels et authentiques de l'autre côté de la caméra.

2.3. Les participants préfèrent les influenceurs qui leur ressemblent

2.3.1. Certains participants éprouvent le besoin de s'identifier aux influenceurs

Le fait de pouvoir s'identifier à l'influenceur suivi est un critère qui a été mentionné plusieurs fois par les participants. Le terme d'identification ne faisait pas partie du questionnaire pourtant la majorité des participants l'ont évoqué. Comme décrit dans les travaux d'Aran-Ramspott et al. (2018), les influenceurs peuvent remplir une fonction d'identification pour une partie de leur public. En effet, les adolescents interrogés peuvent voir dans les influenceurs un modèle. Un des critères qui permet aux enquêtés de s'identifier est la proximité de l'âge, qui peut permettre de se projeter, comme témoigne Manon.

« [Esile] est proche de mon âge, elle est étudiante et je peux donc me projeter à travers elle ce qui est plutôt agréable. » (Manon)

Les participants s'identifient également aux centres d'intérêts ou à la personnalité de certains influenceurs.

« Parfois je m'identifie avec Esile et BB ASMR. Je me sens proche car j'arrive à me projeter à travers elle, démystifier la vie étudiante, on a des passions en commun, etc. » (Manon)

« Je me sens un peu comme elle, dans le caractère, elle est casanière. » (Alicia)

« Des fois je me reconnais et ça me fait plaisir de voir des gens qui sont comme moi, ça fait toujours du bien de voir des gens qui te représentent. » (Alicia)

« Quand ils font des feat ils se comportent comme moi avec mes amis. » (Lisa)

En revanche, le fait de ne plus pouvoir s'identifier à l'influenceur peut être une raison pour arrêter de le suivre, comme cela a été mentionné par Alicia, interrogée sur les influenceurs dont elle s'est désabonnée.

« Les gens qui ont évolué trop vite par rapport à moi. Quand j'étais au collège et qu'ils commençaient à avoir des enfants, ça m'intéresse pas. » (Alicia)

« Par exemple moi je veux pas de tatouage parce que c'est contre mes convictions et une fois Shera elle avait fait une vidéo où elle disait qu'elle c'était fait un tatouage et moi j'étais genre « aah nooon » parce que je m'identifiais vraiment à elle et là y avait une cassure. » (Alicia)

2.3.2. Les participants préfèrent les influenceurs partagent les mêmes valeurs qu'eux

Plusieurs participants ont témoigné l'importance des valeurs chez les influenceurs. Le fait que les influenceurs les partagent semble être un critère décisif pour certains participants. Ce qui est d'autant plus renforcé quand les influenceurs s'expriment clairement sur ces thématiques.

« Et parfois aussi les valeurs qu'ils peuvent projeter. Je sais que Théodort par exemple il avait fait des vidéos sur la sensibilisation à la douleur des règles, au harcèlement scolaire etc » (Lisa)

A l'inverse, le fait que les influenceurs soient explicitement en désaccord avec certaines de leurs valeurs semble être un critère de rejet rédhibitoire pour une partie des adolescents interrogés.

« On sait pas comment ils ont été éduqués, il est pas là pour être sincère. C'est quelqu'un de différent de moi donc s'il a pas été éduqué comme moi, s'il a pas les mêmes valeurs... » (Alicia)

« CrazyMC [...] il avait critiqué les femmes, un truc déplacé, et même s'il dit qu'il est honnête, bah non là c'est choquant donc c'est décevant. » (Alicia)

« Et puis par exemple, il y a un moment où c'était un mot qu'il avait inventé, c'était pour dire quand tu es trans mais avec les origines en gros. Genre il choisit son origine. Moi je trouve que ça casse un peu le combat de tout ce qui est transidentité et tout et du coup comme s'il le ridiculisait ce combat » (Lou)

Le désaccord avec les valeurs véhiculées par l'influenceur peut se matérialiser à travers certains partenariats, comme en témoigne Lisa en parlant d'une influenceuse issue de la télé-réalité. Pour elle, cette influenceuse partage des valeurs qu'elle considère inappropriées, d'autant plus en tenant compte de l'âge de ses abonnés. Ce témoignage renvoie également à la responsabilité des influenceurs que nous évoquerons dans la section 4.2.

« Par exemple Maeva Ghennam qui fait un sponsor avec des pilules pour faire rétrécir en bas¹, je comprends pas, c'est des jeunes qui te suivent pourquoi tu... c'est pas un message que j'ai envie d'entendre sur mon fil d'actualité. » (Lisa)

Par ailleurs, pour citer un influenceur qu'elle n'appréciait pas, une des participantes a mentionné spontanément un Youtubeur ayant fait l'objet d'accusation de harcèlement sexuel. Elle a présenté ces éléments comme une raison supplémentaire pour rejeter cet influenceur.

« Norman, je suis pas fan, bon j'ai jamais été une grande fan de ses vidéos, mais depuis les polémiques avec la fille canadienne, j'ai dit stop. Le fait qu'il ait fait du harcèlement sexuel avec une abonnée canadienne mineure sur Instagram.» (Manon)

3. Evaluation de la crédibilité des influenceurs

Notre thématique de recherche est rattachée à la question de l'évaluation de l'information des adolescents vis-à-vis des influenceurs. Nous avons abordé les notions de fiabilité et de confiance dans le cadre de nos entretiens pour connaître les jugements de crédibilité des adolescents interrogés sur les influenceurs. Bien que la plupart des influenceurs cités par les

¹ Elle faisait en réalité la promotion d'une intervention de chirurgie esthétique de la vulve https://www.lemonde.fr/societe/article/2021/09/08/rajeunir-son-vagin-la-polemique-maeva-ghennam-nouvel-exemple-des-injonctions-pesant-sur-les-corps-des-femmes_6093938_3224.html

participants s'inscrivent dans le domaine du divertissement et de l'humour, on retrouve des éléments d'évaluation de l'information dans les réponses des enquêtés.

3.1. Influenceurs spécialistes de leur domaine

Nous avons demandé à chaque participant s'il pensait que les influenceurs qu'il suivait étaient compétents dans leur domaine. Plusieurs éléments ont été cités pour qualifier des influenceurs que l'on pourrait qualifier d'*informers* ou d'*infotainers* pour reprendre la typologie de Gross & Wangenheim (2018).

3.1.1. Expérience

Un des arguments pour prouver la légitimité d'un influenceur pour traiter d'un sujet en particulier est l'expérience. Cette expérience fait référence au parcours antérieur de l'influenceur et peut se matérialiser de plusieurs manières différentes. D'une part, il est fait mention du métier de l'influenceur, que ce soit un ancien métier ou le métier exercé en parallèle de l'activité sur les réseaux sociaux. Dans l'exemple suivant, Sébastien a mentionné la profession d'une influenceuse suivie sur Tiktok qui raconte des anecdotes sur le milieu de l'enseignement.

« Comme elle est prof je me dis que même elle des choses qu'elle exagère c'est amusant puis elle s'y connaît un peu quoi » (Thomas)

Cette expérience se matérialise également à travers les études suivies par l'influenceur, qui sont une preuve de la légitimité à s'exprimer sur des sujets en particulier. Dans l'exemple suivant, Sébastien a mentionné le parcours universitaire de l'influenceuse Marie S'Infiltrer, qui produit des caméras cachées pour parler de sujets d'actualité avec humour.

« Elle a fait Science Po, elle a fait Khâgne, elle a fait Hypokhâgne, elle a fait plein plein d'études. De base elle explique qu'elle était destinée à faire l'ENA, à entrer dans la politique, etc., dans les institutions et au final pas du tout [...] son parcours est assez inspirant je trouve. » (Sébastien)

La légitimité des influenceurs pour informer leur communauté n'est pas forcément attachée au parcours professionnel ou universitaire, il peut également s'agir de leurs expériences personnelles. Lou décrit des influenceuses qui partagent leurs connaissances sur la

culture coréenne, connaissances qui sont légitimées par le fait que ces influenceuses aient vécu en Corée et aient des amis coréens.

« En fait il y a un gros moment où elles parlaient de ça parce qu'elles étaient en Corée du Sud, et là à nouveau elles y sont, après quand elles sont retournées en France elles en parlaient moins mais quand même comme elles ont pas mal d'amis qui y habitent et tout je pense que c'est assez fiable. » (Lou)

« Après je suis un Youtubeur qui est japonais et qui vit la moitié du temps au Japon donc pour moi ça me paraît assez fiable. » (Lou)

Pour certains participants, l'expérience semble donc être un critère pour déterminer la fiabilité d'un influenceur et sa légitimité à traiter d'un sujet. Les participants ont tendance à faire confiance aux influenceurs qu'ils estiment expérimentés, et par conséquent faire davantage confiance aux informations produites par ces influenceurs et les considérer comme vraies.

3.1.2. Preuves matérielles d'autorité

Un des éléments qui semble permettre de prouver qu'un influenceur est compétent dans son domaine est quand il commercialise des produits dérivés. La légitimité apportée est d'autant plus importante quand il s'agit d'un livre, qui semble faire autorité pour les participants.

« Quand ils sortent un livre qui traite d'un sujet c'est qu'ils sont calés. » (Manon, en parlant du Youtubeur Nota Bene)

Par ailleurs, un participant témoigne de l'autorité de l'influenceur Hugo Décrypte, qu'il attribue au fait qu'il soit entouré d'une équipe de journalistes, professionnels de l'information.

« C'est quand même une équipe de journalistes qu'il y a derrière. » (Sébastien)

Dans ces deux exemples, on peut identifier que l'autorité des influenceurs est attribuée par un processus descendant, comme décrit par (Tricot et al., 2016). Dans les deux cas, les sources sont associées à des formes d'autorités reconnues socialement. Le livre est en effet un symbole d'autorité et les journalistes sont considérés comme des professionnels de l'information. En ayant cette proximité avec deux formes d'autorité, ces influenceurs exposent leur autorité et parviennent à gagner la confiance de leur public.

3.1.3. Homogénéité des sujets traités

Les adolescents interrogés considèrent comme plus fiables les influenceurs qu'ils jugent passionnés par un sujet. De fait, les spécialistes d'un sujet seront plus reconnus par les adolescents. L'influenceur sera jugé plus crédible s'il a un sujet de prédilection que s'il a tendance à parler de sujets variés. C'est le cas de Nota Bene, comme en témoigne Manon.

« Pour Notabene ce qui me fait dire ça [qu'il est compétent dans son domaine] c'est que toutes ses vidéos traitent d'histoire. » (Manon)

Dans l'exemple suivant, la participante fait référence à deux influenceurs qui produisent le même type de vidéos. L'un d'eux (Feldup) est spécialisé dans le domaine de l'horreur, il ne produit que des vidéos dans ce thème, tandis que l'autre (Squeezie) produit des vidéos plus diversifiées. Le fait que Feldup ne produise que des vidéos sur ce thème le rend plus légitime aux yeux de la participante.

« J'ai l'impression qu'il (Feldup) s'y connaît plus et que lui il kiffe ce qu'il fait parce qu'il fait que ça. » (Lisa)

On se rend compte à travers ces deux exemples que les influenceurs paraissent plus fiables aux yeux des enquêtés s'ils sont spécialisés dans un domaine. Un des facteurs d'attribution de leur autorité vient du fait que le contenu qu'ils publient porte exclusivement sur un seul domaine.

3.2. L'honnêteté de la démarche des influenceurs

3.2.1. Les participants préfèrent les influenceurs qui leur paraissent désintéressés

Les adolescents interrogés ont une image positive des influenceurs qui paraissent passionnés par leur activité sur les réseaux sociaux. Il paraît important pour eux que les influenceurs soient désintéressés de toute considération économique et soient simplement animés par le désir de partager leur passion à leur communauté.

Lisa compare deux Youtubeurs qui réalisent des vidéos d'histoires d'horreur. Pour Lisa, Feldup est plus compétent car il est davantage passionné.

« J'ai l'impression qu'il (Feldup) s'y connaît plus et que lui (Squeezie) il kiffe ce qu'il fait parce qu'il fait que ça donc je trouve que c'est pas pareil. » (Lisa)

Plus tard dans l'entretien, elle valorise un autre influenceur qu'elle décrit comme passionné :

« Cyprien il fait des gros projets, on sent qu'il est passionné par ce qu'il fait, tout ce qui est Japon etc moi j'aime bien. Il fait des BDs et tout, il s'éclate quoi. »
(Lisa)

Certains participants distinguent les influenceurs qu'ils estiment désintéressés et ceux qui seraient intéressés, comme Manon pour qui le désintéressement est un gage de sincérité.

« Disons qu'il y en a qui font ça par pur plaisir, sans être intéressés, et il y en a qui le font par plaisir, mais en étant intéressés aussi, ils combinent un peu les deux. Et pour moi ceux qui sont pas forcément intéressés, ils seront toujours plus sincères que ceux qui sont intéressés. » (Manon)

Questionnés sur les motivations des influenceurs qu'ils apprécient, la plupart des participants répondent qu'ils ont commencé leur activité sur les réseaux sociaux pour s'amuser, sans intention particulière, que ce soit d'argent ou de célébrité.

« Je dirais que pour la plupart c'est des gens qui ont voulu kiffer. » (Alicia)

Pour l'un des participants, ces motivations restent en partie ambiguës. Si les motivations sont claires pour ses Youtubeurs préférés, elles le sont moins pour les influenceurs qui sont issus de Tiktok.

« [Les Youtubeurs] en majorité, ils ont juste fait des vidéos pour le fun peut-être et pour rire, des trucs comme ça. En fait c'est pour les Tiktokeurs que c'est le plus flou, je n'arrive pas vraiment à comprendre pourquoi ils se sont lancés sur Tiktok. » (Thomas)

La figure de l'influenceur désintéressé partageant sa passion sur les réseaux sociaux est valorisée par les participants à notre étude. Elle a un impact sur leur jugement de la crédibilité de ces influenceurs, ce qui a également été souligné dans les travaux de Philippe (2019). Cette tendance est surtout vérifiable par son inverse. En effet, les enquêtés ont tendance à rejeter les influenceurs qu'ils estiment intéressés, comme nous allons le voir dans la section suivante.

3.2.2. Les participants rejettent les influenceurs qu'ils jugent intéressés

Un des critères qui est revenu spontanément chez tous les participants pour expliquer le rejet d'un influenceur est le caractère intéressé de celui-ci. Les adolescents interrogés se montrent particulièrement exigeants vis-à-vis du rapport à l'argent qu'ont les différents influenceurs. Ils tolèrent difficilement ceux qui leur paraissent intéressés. Cela a des conséquences sur leur réception du contenu partagé, puisque certains disent explicitement ne pas leur faire confiance pour cette raison. Plusieurs participants ont cité le Youtubeur Tibo InShape comme représentant la figure de l'influenceur intéressé, qui n'hésiterait pas à profiter de son influence pour générer des profits au dépend de ses plus jeunes abonnés.

« Et puis même, sa marque, ses vidéos à 36 euros, c'est pas honnête, parce qu'en plus c'est des jeunes qui vont demander des trucs comme ça donc bon... »
(Lisa)

Lisa fait ici référence à des vidéos sur-mesure vendus par l'influenceur à des abonnés contre une somme d'argent.

« TiboInShape il conçoit son influence sur les RS comme un métier ou un gagne-pain. [...] Comme ça prend plus de temps sur YouTube d'avoir une communauté et que ça rapporte plus d'argent il a eu tendance à changer sa posture pour l'argent. » (Sébastien)

« Amixem, j'aime bien la personne en elle-même mais c'est un peu souvent la même chose, c'est pour faire des vidéos qui font de l'argent. » (Sébastien)

Les adolescents interrogés portent une attention particulière à la transparence vis-à-vis des partenariats des influenceurs. Le fait de présenter clairement leurs partenariats avec les marques ou les institutions est une preuve qu'ils sont dignes de confiance. Dans le cas contraire, ils auront tendance à ne plus se fier aux propos tenus par les influenceurs, qu'ils estiment corrompus par l'argent.

« Quand [Tibo InShape] fait des vidéos avec le service militaire [il] avait été payé par l'état pour le faire et lui il était en mode wow c'est exceptionnel et tout. Il a pas dit j'ai été payé pour faire ça. Du coup tu voyais ça tu te disais wow ça a l'air génial, go le faire alors que si ça se trouve c'est pas ça du tout. » (Lisa)

Chez plusieurs participants, les critiques se tournent particulièrement vers les influenceurs issus de la télé réalité. Ceux-ci sont jugés comme intéressés et avides d'argent ou de célébrité.

« Ceux qui montrent leur fortune, les influenceurs de télé réalité, Maeva Ghennam. » (Alicia)

« Tout ce qui est influenceurs de télé réalité ça me parle pas trop, j'aime pas. Je les trouve moins vrais que d'autres Youtubeurs, et puis ils font beaucoup de placements de produits... Je leur fais pas vraiment confiance. » (Lisa)

« Je dirai les influenceurs qui sortent de la télé réalité sans vouloir faire de cliché, ils veulent juste faire le buzz et être connu, fin en tout cas moi c'est l'image que j'ai d'eux c'est peut-être erroné... » (Thomas)

Pour certains enquêtés, il y aurait un lien entre la plateforme et les intentions des influenceurs. Certains réseaux sociaux favoriseraient la multiplication d'individus se lançant dans une carrière d'influenceur. Dans l'exemple suivant, Alicia donne son avis sur les influenceurs issus d'un réseau social qui décident d'étendre leur champ d'activité à un autre réseau social. Pour elle, la plateforme YouTube serait un marqueur d'authenticité, qui serait utilisé par des passionnés pour échanger avec leur communauté. En revanche, elle qualifie les influenceurs issus de Tiktok comme « des opportunistes ».

« Y a ceux qui sont de YouTube et se développent ailleurs et je trouve que le contenu sur YouTube est vraiment différent et ceux qui commencent sur Tiktok et disent « oh je vais ouvrir une chaîne YouTube ». Dans ce sens-là je vais pas voir. Je dirais qu'entre YouTube et les autres réseaux ça change. Sur YouTube j'ai besoin qu'ils soient authentiques, que ce soit leur passion alors que s'ils sont sur Tiktok et qu'ils vont sur YouTube je me dis que c'est des opportunistes. » (Alicia)

Certains adolescents interrogés déclarent cependant ne pas forcément arriver à déceler les intentions des influenceurs. Pour eux, il y a une ambiguïté entre le fait d'être passionné par leur activité et en générer des revenus.

« Il y en a qui ont commencé plus tôt, ceux-là c'était forcément plus sincère puisqu'avant YouTube... ils gagnaient pas leur vie grâce à ça donc on sait qu'ils ont commencé par passion, est-ce qu'ils continuent par passion ou pour l'argent ? » (Arthur)

« Les influenceurs, en général, ne sont pas devenus influenceurs parce qu'ils se sont dit je veux être influenceur, pour être connu machin... Mais après la raison euh je trouve ça flou... » (Thomas)

« Je pense en règle générale ils ne sont pas sincères, ils réfléchissent à maximiser, mais y a des moments où ils sont sincères je pense. » (Alicia)

Nous avons pu observer que les influenceurs les moins appréciés avaient pour point commun le fait de s'inscrire dans une démarche intéressée. Comme nous avons pu le voir dans la section 3.2.1, les adolescents interrogés font davantage confiance aux influenceurs qui paraissent passionnés et animés par un désir de partage avec leur communauté. A contrario les influenceurs intéressés sont jugés comme moins fiables par les enquêtés. On peut donc conclure que l'intention des influenceurs joue un rôle important dans la crédibilité qui leur est octroyée, ce qui a déjà été mis en évidence par d'autres études, en tant que l'honnêteté de la démarche de la source (Tricot et al., 2016).

3.3. Rigueur du contenu proposé

3.3.1. L'objectivité

Un des éléments qui a été mentionné plusieurs fois par les participants est le fait de s'inscrire dans une démarche qui paraît objective. En effet, le fait de parler des aspects positifs et négatifs d'un sujet semble être un critère pour montrer le sérieux et l'honnêteté de l'influenceur.

« Quand [Tibo InShape] teste des métiers il y a que le bon côté et il voit pas les mauvais côté. Par exemple il avait fait un truc au Mcdo, c'était tout beau tout rose tout bien je fais des sandwiches alors que c'est un stress immense » (Lisa)

« Didi [...] quand il fait une vidéo sur un sujet, par exemple Harry Potter, [...] quand il trouve les théories sur Internet, il va essayer de trouver des arguments qui contrent cette théorie par des gens » (Thomas)

On peut se rendre compte que l'intention d'être objectif est un critère de fiabilité pour certains adolescents interrogés. Cela s'inscrit dans une intention de dire le vrai, d'apporter des informations vérifiées, qui est louée par les participants. Ils attribueraient donc à ces influenceurs des qualités morales, qui jouent dans leurs jugements de crédibilité.

3.3.2. Les sources

Dans leur démarche pour évaluer les informations produites par les influenceurs, peu de participants prêtent une attention particulière aux sources. Pour ceux qui les ont évoquées spontanément, les sources apparaissent comme étant un marqueur de la fiabilité d'un influenceur. Si celui-ci cite clairement ses sources, il sera considéré comme plus fiable par les participants.

« Squeezie il fait des thread horreur à la fin tu te dis peut-être que c'est pas vrai, alors que Feldup des fois il y a des preuves et c'est des vraies histoires donc c'est bien. » (Lisa)

« C'est quand même une équipe de journalistes qu'il y a derrière [Hugo Décrypte]. Il y a des sources toujours citées, datées etc. » (Sébastien)

Le fait de croiser ses sources est mentionné une seule fois comme une preuve de rigueur dans le processus de création des vidéos. Thomas cite un Youtubeur qui déclare croiser ses sources quand il effectue ses recherches dans la préparation de ses vidéos. Cela s'inscrit selon lui dans une démarche d'objectivité, comme le fait de citer des arguments contraires aux théories qu'il présente, comme nous l'avons vu dans la section précédente (3.3.1).

« Didi [...] quand il fait une vidéo sur un sujet, par exemple Harry Potter, [...] quand il trouve les théories sur Internet, il va essayer [...] de trouver d'autres sites qui proposent la même théorie. » (Thomas)

Nous constatons que les sources ne sont un facteur déterminant pour juger de la crédibilité d'un influenceur que pour un nombre réduit de nos participants. Cela ne semble pas être un marqueur de fiabilité pour la plupart des adolescents de notre échantillon.

3.3.3. Fait preuve de sérieux

Certains adolescents interrogés déclarent faire confiance aux influenceurs qui montrent de la rigueur dans leur travail. Bien que ceux-ci ne soient pas forcément spécialisés, s'ils font preuve de sérieux, ils acquerront une certaine légitimité auprès de leur audience. Ils pourront ainsi gagner leur confiance.

« Pour moi quand on veut être proche d'une communauté on s'applique à fond pour faire vraiment pro, pour donner le meilleur de soi-même. Pour moi c'est important de faire de son mieux. » (Manon)

« C'est un peu comme un exposé. Ils expliquent des choses comme ça mais on sent qu'ils sont pas forcément calés dans le sujet à 100%. Pourtant ils donnent quand même des détails, ils vont quand même loin dans leurs recherches pour qu'on les sente à l'aise même si c'est pas des sujets qu'ils traitent tous les jours. » (Manon)

« Ce qui la rend légitime [c'est] le sérieux avec lequel elle traite ces sujets-là. » (Sébastien)

3.4. Impact du nombre d'abonnés sur les jugements de crédibilité

Les adolescents de notre échantillon ont semblé divisés sur la question du nombre d'abonné. Nous les avons interrogés pour savoir si le nombre d'abonnés, de vues ou de réactions à une publication étaient une information qu'ils consultaient. Certains ont témoigné ne pas du tout prêter attention à cette forme de « score ». C'est le cas de Sébastien qui affirme ne pas regarder ni nombre d'abonnés, ni les likes chez les influenceurs qu'il suit déjà comme ceux auxquels il s'apprête à s'abonner. D'autres déclarent s'intéresser à cette information mais affirment que cela n'a pas d'impact sur leur jugement vis-à-vis de l'influenceur.

« Je regarde combien ils en ont au moment où je m'abonne mais sinon ça m'intéresse pas. » (Thomas)

« Quand je découvre quelqu'un avant de le suivre, je vais m'intéresser aux statistiques pour voir à quel point il est côté mais c'est pas parce qu'il est pas très connu que je vais pas m'abonner. » (Lou)

Enfin, d'autres avouent que le nombre d'abonnés ou de vues ont une incidence sur leur jugement. En effet, ils témoignent avoir un préjugé négatif sur la qualité d'une vidéo ayant peu de vues, ou sur un influenceur ayant peu d'abonnés. Ils expliquent considérer moins fiable ou moins pertinent le contenu d'un influenceur ayant peu d'abonnés, car ce serait une preuve que celui-ci a peu d'expérience et que par conséquent le contenu est de moindre qualité.

« Quand je vais découvrir quelqu'un je regarde le nombre d'abonnés et si y en a moins je me dis qu'elle débute que son montage sera moins bien fait, ses vidéos moins bien écrites, qu'elle parle moins bien... » (Alicia)

« Quand une vidéo a moins de vues qu'une autre je me dis que je vais pas forcément cliquer dessus mais... alors que quand elle en a plus je me dis « ah ça

doit être sympa ». Je me dis que s'il y a pas beaucoup de vues ça doit pas être exceptionnel. Donc je clique pas forcément. » (Lisa)

« Moi s'il n'y a pas beaucoup de vues, je pense pas que je vais regarder. » (Arthur)

A l'inverse, certains adolescents interrogés reconnaissent qu'un nombre d'abonnés important est une preuve que la vidéo a été approuvée par un grand nombre de personnes et que cela témoignerait de sa pertinence.

« J'aime bien regarder le nombre de vues, d'abonnés pour voir ce que les gens en pensent. C'est un peu un gage de qualité. » (Manon)

Certains participants ont un avis plus ambivalent sur la question, comme Bastien qui déclare ne pas accorder d'importance au nombre d'abonnés, mais qui admet toutefois qu'il prend plus au sérieux un influenceur qui dispose d'une large communauté.

« C'est pas forcément un frein à s'abonner à la personne, c'est pas parce qu'il a peu d'abonnés qu'il ne sait pas faire. Mais c'est sûr que si on voit qu'il a beaucoup d'abonnés, on se dit qu'il s'y connaît dans le domaine » (Bastien)

Une des participantes déclare se méfier lorsqu'un Youtubeur ayant créé sa chaîne il y a plusieurs années a peu d'abonnés. Ainsi, elle ne lui accorderait pas sa confiance au même titre qu'un de ses pairs ayant une communauté plus importante.

« Si c'est récent et qu'il y a 200 abonnés je lui laisse une chance mais si ça fait 3 ans que ça existe et que ça stagne je fais pas trop confiance. » (Manon)

Le nombre d'abonnés étant vu comme un marqueur de la qualité du contenu, une des participantes témoigne de son incompréhension devant le nombre d'abonné considérable d'une influenceuse américaine. Selon elle, ce nombre d'abonnés est excessif et ne serait pas à la hauteur de la qualité de ses vidéos.

« Charli d'Amelio, [...] c'est pas contre elle mais je comprends pas pourquoi elle a autant d'abonnés. » (Lou)

Un des faits remarquables vis-à-vis de la question du nombre d'abonnés est que pendant les entretiens, lorsque nous avons interrogé les participants sur les influenceurs qu'ils suivaient, une grande partie a débuté son propos en citant des influenceurs ayant une communauté

conséquente, voire les influenceurs français ayant le plus grand nombre d'abonnés. Ce fait a d'ailleurs été relevée par une de nos enquêtées, qui a mentionné en premier un des influenceurs français ayant le plus grand nombre d'abonnés, alors qu'elle ne l'apprécie pas particulièrement.

« Squeezie c'est évident. C'est l'influenceur français qui a le plus d'abonnés je crois donc c'est le premier qui me vient en tête même si c'est pas celui que j'apprécie le plus. » (Manon)

On observe donc que dans l'ensemble, il y a une incidence entre le nombre d'abonnés des influenceurs et le jugement que les adolescents portent à leur rencontre, particulièrement au moment de faire un choix, que ce soit celui de s'abonner ou de visionner une vidéo. L'influence du nombre rappelle l'attribution de l'autorité ascendante, comme le décrivent Tricot et al. (2016). En effet, l'approbation d'une source par un grand nombre d'utilisateurs entraîne un sentiment de confiance avec celle-ci. Il en va de même avec les influenceurs sur les réseaux sociaux, dont le nombre d'abonnés va témoigner de leur légitimité pour certains utilisateurs. De la même manière, les vidéos cumulant le plus de vues seront jugées comme plus pertinentes et auront plus de chances d'être visionnées.

4. Les participants font preuve d'esprit critique vis-à-vis des influenceurs

Au cours des différents entretiens, nous avons constaté que les adolescents de notre échantillon faisaient preuve de réflexivité et faisaient preuve d'esprit vis-à-vis des influenceurs et de leurs pratiques sur les réseaux sociaux. Nous allons donc présenter ces réflexions dans cette partie.

4.1. Les participants sont conscients de l'impact des algorithmes sur leurs pratiques

La plupart des enquêtés ont spontanément évoqué les algorithmes de recommandation des différents réseaux sociaux qu'ils utilisent. Ils reconnaissent l'impact de ceux-ci sur leurs pratiques et sur le choix des influenceurs suivis. Certains attestent même en tirer un bénéfice, puisque ces algorithmes leur permettraient de découvrir de nouveaux influenceurs, par le biais

de leurs vidéos. Ils réfèrent surtout aux algorithmes pour parler de la plateforme Tiktok, à travers le fil d'actualité du réseau.

« Ensuite, pour Nota Bene, je faisais du chinois avec un mec puis il m'en a parlé et j'ai beaucoup aimé. C'est ce qui m'a amené grâce à l'algorithme aux Revues du Monde, ce genre de choses. » (Manon)

« Maintenant je le vois même plus sur les réseaux, il est plus dans mes algorithmes du tout. » (Lou)

Deux des participants considèrent les algorithmes de recommandation comme un moyen de découvrir des nouvelles facettes des réseaux sociaux, et ne pas être enfermés dans un « cercle fermé ». Un des participants remarque une évolution des algorithmes, qui se seraient « affinés » pour s'adapter davantage aux utilisateurs des réseaux sociaux.

« Forcement quand on s'abonne ils les mettent dans les *pour toi*² mais la communauté elle est pas très représentative sur Tiktok. Moi si j'allais dans les abonnements j'aurais l'impression d'être dans un petit cercle fermé. » (Alicia)

« Ben avant c'était tout le temps les mêmes personnes qui étaient mises en avant. Maintenant les algorithmes sont plus développés, plus précis, et ça va t'amener vers des contenus qui vont plus te plaire personnellement. Mais je trouve ça mieux. C'est plus intéressant d'avoir plus de diversité. » (Sébastien)

Un des participants révèle que selon lui, le fil d'actualité est le reflet des centres d'intérêts des utilisateurs et que par conséquent, avoir les mêmes « *pour toi* » que ses amis serait une preuve de leur complicité et de leurs points communs.

« Oui parce que déjà on a les mêmes vidéos « Pour toi » suggérées par l'algorithme. Ça montre qu'on est vraiment amis. » (Sébastien)

Bien que ces participants semblent reconnaître l'influence des algorithmes sur leurs pratiques des réseaux sociaux, on peut se demander s'ils ont réellement conscience de l'écosystème informationnel dans lequel ils sont plongés. En effet, il n'est pas fait mention des bulles de filtres qui se développent à partir des données récoltées par les plateformes numériques, les algorithmes sont au contraire perçus comme permettant « d'ouvrir » leurs

² Nom du fil d'actualité sur Tiktok.

horizons. En somme, l'opinion positif de ces adolescents entre en contradiction avec la vision très négative que l'on retrouve généralement dans le débat public (Cardon, 2019).

4.2. Les participants reconnaissent la responsabilité des influenceurs

Comme nous l'avons évoqué dans la section 2.1, plusieurs participants ont spontanément évoqué la question de la responsabilité des influenceurs vis-à-vis de leur audience. La plupart des participants représente cette responsabilité envers le jeune public de beaucoup d'influenceurs, sans toutefois s'inclure dedans. Ils expliquent que les plus jeunes seraient plus vulnérables et auraient moins d'esprit critique. Par conséquent, ils seraient plus à même de se faire influencer.

« Mais ils ont une responsabilité surtout parce qu'en général c'est des gens jeunes de ouf. Eux c'est des adultes, ils savent faire la part des choses. » (Lisa)

Les points de vue des participants interrogés sur cette question se sont répartis en deux thèmes : la responsabilité vis-à-vis des propos tenus dans les publications des influenceurs et la responsabilité vis-à-vis des partenariats.

« Il a une communauté sûrement de gens très jeunes donc je trouve que c'est pas ouf et qu'il y ait des gens qui soient là et qui disent c'est normal d'être super intrusif dans la vie des gens et de toujours vouloir tout savoir des influenceurs qu'on suit quoi. » (Lou)

« Je pense qu'à partir du moment où ils ont une communauté ils ont responsabilité dans les partenariats, les messages qu'ils portent en le voulant ou sans le vouloir. Ils ont un rôle important dans ce qu'ils promeuvent et dans l'expression publique. » (Sébastien)

Une des participantes nuance son propos en déclarant que bien que ces influenceurs aient une part de responsabilité dans le contenu qu'ils proposent à leur public, ils peuvent toutefois commettre des erreurs dont on ne devrait pas leur tenir rigueur.

« Moi je pense qu'ils ont une responsabilité mais après ils peuvent pas être parfaits. Eux aussi ils font des erreurs et bon si ça se voit sur une vidéo c'est un peu chaud mais on pas les attaquer ou quoi. » (Lisa)

4.3. Les participants sont en partie conscients des stratégies mises en place par les influenceurs

Au cours de nos entretiens, certains adolescents interrogés ont évoqué des éléments qui montrent qu'ils ont conscience des stratégies mises en place par les influenceurs pour exercer leur activité sur les réseaux sociaux. Les participants montrent qu'ils sont conscients de certaines méthodes employées par les influenceurs pour accroître leur communauté.

« C'est sûr qu'ils travaillent dans leurs vidéos la communication, ce genre de chose, ils font en sorte d'être attractifs, pour qu'il y ait une communauté. »
(Manon)

« C'est une relation bizarre parce qu'on est un peu les clients et on travaille un peu avec eux, on peut les aider à être référencés, on a un peu les deux rôles. »
(Alicia)

Le témoignage d'Alicia renvoie à la notion de *digital labor*, comme décrit par Jehel (2016) et (Philippe, 2019b). En effet, le *digital labor* se définit comme la captation de valeur de l'activité des internautes par les plateformes numériques. Ceux-ci sont encouragés à effectuer des actions qui participent à l'économie des réseaux sociaux. Ici, Alicia évoque le fait qu'elle a l'impression que la communauté « travaille » avec les influenceurs. Ce travail prend la forme de commentaires que les abonnés sont encouragés à laisser sous une vidéo. Or, comme l'explique Cardon (2019), ces commentaires sont utilisés dans le classement des vidéos sur la plateforme, les vidéos les mieux « référencées » étant les plus visibles pour les utilisateurs qui ne sont pas forcément abonnés à l'influenceur. Par conséquent, elle dit avoir conscience que le public d'un influenceur participe à créer de la valeur sur les vidéos que celui-ci produit. Il est intéressant de relever que la formulation de son témoignage implique qu'elle reconnaît que la communauté travaille avec l'influenceur, pour l'aider à gagner en notoriété.

4.4. Emprise exercée par les plateformes par le biais des influenceurs

Une seule participante à notre enquête avoue avoir conscience de l'emprise que les influenceurs exercent sur ses pratiques numériques. En effet, Lou témoigne de la routine mise

en place dans son usage quotidien des réseaux sociaux, et décrit son activité comme un automatisme dont elle a dû se « défaire », bien qu'elle n'était plus intéressée par les vidéos produites par le Youtubeur Amixem.

« Au fur et à mesure je me suis rendue compte que je regardais moins ses vidéos, je mettais en accéléré, je passais des moments... Au final c'était plus une perte de temps de faire ça, je le faisais parce que c'était un automatisme au bout d'un moment de regarder ses vidéos et puis j'ai réussi à me défaire et maintenant je regarde rarement ses vidéos » (Lou)

Pour conclure, certains témoignages nous ont prouvé qu'une partie des adolescents interrogés montraient une forme de réflexivité sur leur pratique des réseaux sociaux et sur les influenceurs en général.

PARTIE 4 : IMPLICATIONS PROFESSIONNELLES

Notre question de recherche portait sur les critères attribués par les adolescents dans l'adhésion aux influenceurs. Cette question répond à un enjeu d'évaluation de l'information, puisque nous nous sommes également intéressés aux jugements de crédibilité que les jeunes enquêtés portent sur les influenceurs. L'évaluation de l'information est une part importante de l'éducation aux médias et à l'information. En tant que maître d'œuvre de l'acquisition par tous les élèves d'une culture de l'information et des médias, le professeur documentaliste est un des acteurs privilégiés pour apprendre aux élèves à développer ces compétences.

Une des pistes de travail pouvant être envisagée au vu des résultats de notre étude est d'amener les élèves à une réflexivité vis-à-vis de leur pratique sur les réseaux sociaux. En effet, il semble primordial que les élèves acquièrent des connaissances sur le fonctionnement socio-économique des plateformes numériques et leurs conséquences sur l'accès à l'information et les pratiques informationnelles (Jehel, 2015). En effet, même si plusieurs participants à notre enquête ont montré faire preuve d'esprit critique concernant les stratégies mises en place par les influenceurs, et plus généralement par les plateformes numériques, les connaissances des autres enquêtés semblent plutôt lacunaires. Comme le souligne Cordier (2017), « *la conscientisation de ses propres processus cognitifs (métacognition), de ses pratiques informationnelles et des conséquences liées, semble au cœur d'un développement d'une culture de l'information efficiente dans le monde social* ». Cela est d'autant plus important que l'évaluation de la crédibilité des influenceurs intervient en dehors du cadre scolaire et donc à un moment où les adolescents ne mobilisent pas toutes leurs capacités d'analyse.

En effet, comme nous l'avons vu dans notre étude, la plupart des adolescents interrogés voient dans les influenceurs, des *Youtubeurs*, *Instagrammeurs*, *Tiktokeurs* ou encore *Streamers*, dont beaucoup n'attendent pas forcément autre chose que du divertissement. Cette pratique des réseaux sociaux, bien qu'elle ait l'objectif de s'informer, a surtout pour but de se divertir. En ce sens, il paraît essentiel de donner aux élèves des clés pour exercer leur esprit critique dans leur pratique des réseaux sociaux. Il faudrait notamment travailler sur les critères d'évaluation de l'information telles que la notion d'autorité ou encore de source. De même, il paraît pertinent

d'axer cet apprentissage vers les contenus moins institutionnalisés, et particulièrement vers les réseaux sociaux.

Nous pourrions imaginer un travail d'analyse sur les différents facteurs qui rendent l'information crédible sur les réseaux sociaux : autorité de l'influenceur, esthétique générale et aspect professionnel, nombre d'abonnés, etc. afin que les élèves développent des automatismes dans leur analyse de l'information. Ce travail renvoie à la question du transfert difficile des apprentissages en EMI, qu'un travail sur les heuristiques, modes opératoires d'évaluation de l'information que l'on retrouve fréquemment chez les jeunes, pourrait permettre d'améliorer (Sahut, 2017).

Il va sans dire qu'il serait contreproductif d'opérer à une diabolisation de l'information produite par les influenceurs. En revanche, permettre aux élèves de s'interroger sur leurs modèles économiques (publicité, partenariats commerciaux) et leur apprendre à analyser les contenus médiatiques produits par les influenceurs pourrait être envisagé.

CONCLUSION

Dans le cadre de ce mémoire, nous avons présenté un aperçu des représentations et des opinions de lycéens sur les influenceurs. A travers une enquête menée auprès de huit adolescents âgés de 17 à 18 ans, nous avons pu relever un certain nombre d'informations pour répondre à notre question de recherche.

Nous avons pu observer que les participants valorisaient particulièrement certains critères chez les influenceurs : l'authenticité, la pertinence du contenu par rapport à leurs centres d'intérêt et le fait de pouvoir s'identifier, comme cela a déjà été exposé dans plusieurs travaux (Aran-Ramspott et al., 2018) (Philippe, 2019a). Nous avons pu constater que ces traits jouaient un rôle important dans la valeur de vérité accordée aux propos de ces influenceurs sur les réseaux sociaux et dans le lien de confiance établi envers ceux-ci.

De plus, nos résultats nous ont montré que les adolescents interrogés prêtaient particulièrement attention à des indices relevant de l'honnêteté de la démarche des influenceurs. Ces indices étant plutôt subjectifs, comme le désintéressement ou l'intention de bien faire. Une petite partie de notre échantillon a déclaré s'intéresser aux sources présentées par les influenceurs, ce qui peut s'expliquer par le fait que la plupart des participants semblent consommer un contenu plus tourné vers le divertissement que vers l'information. En revanche, une majorité de participants semble influencés par le nombre d'abonnés qui leur paraît être un critère de qualité.

Enfin, nous avons pu remarquer que les adolescents interrogés font preuve d'esprit critique vis-à-vis de leur consommation de contenu produit par des influenceurs, et du fonctionnement des réseaux sociaux. Toutefois, leurs connaissances sur le modèle économique des influenceurs et des plateformes semblent parfois lacunaires.

Il est évident que nos résultats ne peuvent pas être représentatifs des pratiques et des jugements de l'ensemble des adolescents vis-à-vis des influenceurs. D'une part, le nombre réduit de participants interrogés nous a permis d'explorer le sujet, mais pourrait être prolongé par une étude quantitative. D'autre part, les profils des enquêtés sont relativement homogènes.

L'échantillon est parfaitement mixte mais l'ensemble des adolescents interrogés sont âgés de 17 à 18 ans et sont tous issus d'un cursus général. Or, nous savons que les pratiques numériques varient en fonction de l'environnement social et de la filière (Jehel, 2020). Il pourrait être intéressant de mener une étude similaire sur une population plus jeune, à l'image de celle menée par Aran-Ramspott et al. (2018), en axant davantage l'entretien sur les questions d'évaluation de l'information.

Notre étude nous aura toutefois permis de dresser des pistes de travail dans le cadre de l'Education aux Médias et à l'Information. En effet, la plupart des adolescents interrogés ont montré du recul vis-à-vis de leurs pratiques. Par ailleurs nous avons constaté qu'un travail sur le fonctionnement socio-économique des grandes plateformes du numérique pourrait être envisagé pour les accompagner à la consolidation de leur esprit critique.

BIBLIOGRAPHIE

- Aran-Ramspott, S., Fedele, M., & Tarragó, A. (2018). YouTubers' social functions and their influence on pre-adolescence. *Comunicar. Media Education Research Journal*, 26(2).
<https://doi.org/10.3916/C57-2018-07>
- Attruia, F. (2021). L'autorité des jeunes influenceurs du Web dans le genre de l'« unboxing » : Un cas d'étude français/italien. *Argumentation et Analyse du Discours*, 26, Article 26.
<https://doi.org/10.4000/aad.5118>
- Blanchet, A., & Gotman, A. (2007). *L'enquête et ses méthodes : L'entretien*. Armand Colin.
- Brémond, C. (1970). Le rôle d'influenceur. *Communications*, 16(1), 60-69.
<https://doi.org/10.3406/comm.1970.1229>
- Broudoux, E., & Ihadjadene, M. (2020). Autorités numériques, médias et réseaux sociaux : Introduction. *Études de communication - Langages, information, médiations*, 55, 7-14.
<https://doi.org/10.4000/edc.10612>
- Cardon, D. (2019). *Culture numérique*. Presses de Sciences Po.
- Cohen, E. L., Knight, J., Mullin, M., Herbst, R., Leach, B., Shelledy, A., & Rebich, D. (2021). Loving to hate the Kardashians : Examining the interaction of character liking and hate-watching on the social influence of a reality TV show. *Psychology of Popular Media*, 10(2), 136.
- Cordier, A. (2017). *Grandir connectés : Les adolescents et la recherche d'information*. C & F Éditions.

- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2008). *Digital media and youth : Unparalleled opportunity and unprecedented responsibility*. MacArthur Foundation Digital Media and Learning Initiative.
- Gross, J., & Wangenheim, F. V. (2018). The Big Four of Influencer Marketing. A Typology of Influencers. *Marketing Review St. Gallen*, 2, 30-38.
- Jehel, S. (2015). Les pratiques des jeunes sous la pression des industries du numérique. *Le Journal des psychologues*, 331(9), 28-33. <https://doi.org/10.3917/jdp.331.0028>
- Jehel, S. (2016). Hyperconnexion des adolescents : Une initiation au digital labor. *Colloque Association internationale des sociologues de langue française, communication avec actes*.
- Jehel, S. (2020). *Les pratiques numériques des jeunes en Normandie* (N° 6). Observatoire des pratiques numérique des adolescents en Normandie. https://educationauxecrans.fr/fileadmin/user_upload/Observatoire2020.pdf
- Lukasik, S. (2019). Reformulation de la figure du leader d'opinion dans la réception de l'information des jeunes via les réseaux sociaux numériques. *Actes des XIIIe Doctorales de la SFSIC*. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02415008>
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2021a). Chapitre 1. Choisir une approche d'analyse qualitative. In *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales: Vol. 5e éd.* (p. 13-36). Armand Colin; Cairn.info. <https://www.cairn.info/l-analyse-qualitative-en-sciences-humaines--9782200624019-p-13.htm>
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2021b). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Armand Colin. <https://www-cairn-info.gorgone.univ-toulouse.fr/l-analyse-qualitative-en-sciences-humaines--9782200624019.htm>

- Philippe, S. (2019a). Être auteur sur YouTube : Représentations et pratiques d'adolescents. *11e congrès des professeur·e·s documentalistes de l'Éducation nationale*.
- Philippe, S. (2019b). *De la participation à l'exploitation : Les stratégies de YouTube dans l'exploitation du travail des internautes*. 298. <https://hal.univ-lorraine.fr/hal-02415928>
- Sahut, G. (2017). L'enseignement de l'évaluation critique de l'information numérique. *tic&société, Vol. 11, N° 1*, 223-248. <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.2321>
- Taylor, S. J., Bogdan, R., & DeVault, M. (2015). *Introduction to Qualitative Research Methods : A Guidebook and Resource*. John Wiley & Sons.
- Tricot, A., Sahut, G., & Lemarié, J. (2016). *Le document : Communication et mémoire*. De Boeck Supérieur.
- Zimmermann, D., Noll, C., Gräßer, L., Hugger, K.-U., Braun, L. M., Nowak, T., & Kaspar, K. (2020). Influencers on YouTube : A quantitative study on young people's use and perception of videos about political and societal topics. *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01164-7>

ANNEXES

Annexe 1 : Le guide d'entretien

Axe 1 : Amorce et critères d'adhésion

- Est-ce que tu peux me donner le nom de quelques influenceurs que tu suis ?
- Comment tu les as connus ?
- Est-ce que dans ces noms que tu m'as donnés il y en a que tu préfères particulièrement ? Pourquoi ?
- Si tu devais mettre ces influenceurs dans une catégorie, tu les mettrais dans laquelle ?
- Qu'est-ce qui te plaît chez ces influenceurs, (pourquoi tu les suis) ?
- Est-ce qu'il s'y connaît dans son domaine/sur ces sujets-là ? (Est-ce qu'il est fiable ?)
- Est-ce que tu es attentif.ve au nombre de likes et au nombre d'abonnés
- Est-ce que tu es attentif aux commentaires du contenu que tu regardes ?
- Est-ce que tu suis les influenceurs que tu apprécies sur plusieurs plateformes ? Pourquoi ?
- Est-ce que le contenu produit est différent d'une plateforme à l'autre ?

Axe 2 : Critères de rejet d'un influenceur

- Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu n'aimes pas ? Est-ce que tu pourrais me dire pourquoi ?
- Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu appréciais avant et que tu as arrêté de suivre ?
- Est-ce que c'est le contenu de cet influenceur qui a changé ou ce sont tes goûts/ centres d'intérêts qui ont changé ?
- Est-ce que ça t'arrive de quand même regarder le contenu des influenceurs que tu n'apprécies pas ? Pourquoi ?

Axe 3 : Dimension sociale des pratiques

- Est-ce que ça t'arrive de regarder un influenceur avec tes amis ? ou Est-ce que tu partages le contenu de cet influenceur à tes amis ?
- Est-ce de manière générale tu parles de ces influenceurs avec tes amis ?
- Vous en dites quoi ? Vous parlez de quoi ?
- Est-ce que l'avis des autres sur un influenceur t'a déjà fait changer d'avis sur lui ?

Axe 4 : Qualités morales et relation à l'influenceur

- Est-ce que tu te sens proche des influenceurs que tu regardes ?
- Est-ce que tu penses que les influenceurs font en sorte de développer des liens affectifs avec leur public ? Si oui, pourquoi ?
- Est-ce que tu l'aimes bien ? Est-ce que tu as un attachement ?
- Est-ce que pour toi il/elle a l'air sincère ? Est-ce qu'il y a des éléments qui te font dire qu'il/elle est sincère ou pas ?
- Est-ce qu'il t'est déjà arrivé d'être déçu par un influenceur, par ses propos ou son comportement ? Pourquoi ?
- Est-ce que ça t'est déjà arrivé de ne pas faire confiance à un influenceur ? De ne pas croire ce qu'il disait ?
- Est-ce que tu as cherché à vérifier ses propos ? Si oui, comment ?
- Comment tu penses qu'ils gagnent de l'argent ?

- Est-ce que tu penses que les influenceurs ont une responsabilité envers leur communauté ?

Annexe 2 : Transcriptions des entretiens

Entretien avec Lou

Mathilde Esperce (ME) : Est-ce que tu peux me donner un exemple d'influenceurs que tu suis ?

LOU : Les Youtubeurs que je suis sur Instagram, donc Lena Situations, Squeezie, Joyca, après je suis des Youtubeurs un peu moins côtés MAYLINE & LOU, c'est deux sœurs qui parlent de Corée du Sud. Il y a une fille aussi que je suis beaucoup qui s'appelle Juliette Jahm, c'est pareil c'est une Youtubeuse un peu comme Mayline et Lou, enfin elle fait souvent des vidéos introspectives sur les sentiments et tout.

LOU : Et après je suis pas mal d'influenceurs... Enfin d'influenceurs qui travaillent que sur Instagram j'en suis pas. Après c'est des gens qui font autre chose mais qui sont aussi présents sur les réseaux sociaux, comme des chanteurs des choses comme ça.

LOU : Oui, des chanteurs et quelques acteurs aussi.

ME : Comment tu as connu les influenceurs que tu as cité ?

Lou : Il y en a par mon entourage, mes sœurs, après juste sur internet en tombant sur des vidéos, en scrollant, après il y en a ils sont tellement connus...

ME : Donc quand tu dis que tu les as connus sur internet, tu veux dire qu'ils étaient dans tes suggestions ou alors ils ont fait des vidéos avec d'autres Youtubeurs que tu aimais bien ?

Lou : Squeezie, c'est principalement par les vidéos suggérées sur YouTube, Joyca c'est plutôt parce qu'il faisait des vidéos avec d'autres personnes que je connaissais, il y en a peu que j'ai connu par des proches en fait.

ME : Là dans les personnes que tu as citées, est-ce qu'il y en a que tu préfères particulièrement et pourquoi ?

LOU : Mayline et Lou et Juliette Jahm, c'est les deux que je suis le plus, en plus elles sont super joyeuses dans leur stories donc ça remonte le moral. En général c'est plus les Youtubeurs que j'ai tendance à regarder, c'est pas forcément les chanteurs ou quoi.

ME : donc ceux qui ne font du contenu que sur les réseaux en fait

LOU : Oui

ME : Dans quelle catégorie tu classerais les influenceurs que tu m'as cité ? En plus de la distinction chanteurs/acteurs vs juste sur internet

LOU : alors dans les personnes qui sont que influenceurs, il y a des Youtubeurs qui me font découvrir une autre culture ou un autre pays, genre la culture coréenne, et la culture japonaise. Les autres c'est plus parce que c'est drôle, genre Squeezie, Joyca et tout, enfin c'est de l'humour quoi.

Après dans les autres, il y a des acteurs, mais aussi des sportifs, des patineurs artistiques, ... et j'aime bien voir leurs vidéos de patinage

ME : Qu'est-ce qui te plaît chez ces personnes que tu suis ?

LOU : alors la plupart je dirais que c'est parce qu'elles expriment beaucoup de joie et du coup ça fait que quand je vais sur les réseaux j'ai juste envie de voir des gens heureux [rires], et en plus elles me font découvrir des choses que je connais pas...

ME : Est-ce qu'il y a des valeurs que tu vois chez eux ?

LOU : En général ceux que je suis ils ont un peu les mêmes idées que moi, les même idées politiques. Après tous les acteurs et chanteurs c'est aussi parce que je les trouve beaux

ME : Est-ce que les filles qui parlent de culture coréenne, en quoi tu trouves qu'elles s'y connaissent sur ces sujets ?

LOU : En fait il y a un gros moment où elles parlaient de ça parce qu'elles étaient en Corée du Sud, et là à nouveau elles y sont, après quand elles sont retournées en France elles en parlaient moins mais quand même comme elles ont pas mal d'amis qui y habitent et tout je pense que c'est assez fiable. Après je suis un Youtubeur qui est japonais et qui vit la moitié du temps au Japon donc pour moi ça me paraît assez fiable. Après il donne son avis souvent donc je le prends un peu avec des pincettes, je me dis c'est lui qui pense ça mais ça me donne pas forcément une vraie idée de la culture et du pays.

ME : Tu te dis que c'est son opinion donc c'est pas forcément objectif c'est ça ?

LOU : oui après quand ils en parlent ils disent que c'est pas forcément la vérité absolue mais que c'est ce qu'ils ont vu. Ils partagent leur expérience.

ME : Est-ce que tu es attentive au nombre de likes et aux commentaires des influenceurs que tu suis ?

LOU : Sur les influenceurs que je suis, je regarde pas trop, sauf quand ils y a 1 million... etc. [des « paliers », qui sont souvent soulignés par les influenceurs, publications de remerciement, parfois vidéos spéciale, etc.] mais sinon en général j'y fais pas attention. Après quand je découvre quelqu'un avant de le suivre, je vais m'intéresser aux statistiques pour voir à quel point il est côté mais c'est pas parce qu'il est pas très connu que je vais pas m'abonner.

ME : Et les commentaires ?

LOU : Oui, en général je les regarde quasiment systématiquement, sous les vidéos, sous les posts un peu moins. Sous les vidéos je regarde les premiers commentaires quoi. Je vais regarder les premiers parce qu'en général, bon ça dépend du sujet de la vidéo, mais en général c'est des commentaires qui sont drôles donc voilà. Rapidement si c'est des commentaires qui m'intéressent pas, je pars.

ME : En général tu les regarde pour quoi ?

LOU : En général c'est des gens qui font des blagues

ME : Mais sur les vidéos d'humour ou sur n'importe quel type de vidéos ?

LOU : oui je dirais n'importe quel type de vidéo, mais ça dépend, quand c'est des vidéos de témoignage, après dans les commentaires il y a des témoignages donc ça m'intéresse comme ça j'ai différents points de vue. Après sous les vidéos de Squeezie par exemple, c'est beaucoup de vidéo comme « bravo pour ton travail » donc ça je regarde pas forcément.

ME : Est-ce que tu suis les influenceurs sur plusieurs plateformes ?

LOU : Ouais, alors il y en a que je suis que sur YouTube par exemple, mais en général je les suis sur YouTube juste pour recevoir les notifications, mais je vais pas regarder systématiquement. Ceux que je regarde vraiment tout le temps je les suis sur plusieurs plateformes en même temps genre YouTube Instagram, des fois Tiktok, ça dépend, en général je suis pas beaucoup de gens sur Tiktok. Après ce que je suis sur Tiktok en général je les suis parce qu'ils sont que sur cette plateforme, enfin ils sont peut-être sur Instagram mais je les suis par rapport au contenu qu'ils font sur Tiktok et je m'en fiche un peu de ce qu'ils font sur Instagram (rire)

ME : donc il y en a que tu suis sur plusieurs réseaux sociaux ?

LOU : en général ceux que je suis sur YouTube, je les suis aussi sur Instagram, pareil pour les chanteurs. Après il y a des gens que je suis que sur YouTube et que sur Tiktok, et sur Instagram il y en a quelques-uns, en général c'est les sportifs mais c'est parce que c'est que là où ils sont. [en général c'est ceux qui ne sont pas juste influenceurs, sportifs, acteurs, ...]

ME : Et du coup est-ce que tu as l'impression que le contenu qu'ils produisent est différent d'une plateforme à l'autre ?

LOU : Non, c'est assez similaire je pense, ceux que je suis sur YouTube, ils racontent autant leur vie sur YouTube que sur Instagram donc je trouve pas que ça diffère trop.

ME : Est-ce que tu trouves que ça ajoute quelque chose ?

LOU : Oui en général ça ajoute... Tu vois plus leur vie à eux. Des fois sur YouTube ils font des vidéos mais c'est par rapport à un truc en particulier, sur Instagram ils parlent de leur vie de tous les jours, les gens qu'ils voient et tout.

ME : C'est quelque chose que tu aimes bien ça ?

LOU : C'est peut-être un peu bizarre, un peu tordu de voir la vie des gens

ME : C'est ce qu'ils veulent bien partager, etc.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu n'aimes pas ?

LOU : En particulier non, mais j'ai du mal avec les influenceurs qui ne sont qu'influenceurs, qui cherchent juste à être connus, ceux qui suivent les trend Tiktok par exemple, qui n'ont pas vraiment de personnalité...

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu n'aimes pas ? Est-ce que tu pourrais me dire pourquoi ?

LOU : En particulier je dirais non, mais j'ai du mal avec les influenceurs qui sont que influenceurs, ceux qui sont que sur Instagram ou sur Tiktok, qui sont que là pour avoir de la visibilité sans faire de contenu autre à côté. Ceux qui suivent les trend Tiktok, ceux qui ont pas vraiment de personnalité on va dire. J'ai pas de nom en tête parce qu'en général je les évite. Après je m'en fiche d'eux, je les ignore. Il y en a que je vois sur les réseaux que je n'aime pas mais je les ignore, je les connais pas forcément. Par exemple, il y en a un qui s'appelle Oli London. Je le trouve super bizarre. En fait il a tout fait pour ressembler à un idol de KPop en particulier. Au début c'était juste ça donc il a fait je sais pas combien d'opérations de chirurgie esthétique mais après c'était un peu de l'appropriation culturelle, il a aucune nationalité et aucune origine coréenne et il se dit coréen alors qu'il est rarement allé en Corée et il a pas la nationalité et puis après je le trouve un peu bizarre et il fait tout genre il connaît les gens et il

veut se marier avec eux... Mais ce que je comprends pas c'est qu'il y a beaucoup de gens qu'il aime parce que justement il est fan de kpop mais alors que moi je trouve qu'il fait plus de mal... Les idol et les chanteurs de kpop ils le connaissent, parce qu'ils l'ont déjà évoqué, ils savent qu'il existe parce qu'il a tellement de visibilité et ça doit être gênant d'avoir quelqu'un qui veut se marier avec toi et qui dit qu'il va se marier avec toi alors que tu le connais pas quoi... Et du coup il est juste problématique parce qu'à chaque fois qu'il met son dévolu sur une personne qui a des origines asiatiques, après il est obsédé et après il est là comme si c'était ses amis alors que pas du tout. Et lui vraiment j'en entends vraiment beaucoup parler parce que je suis le monde de la culture coréenne et il est tout le temps là et c'est problématique ce qu'il fait, enfin ça se fait pas...

ME : Tu trouves qu'il est trop dans l'exagération ?

LOU : Oui, enfin par exemple, il s'était marié avec une reproduction en carton de l'idol en question, il avait filmé tout le processus du mariage et c'est bizarre ! Même si je pense pas qu'il est pu parce qu'on peut pas se marier avec un carton. Et puis vraiment il fait beaucoup d'appropriation culturelle.

ME : Et si tu devais lui attribuer des qualités ou des défauts tu dirais quoi ?

LOU : On va dire que sa seule qualité c'est qu'il est pas méchant. J'ai juste l'impression qu'il est lui-même persuadé de ce qu'il est. Enfin de ce qu'il est pas du coup (rire). Mais il est juste super intrusif dans la vie des gens. Je pourrais pas lui donner de défaut parce que le défaut c'est lui (rire).

ME : Et par exemple, est-ce que dans le contenu qu'il fait c'est un peu problématique, qu'il faudrait pas montrer cette image là ?

LOU : Oui, il renvoie cette image de quelqu'un qui est sans gêne dans la vie des gens. Et puis par exemple, il y a un moment où c'était un mot qu'il avait inventé, c'était pour dire quand tu es trans mais avec les origines en gros. Genre il choisit son origine. Moi je trouve que ça casse un peu le combat de tout ce qui est transidentité et tout et du coup comme s'il le ridiculisait ce combat et puis il est certifié sur les réseaux sociaux, il a une énorme communauté et puis il a une communauté sûrement de gens très jeunes donc je trouve que c'est pas ouf et qu'il y ait des gens qui soient là et qui disent c'est normal d'être super intrusif dans la vie des gens et de toujours vouloir tout savoir des influenceurs qu'on suit quoi. Parce que même s'ils partagent leur vie sur les réseaux, on est pas obligés de tout savoir d'eux.

ME : Lui il partage trop sur lui ou c'est juste qu'il est obnubilé par les autres ?

LOU : Oui, il est trop obsédé et pour lui c'est normal. Si ça se trouve il fait pas exprès et il s'est juste persuadé lui-même que c'était normal.

ME : Et par exemple il fait quoi lui, c'est un Youtuber ?

LOU : C'est un influenceur qui est sur Instagram, sur Tiktok, après je sais pas s'il est sur YouTube... En général je le vois surtout sur Tiktok, enfin je vois des gens qui réagissent à ses vidéos et qui s'indignent de ce qu'il fait. En ce moment je le vois pas trop mais il fait des duos souvent avec les gens qu'il a pris, qu'il obsède. Par exemple sur Tiktok les chanteurs souvent ils font des vidéos pour leurs fans en mode un peu mignon, pour dire voilà c'était trop bien d'être avec vous à ce concert, et lui il fait des vidéos comme si c'était pour lui, rien que pour lui et il est là genre oui moi aussi je t'aime, je sais pas c'est gênant ! Après je pense que c'est pas le seul, il doit y en avoir beaucoup qui font ça mais lui il a de la visibilité.

ME : Et tu disais que tu as l'impression par rapport aux autres filles qui parlent de culture coréenne qu'il donne une image négative ? Ou qu'il ne s'y connaît pas autant ?

LOU : Je sais pas trop s'il parle de la culture coréenne sur les réseaux vu que je le suis pas mais le contenu que je vois c'est son contenu problématique, après il est quand même allé en Corée donc parfois il dit des trucs vrais mais parfois il a fait des vidéos où justement il disait qu'il était coréen, il faisait des vidéos où il apprenait aux gens, c'étaient des vidéos de quelques secondes, il disait oui on dit bonjour comme ça et tout et puis c'était faux en fait. Après il y avait des vrais coréens qui répondaient à ses Tiktok et qui répondaient ben on dit pas comme ça nous en Corée et il y a des choses qui étaient vraies et d'autres qui étaient totalement fausses, qui étaient mal dites et tout et c'est peut-être pas grand-chose mais quand on voit une vidéo quelqu'un qui nous dit comment dire merci mais en fait c'est pas comme ça qu'on dit merci en coréen c'est un peu bizarre quoi. Et puis même à un moment il avait fait une série de vidéo où c'étaient des coréens qui faisaient des dialogues en coréen et il y avait la traduction en anglais en gros toi quand tu es devant ton écran tu apprends de nouveaux mots et lui il faisait des vidéos avec ça et il critiquait le coréen de la personne qui était coréenne. Et après la personne du coup elle disait mais pourquoi tu me critique (rire) c'est ma langue natale (rire). C'est absurde quoi !

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu appréciais avant et que tu as arrêté de suivre ?

LOU : Oui, par exemple Amixem avant je regardais pratiquement toutes ses vidéos pendant le confinement et tout et même un peu après et maintenant je le suis pratiquement plus, même si je reçois les notifications. En fait dans ses vidéos quand il fait des vidéos tout seul j'aime pas trop après il a je sais pas si tu vois il a son crew avec les trois et il y en a un parmi les trois c'est un humoriste, Thomas Deseur et lui je le suis sur Instagram il est drôle.

ME : Et pourquoi tu regardes moins ses vidéos ?

LOU : Au fur et à mesure je me suis rendue compte que je regardais moins ses vidéos, je mettais en accéléré, je passais des moments... Au final c'était plus une perte de temps de faire ça, je le faisais parce que c'était un automatisme au bout d'un moment de regarder ses vidéos et puis j'ai réussi à me défaire et maintenant je regarde rarement ses vidéos. Des fois je regardais quand même ses vidéos parce que ça avait l'air intéressant mais après je me rendais compte que c'était vide. Parfois c'est le concept qui est cool mais lui maintenant je le trouve vraiment pas drôle, il fait toujours les mêmes blagues (souponner). Quand c'est des vidéos qu'il a déjà fait, quand c'est des parties 2 et tout ça me fait plus vraiment rire.

ME : Avant tu le trouvais drôle ?

LOU : Oui, j'aimais bien quand il faisait des vidéos avec Joyca à la Redbox mais maintenant ils font plus de vidéos ensemble mais en fait j'ai jamais vraiment aimé quand il était tout seul. Parfois je regardais quand il était tout seul mais c'était pas les vidéos que j'aimais le plus. Et vraiment j'aime bien quand il est avec d'autres Youtubeurs, je le trouve drôle quand il est avec d'autres gens. Quand il est tout seul je l'aime pas forcément trop.

ME : Et tu regardes ses vidéos quand il est avec des gens que tu ne connais pas ?

LOU : Ça dépend de la vidéo. Comme en général il fait des vidéos qu'avec des gens que je connais...

ME : Tu as un autre exemple que Amixem ?

LOU : Alors il y a un Youtubeur que je suivais pendant le confinement qui s'appelle Sora et au début j'aimais beaucoup ses concepts de vidéos. Je le connaissais parce qu'il était amis avec un Youtubeur, celui qui parle du Japon que j'aime beaucoup, et puis j'aimais bien ses vidéos au

début c'était assez divertissant, et puis là il est plus centré dans les Youtubeurs que j'aime pas trop, genre que j'arrive pas à supporter, ils font toujours les mêmes trucs, genre des vidéos fades, des tendances nulles genre... Il y a eu un moment c'était tous les trucs genre on teste des produits Tiktok, essayez de ne pas rire, il y a des trucs c'est vu et revu (rire) tu vois il y en a j'aime bien, genre Joyca il fait parfois des vidéos comme ça mais il a jamais les mêmes réactions alors que lui c'est tout le temps pareil, en plus c'était avec des gens que j'aimais pas forcément beaucoup, et du coup maintenant je le vois même plus sur les réseaux, il est plus dans mes algorithmes du tout, ils se voient toujours mais je l'ai plus du tout...

ME : Est-ce que c'est le contenu de cet influenceur qui a changé ou ce sont tes goûts/ centres d'intérêts qui ont changé ?

LOU : Un peu les deux je pense. Pour Amixem, je pense que le contenu a pas trop changé, c'est juste moi qui ait changé. Je pense que je suis passé à autre chose (rire). Pour Sora, je pense que c'est clairement le contenu qui a changé.

ME : Est-ce que ça t'arrive de quand même regarder le contenu des influenceurs que tu n'apprécies pas ? Pourquoi ?

LOU : Oui, je regarde et je me dis « tss » je l'aime pas lui (rire)

ME : Mais qui par exemple ?

LOU : Je saurais pas vraiment dire...

ME : Il y a des comptes auxquels tu es abonné et que tu n'aimes pas ?

LOU : Non.

Et il y a pas des influenceurs que tu n'aimes pas trop mais tu regardes quand même leurs vidéos ?

LOU : Oui, c'est vrai que Mcfly et Carlito maintenant j'ai un peu du mal, c'est vrai qu'après la vidéo avec le président... Je me suis dit non c'est trop.

[Interruption, une personne entre dans la pièce]

Oui, Mcfly et Carlito je regarde parfois mais ça dépend du titre de la vidéo aussi. Des fois sur Tiktok ça m'arrive de tomber dessus par hasard parce que les algorithmes sont pas 100% parfaits, des fois je tombe sur quelqu'un que j'aime pas forcément, et je vais voir ce qu'il fait. Et parfois aussi je vais voir dans les commentaires s'il y a d'autres personnes qui l'aiment pas. Comme ça je suis pas la seule à pas l'aimer ! Mais j'ai pas vraiment de nom en particulier, c'est juste des gens que voilà j'aime pas. Mais par exemple des Tiktokeurs super connus, par exemple Charli d'Amelio, avant je l'avais souvent dans mes pour toi quand j'étais quelqu'un sans personnalité (rire) mais maintenant si je vais sur un son en particulier et que je la vois mais maintenant je vais sur son profil je regarde ses Tiktok et je me dis c'est vrai qu'elle est vraiment pas ouf elle... C'est pas contre elle mais je comprends pas pourquoi elle a autant d'abonnés. Sinon des profils de chanteurs, par exemple il y a un rappeur de KRap qui est super problématique, il fait beaucoup d'appropriation culturelle et en fait il y a beaucoup de gens qui l'aiment, et puis je suis des gens qui l'aiment, et puis des gens qui l'aiment pas, surtout des gens qui l'aiment pas, et puis des fois je vais sur son compte et je me dis c'est problématique quand même, et puis des fois il est avec d'autres chanteurs que j'aime bien qui font des vidéos avec lui parce que entre chanteurs ils font pas forcément des vidéos parce qu'ils sont amis, mais ils sont dans le même milieu... Et du coup je vais le voir et je me dis que non, je l'aime pas.

ME : Mais du coup il y a des chanteurs que tu aimes bien qui font des vidéos avec lui ?

LOU : Là dernièrement justement il a sorti une musique avec une chanteuse super connue que tout le monde aime même si moi j'ai pas d'avis sur elle, mais comme ils sont tous les deux super connus il a fait des vidéos avec des chanteurs que j'aime vraiment beaucoup beaucoup et j'étais là mais pourquoi ?

ME : Ça t'a déçue un peu de ces chanteurs ?

LOU : Oui j'étais là, j'espère qu'ils sont pas amis, surtout que c'est des chanteurs ils ont vraiment pas la même personnalité que lui... Mais même sans le truc de l'appropriation culturelle, il est vraiment problématique, il a eu des problèmes avec la drogue, et puis il y a une de ses chansons qui est super connue et dedans toutes les filles que tu vois elles sont à moitié nues...

ME : Est-ce que ça t'arrive de regarder un influenceur avec tes amis ou est-ce que tu partages les publications de cet influenceur à tes amis ?

LOU : Ça m'arrive de regarder des vidéos YouTube avec des amis, avec Ilona.

ME : Est-ce que tu regardes les mêmes choses ou alors certains contenus ?

LOU : Il y a des Youtubeurs qu'on regarde en commun en général. Et après c'est plus moi qui lui montre des choses et elle qui me montre des choses pour se faire découvrir de nouveaux contenus.

ME : Vous vous partagez des publications, des vidéos, c'est ça ?

LOU : En général c'est surtout quand on est ensemble que... Style j'ai vu un truc et quand je vais la voir en vrai je vais lui montrer des vidéos YouTube ou des Tiktok ou quoi.

ME : Est-ce qu'il y en a que tu ne partages pas du tout ?

LOU : Au niveau de ceux que je suis qui sont des chanteurs et tout je partage un peu moins. Il y en a certains que je partage parce que j'adore et que je veux qu'ils adorent aussi. Mais sinon il y en a que je garde pour moi car je sais que ça va pas intéresser mes amis.

ME : Et tu partages certains contenus à certaines personnes ?

LOU : Oui. Par exemple, tout ce qui est en rapport avec la musique je le partage avec ma cousine car c'est plus ce qu'elle écoute. Tout ce qui est autour des Youtubeurs, je partage avec mes amis, les Tiktoks je partage avec mes amis et tout.

ME : Est-ce que de manière générale tu parles de différents influenceurs avec tes amis ?

LOU : Oui, des fois ça m'arrive d'en parler.

ME : Et vous en dites quoi en général ?

LOU : Je sais pas on va dire « ah t'as vu la nouvelle vidéo », « oui j'ai bien aimé ce moment ». Enfin on partage nos ressentis et nos avis sur les contenus qu'ils font.

ME : Et est-ce que vous y faites référence parfois ?

LOU : Peut-être qu'on le fait inconsciemment.

ME : Par exemple, ça arrive qu'on entende des gens reprendre des éléments de langage.

LOU : Ben, je m'en rends pas vraiment compte. Je sais pas si je le fais en fait.

ME : Est-ce que tu penses que les influenceurs/leur contenu ont un impact rassembleur sur ton groupe d'amis ?

LOU : Oui, car ça fait des sujets sur lesquels parler. Il y a des personnes avec qui je ne sais pas de quoi parler et je parle de ça.

ME : Pourquoi est-ce que tu pense qu'ils connaissent ?

LOU : Parce que certains je les ai déjà entendu en parler ou alors ils me l'ont dit une fois, on l'a évoqué et du coup j'aborde le sujet.

ME : Est-ce que l'avis des autres sur un influenceur t'a déjà fait changer d'avis sur lui ?

LOU : Du coup j'ai pas l'impression que ça me fasse changer d'avis sur la question.

ME : Et ça t'est déjà arrivé que quelqu'un te dise du bien d'un influenceur que tu n'aimes pas ou l'inverse ?

LOU : Enfin je m'en souviens pas.

ME : Est-ce que tu te sens proche des influenceurs que tu regardes ?

LOU : En général, ceux que je regarde, j'ai plus l'impression que ce sont l'opposé de moi. Du coup, c'est pour ça que j'aime bien ce qu'ils font parce qu'ils me font découvrir autre chose. Mais j'ai pas l'impression que ceux que je suis je les suis parce que je m'identifie à eux, en général. Non, je trouve pas que je me sens proche d'eux. Peut-être que parfois j'ai l'impression que je parle avec des amis... Enfin, quand ils font des storys j'ai l'impression que c'est quelqu'un qui m'envoie un Snapchat ou quoi. Mais je suis consciente du fait que c'est à la communauté et pas que à moi quoi.

ME : Est-ce que parmi les influenceurs que tu as cité, tu as l'impression que tu les aimes bien. Pas seulement par rapport à leurs vidéos mais que tu sens que peut-être ce qu'ils vont faire tu vas apprécier car tu aimes bien l'énergie qu'ils renvoient, leur humour, les regarder.

LOU : Oui, j'ai l'impression que la plupart que je suis c'est par rapport à ça. Même s'ils font un truc qui va pas forcément m'intéresser, tant que c'est eux qui le font je pense que j'aimerais toujours car c'est leur personnalité que j'aime bien. Ceux que je suis j'ai l'impression qu'ils sont très extravertis, ils montrent beaucoup leur émotion, et c'est ça que j'aime bien chez eux. Ils sont souvent très drôles et tout.

ME : Est-ce que du coup tu sens qu'il y a un attachement à la personne ?

LOU : Je pense que pour certains il y a plus un attachement à la personne qu'un attachement au contenu. C'est-à-dire qu'il y en a, s'ils avaient une personnalité nulle ça m'intéresserait pas du tout alors que le contenu pourrait m'intéresser. Alors que sinon c'est la personne qui fait que c'est bien quoi. Par exemple le Youtuber que je suis qui parle du Japon, les vidéos m'intéressent parce que c'est lui qui le raconte avec sa façon de parler et je pense que si c'était quelqu'un de totalement différent ça passerait complètement à côté.

ME : Pour toi le contenu et la personne attaché est lié ?

LOU : Oui.

ME : Est-ce que pour toi il/elle a l'air sincère ? Est-ce qu'il y a des éléments qui te font dire qu'il/elle est sincère ou pas ?

LOU : Oui je pense que j'aime bien ceux qui ont l'air entre guillemets « vrais ». C'est eux, ils mentent pas. Je pense qu'ils ont vraiment l'air sincère ce que je suis. C'est une des choses que je cherche en premier. S'ils ne le sont pas ça gâche un peu la personnalité.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs où tu penses qu'ils ne sont pas sincères ?

LOU : Oui, je pense. Tous ceux que j'aime pas forcément. Ceux où j'accroche pas c'est parce que parfois ils font un peu ça pour les statistiques et tout. Quand ceux que je suis j'ai l'impression qu'ils ne sont pas sincères c'est quand ils font des partenariats. Bon c'est leur métier. Mais parfois ça se sent un peu quand ils aiment pas la marque.

ME : Qu'est-ce que ça te fait ressentir ?

LOU : En général j'ai l'impression que quand ils aiment pas ils font le moins d'effort possible et ils restent pas longtemps en contact avec la marque. Par exemple McFly et Carlito ils ont fait tout le truc avec Celio, et j'ai l'impression qu'ils font juste ça parce que Celio donne beaucoup d'argent quoi. J'ai pas l'impression que c'est leur univers quoi. Des fois je trouve que ça colle tellement pas avec les personnages, le contenu et tout que je trouve ça bizarre et je me dis ça doit pas les intéresser plus que ça.

ME : Et qu'est-ce que tu pense de cette démarche de partenariat avec des marques éloignées de leur image par rapport à leur public ?

LOU : Ben je trouve que c'est un peu stupide car ça renvoie pas une bonne image d'eux. Bon après je me dis qu'ils ont pas forcément trop le choix. Par exemple les petits Youtubeurs que je suis, même si je sens que les partenariats qu'ils font ça les intéressent pas forcément, je me dis qu'ils en ont besoin quand même après pour vivre. Même si je suis là c'est pas ouf et ça me plaît pas qu'ils fassent ça, je me fais une raison et me dire que c'est que provisoire.

ME : Tu pardonnes car tu te dis que c'est un peu obligé ?

LOU : Oui, voilà. Enfin pour les petits Youtubeurs qui sont pas trop connus ou quoi et qui peuvent pas vivre des statistiques et tout. Après pour les gros Youtubeurs, genre Squeezie ou McFly et Carlito, quand ils changent à chaque vidéo de partenariat, qu'ils sont pas fidèles, ben je sais pas.

ME : C'est important pour toi d'être fidèle à un partenariat ?

LOU : Je trouve que quand tu fais un partenariat, même si le but premier c'est lucratif, tu t'attaches quand même à la marque, tu te dis elle m'a soutenu.

ME : Est-ce que tu trouves que c'est déloyal par rapport aux marques ou ça te gêne par rapport au public ?

LOU : Je me dis que les marques tout ce qu'elles cherchent c'est l'argent, donc je trouve pas que c'est déloyal pour les marques. Sauf quand c'est des trucs en particuliers. Par exemple quand c'est des grosses marques qui sponsorisent tout le monde, genre NordVPN ça va. Après quand c'est des marques un peu plus précises, ou des gens qui sponsorisent, des petites entreprises ou quoi, je me dis c'est bien d'être un peu plus loyal. Dans la communauté s'il y en a un il lance une petite entreprise de bijoux ou quoi. Ben je me dis comme c'est une petite entreprise c'est bien de renvoyer une image positive et de pas le faire que pour l'argent. Après par rapport au public, moi ça me passe au-dessus mais il y a des gens qui n'arrivent pas à faire abstraction du fait que les partenariats ce n'est que pour l'argent. Et je me dis que ça peut renvoyer une mauvaise image aux plus jeunes ou à ceux qui savent pas faire la part des choses.

ME : Tu penses que ceux qui n'arrivent pas à faire abstraction de ça ce sont les plus jeunes, ou il y a des gens de ton âge aussi ?

LOU : Oui, je pense qu'il y a des gens de mon âge qui font pas attention. Je le vois pas forcément car moi je suis entourée que par... Enfin moi j'arrive à faire la part des choses et je suis entourée que de gens comme moi. Mais je pense qu'il y a des gens de mon âge qui se laissent facilement influencer.

ME : Et tu penses que c'est un problème qu'ils se fassent influencer par tous ces partenariats ?

LOU : Je trouve que des fois il y a des trucs c'est tellement... D'un côté c'est bien parce que c'est un soutien à l'influenceur, mais parfois il y a des partenariats qui n'ont aucun sens.

ME : Comme quoi par exemple ?

LOU : Je reviens au partenariat entre McFly et Carlito et Célio. Je le trouve vraiment bizarre ce partenariat, et je sais pas c'est dur à exprimer.

ME : Et est-ce que toi tu t'es déjà fait cette réflexion là de te dire même s'il fait ce partenariat là, je le pardonne ?

LOU : Oui oui, c'est un peu ce que j'ai dit tout à l'heure, je le pardonne parce qu'ils en ont besoin déjà.

ME : Tu ne te dis pas qu'ils ont forcément les idées véhiculées par la marque.

LOU : Oui, voilà. Je sais. Moi je pardonne. Mais je me dis qu'il y en a ils se font avoir et du coup rentrent dans un cercle vicieux et se disent on va acheter tous les produits qui sponsorisent mon Youtubeur préféré.

ME : Et s'ils font ça qu'ils font ça pour soutenir les Youtubeurs ou ça vient des arguments qu'ils mettent en avant pour promouvoir la marque ?

LOU : Je pense qu'il y en a qui font ça pour soutenir. Ça part d'un bon côté, c'est-à-dire qu'ils sont loyaux. Et d'un autre côté je me dis que si une marque ne t'intéresse pas et tu l'utilise juste parce que ton Youtubeur est sponsorisé, c'est absurde. Ça me fait rire quand je vois plein de Youtubeurs que je suis qui sont tous sponsorisés par la même marque. Je me dis quand un jeu va sponsoriser un Youtubeur gaming puis un Youtubeur qui n'a aucun rapport, ben je me dis que ça s'éloigne un peu de leur but.

ME : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé d'être déçu par un influenceur, par ses propos ou son comportement ? Pourquoi ?

LOU : Je pourrais prendre l'exemple de McFly et Carlito, par exemple quand ils ont fait un feat avec le président. Enfin, c'est rigolo, mais c'est flagrant que c'est juste de la pub, de la propagande on va dire pour Macron. Moi ça m'énerve plus qu'autre chose. Et la vidéo je trouve qu'elle est gênante quoi.

ME : La vidéo du concours d'anecdotes avec le président ?

LOU : Oui.

ME : Parce qu'avant il y a eu la vidéo où ils devaient faire la promotion des gestes barrières. Ça, tu en as pensé quoi ?

LOU : Bon j'ai un peu fait abstraction quoi.

ME : Pourquoi tu penses qu'ils ont fait ça ?

LOU : Ils l'ont faire pour ensuite faire la vidéo avec Macron, non ?

ME : Tu penses pas qu'ils l'ont fait pour dire que les gestes barrières c'est important ?

LOU : Ben non. Non non, pas du tout. Je me souviens pas des paroles, c'est absurde en plus. Ils savent qu'ils ont des gens très jeunes qui les regardent. Ils savent très bien pourquoi Macron ils ont fait ça, ils sont pas dupes. Il a pas fait ça parce qu'il est fan de McFly et Carlito. Après je sais pas, peut-être qu'ils ont pas refusé parce que c'est le président quoi et que c'est vrai qu'il y a une sorte d'obligation.

ME : Peut-être que le président a demandé à d'autres personnes avant qui ont refusé. Ils étaient pas obligés d'accepter je pense. Et ça, ça t'a déçu ?

LOU : Oui, oui.

ME : Parce que avant tu regardais régulièrement ?

LOU : Oui. Depuis j'ai une mauvaise image d'eux. Une image de « on fait tout pour avoir des vues ». C'est dérangeant et puis même je me retrouve un peu moins dans leurs vidéos à force. Puis même il y a eu le gage qu'ils avaient après la vidéo.

ME : Oui, Macron devait mettre une photo d'eux pendant un discours et eux faire un tour en avion.

LOU : Ce gage c'est peut-être pas grand-chose mais je le trouve un peu bizarre et pas trop approprié je trouve. Au début il était censé le mettre pour... Pour quel évènement déjà ?

ME : Le 14 juillet il me semble.

LOU : Oui, et il ne l'avait pas mis pour ça non ?

ME : Oui, pour un discours de rentrée. Il l'avait mis beaucoup plus tard.

LOU : Pour le 14 juillet, je trouve t'as pas envie de voir le président avec une photo d'eux. Enfin je sais pas c'est la fête nationale quoi. Donc je trouve que le côté divertissement qu'il y a autour du président et ce qu'il a pu faire avant ça a rien à faire ici et je trouve dérangeant qu'ils aient donné ça comme gage.

ME : Est-ce que tu penses que la politique et ce côté divertissement ça ne devrait pas être associé ?

LOU : Le truc c'est que très rapidement ça tourne vers de la propagande, enfin je sais pas quoi utiliser comme mot. On est là juste pour promouvoir un président ou une personnalité politique, mais plus pour faire de la propagande que pour le présenter. Et je pense que si on pouvait mélanger tout ça il faudrait que ce soit déjà plus subtil, parce que sinon c'est gênant, et plus des Youtubeurs avec des convictions politiques.

ME : Ce qui te gêne c'est que McFly et Carlito sont pas particulièrement politisés et qu'ils font une collaboration avec le Président de la République.

LOU : Oui.

ME : Et qu'est-ce que tu penses des conséquences de faire cette vidéo ?

LOU : Ben moi je me dis que les gens qui ont pas su voir que c'était de la propagande pour Macron, est-ce que ça leur a donné un côté « oh wow le président il est cool » quoi.

ME : Oui, ça leur donne une bonne image.

LOU : Et puis même, sur Tiktok il y a Jean-Baptiste Djebbari, le ministre des transports. Alors c'est rigolo ce qu'il fait. Des fois je l'ai dans mes « Pour toi ». Au début c'est rigolo parce que « ah ah ah c'est le ministre des transports » tu vois. Mais après, des fois je lisais les commentaires et vraiment il y en a ils étaient là « il faudrait vous comme président ». Et je sais pas si c'était de l'humour ou vraiment des gens qui le pensaient, mais je me dit qu'ils ne le voient pas qu'il fait ça parce que c'est bientôt les élections ?

ME : Justement, l'autre question que je voulais te poser par rapport à la vidéo de McFly et Carlito c'est qu'est-ce que tu penses du contexte ?

LOU : Ben c'était à peu près moins d'un an avant les élections. Il fallait qu'il redore son image. Notamment auprès des jeunes. Pendant le confinement on a parlé des étudiants qui ont eu des difficultés. On peut se dire que c'est pour redorer son image auprès des jeunes.

ME : Est-ce que tu penses quelque part que les influenceurs ils ont une certaine responsabilité ?

LOU : Totalement. Je pense qu'ils devraient faire attention avec qui ils font des partenariats, par qui ils sont sponsorisés. Ils doivent faire attention à ce qu'ils disent et tout. C'est comme toutes les personnes qui ont de la visibilité. Les journalistes, les acteurs, les chanteurs, ils font toujours un peu attention à ce qu'ils disent. Puis même quand une personne lambda elle parle, selon qui elle a en face elle va pas dire n'importe quoi, quoi. Eux ils ont une grosse visibilité, une grande communauté, des gens très jeunes qui n'ont pas encore un esprit très critique. Ils devraient faire attention à surtout ce qu'ils disent et aussi ce qu'ils font parce que ça peut donner une image faussée de ... De par exemple du président. Par exemple le truc des paris, que tu disais tout à l'heure. Bon peut-être qu'ils touchaient pas un public très jeune mais quand même si ils touchaient notamment des mineurs, il faut faire de la prévention pour dire que c'est dangereux quoi.

ME : Même des gens majeurs parce que c'est vrai que les paris sportifs par exemple on a vu pendant la coupe du monde ou l'Euro qu'il y avait une grosse dépendance aux paris sportifs par rapports à des jeunes des classes populaires. Il y avait toute une campagne de dédramatisation des paris sportifs et des paris en ligne. Du coup même pour des gens majeurs de moins de 25 ans. On peut se poser la question de l'éthique de partenariats comme ça.

LOU : En plus tout ce monde des paris, j'ai l'impression qu'à la télé c'était totalement censuré. Maintenant on en voit. Peut-être que ceux maintenant qui découvrent ça ils savent pas que ça peut vite devenir une addiction comme une drogue, enfin tout ça. Mais même, en ce moment il y a pas mal de Youtubeurs qui font des partenariats avec une appli de rencontre. Mais je me dis qu'il y a des gens super jeunes. On sait les dangers qu'il y a sur une appli de rencontre. C'est quand-même super dangereux de partager ça avec des gens jeunes qui pour rigoler pourraient...

ME : Parce que c'est interdit aux mineurs de toute façon.

LOU : Oui, voilà. Mais bon c'est tellement facile de tricher sur son âge. L'an dernier il y avait une fille dans ma classe qui avait installé une appli de rencontre. Je me dis, enfin, ton âge... Tu as 15 ans et tu rencontre des gens qui ont 20 ans, enfin. Ça on n'a pas l'impression que c'est horrible. Au premier abord c'est pour rencontrer des gens il n'y a rien de mal mais finalement, tous les dangers qu'il y a sur ces applis.

ME : Et le problème c'est que statistiquement, le public de ces influenceurs il est majoritairement mineur.

LOU : Oui, voilà. Et il y en a plein qui font ces partenariats.

ME : Et ça c'est problématique pour toi ?

LOU : Oui, vraiment, quand je vois ça je me dis que ça ne s'arrête jamais. J'ai l'impression que de plus en plus il y en a qui le font et je sais pas moi ça me dérange. Si un Youtubeur était sûr que la plus grosse majorité c'est des gens dans la vingtaine je me dis à la limite. Mais quand tu sais que des abonnés qui sont au collège ils voient ça. En plus les jeunes peuvent utiliser ces applis pour rigoler, et ça peut mal finir. En plus, cette appli-là, « Fruitz », tu te dis au premier abord c'est divertissant c'est des fruits. Enfin, tu vois pas tout le côté malsain qu'il y a autour je trouve.

ME : Est-ce que ça t'est déjà arrivé de ne pas faire confiance à un influenceur ? De ne pas croire ce qu'il disait ?

LOU : Je pense. Entre ceux que j'aime pas vraiment, quand je les vois je me dis, non. Je n'ai pas trop d'exemples en fait.

ME : Par exemple imagine tu regardes la page d'accueil de YouTube, tu te dis je sais pas trop.

LOU : Pas trop sur YouTube, parce que l'algorithme est bien, c'est que des trucs que je suis en général.

ME : Après tu penses à quoi toi par exemple ? Sur Tiktok ? Sur Instagram tu peux avoir ce genre de choses ?

LOU : Le truc c'est que quand je vois j'ignore, donc je me fais pas trop d'avis sur la question.

ME : Spontanément tu te dis « non, ça je ne regarde pas » ? Tu ne vas pas regarder, te poser la question.

LOU : Après peut-être pas des personnes. Après sur Tiktok, Instagram, tu as des vidéos c'est des « Fact », des « vérités ». Et puis je sais que la plupart du temps c'est vraiment pas fiable. Sur YouTube je peux pas dire de nom. Avant je suivais un gars, je me souviens plus de son nom, il faisait des vidéos sur la K-Pop. C'était au début où j'écoutais la K-Pop donc je devais être en 4ème ou en 3ème. Au début ça me paraissait être la voix de la raison. J'ai l'impression qu'il m'apprenait plein de choses, mais avec le recul je me rends compte qu'il y a plein de choses qui étaient pas vérifiées. Il parlait de scandales et tout mais il donnait pas son opinion mais l'opinion des internautes et je pense que ça peut être un peu biaisé. Maintenant, si je le revoyais je le prendrais avec des pincettes le contenu. Mais c'est vrai que quand t'es jeune, peut-être tu fais pas attention à ça. Et puis moi, je me laissais duper. Je pense que j'avais facilement un avis sur quelqu'un alors que c'était pas forcément vrai.

ME : Sur une personne dont lui il parlait ?

LOU : Oui. Si il parlait d'un scandale par exemple. Je regardais et je me disais « wow c'est la pire personne » alors que le scandale était peut-être faux et infondé. Surtout, dans la K-Pop ça arrive souvent que des internautes accusent à tort parce que, parce que c'est toxique.

ME : Et lui, tu t'en es rendu compte comment que c'était pas vérifié ?

LOU : Ben je pense en grandissant au fur et à mesure. Je devais regarder que lui. J'ai petit à petit arrêté de regarder. Je me suis dit c'est bizarre les sources qu'il cite. Quand tu grandis tu te forges un esprit critique.

ME : C'est quelqu'un qui t'en as parlé ou tu as vérifié par toi-même ?

LOU : C'est plus ça, j'ai vu quelque chose sur internet et je me suis dit je vais vérifier par moi-même ce qu'il a dit.

ME : Ton intuition était que ce n'était pas correct et du coup tu allais vérifier.

LOU : Oui

ME : Comment tu penses qu'ils gagnent de l'argent (placements de produit, responsabilité). On en a déjà parlé mais c'est plutôt qu'est-ce que tu penses de ce métier en fait ?

LOU : En fait, ça dépend. Moi je trouve que ceux qui sont que influenceur dans le sens où ils ne vivent que des partenariats. Par exemple ceux qui sont que sur Instagram, suivent toutes les tendances et tout, c'est ceux que je vais pas aller voir. C'est un peu de l'argent facile. C'est-à-dire qu'ils font pas vraiment d'effort. Ils font pas un truc qui leur plaît des masses. Mais comme ça leur rapporte de l'argent ils continuent alors que ça fait de l'ombre à ceux qui ont vraiment une passion qu'ils veulent partager et du coup qui eux par contre c'est le moyen pour eux de partager leur passion. Squeezie j'ai pas l'impression qu'il fasse ça pour l'argent. Parce qu'il a toujours fait ça et que ça a l'air de lui plaire de partager sur Internet. Alors qu'il y en a ...

Entretien avec Lisa

ME : Est-ce que tu peux me donner le nom de quelques influenceurs que tu suis ?

LISA : Alors moi je suis principalement des Youtubeurs ou des Streamers, pas trop de personnes sur Instagram, qui font des photos, plutôt les personnes qui font des vidéos parce que je trouve qu'on est plus proche de la personne, on les voit parler longtemps, surtout les streamers, on les voit parler plus longtemps, ils sont plus eux-mêmes alors que sur Insta, sur des photos ou des stories, on est moins proche. En ce moment, je suis beaucoup Mastu, Theodort, Joyca, Aminematue, Rebeudeter, en ce moment c'est ça après ça change...

ME : Comment tu les as connus ?

LISA : Ils sont très connus sur YouTube, donc c'est juste en les voyant passer... Après avec les feat, l'association qu'ils ont fait, le LOAT, ça a rendu ça plus visible.

ME : Est-ce que dans ces noms que tu m'as donnés il y en a que tu préfères particulièrement ? Pourquoi ?

LISA : Là en vrai je dirais Aminematue, c'est le seul où j'ai déjà regardé un live où j'étais « aaah ». Après ça dépend aussi du contenu, j'aime beaucoup les react (vidéo réaction), je trouve ça drôle, comme ça on regarde une vidéo et la réaction de quelqu'un. Après je préfère regarder quand il y a des jeux que j'aime bien, par exemple si c'est un live GTA je vais pas forcément regarder alors que peut-être une autre jeu ça m'intéresserait plus.

ME : Si tu devais mettre X dans une catégorie, tu les mettrais dans laquelle ?

Dans divertissement/humour.

ME : Qu'est-ce qui te plaît chez ces influenceurs, (pourquoi tu les suis) ?

LISA : Moi je dirais leur sens de l'humour, on a à peu près le même sens de l'humour. Par exemple, quand ils font des feat ils se comportent comme moi avec mes amis. Et parfois aussi les valeurs qu'ils peuvent projeter. Je sais que Théodort par exemple il avait fait des vidéos sur la sensibilisation à la douleur des règles, au harcèlement scolaire etc

ME : Est-ce qu'il s'y connaît dans [son domaine]/sur ces sujets-là ?

LISA : Ah oui (rire). Maintenant qu'ils sont connus, ils peuvent faire n'importe quel contenu, vu que les gens les aiment bien ils vont regarder

ME : Est-ce que tu es attentif.ve au nombre de likes + d'abonnés/vues

LISA : Oui, je sais pas pourquoi mais je regarde. Quand une vidéo a moins de vues qu'une autre je me dis que je vais pas forcément cliquer dessus mais... alors que quand elle en a plus je me dis « ah ça doit être sympa »

ME : Pourquoi ?

LISA : Je me dis que s'il y a pas beaucoup de vues ça doit pas être exceptionnel. Donc je clique pas forcément.

ME : Tu regardes les commentaires ?

LISA : Oui. Pour voir si les gens ont le même avis que moi en regardant la vidéo, par exemple s'il y a un moment vraiment drôle que je trouve super drôle je vais regarder si quelqu'un a pensé la même chose que moi dans les commentaires. Ou s'il y a eu un moment un peu pas ouf ou abusé je vais faire pareil.

ME : Et le chat sur Twitch ?

LISA : Oui, c'est compliqué ça va très très vite donc ... (rire) j'ai pas trop le temps mais oui un petit peu

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu suis sur plusieurs plateformes ?

LISA : Amine je le suis sur Twitch, YouTube et Insta. Theodort YouTube et insta. Les gens de YouTube je les suis pas forcément en dehors de YouTube. Au début je pense que c'est par curiosité et ensuite tu t'abonnes, des fois je sais que Amine il donne des nouvelles de quand est-ce qu'il est en live, le programme de la semaine etc... Donc c'est intéressant. Des fois vu qu'ils font des voyages des trucs intéressants donc je regarde.

ME : Est-ce que le contenu produit est différent d'une plateforme à l'autre ?

Non pas forcément

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu n'aimes pas ? Est-ce que tu pourrais me dire pourquoi ?

LISA : De nom comme ça non, mais tout ce qui est influenceurs de télé réalité ça me parle pas trop, j'aime pas. Je les trouve moins vrais que d'autres Youtubeurs, et puis ils font beaucoup de placements de produits... Je leur fais pas vraiment confiance. Du coup par exemple les gens que je suis c'est parce que j'aime leur contenu alors que les télé réalités j'aime pas ça.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu appréciais avant et que tu as arrêté de suivre ?

LISA : Euh... En général je les oublie à force qu'il soit plus dans mes recommandations. Par exemple Squeezie avant je regardais ses vidéos, comme tout le monde, mais maintenant je regarde beaucoup moins, j'aime moins le contenu. Après des fois il fait des vidéos super cool mais... Par exemple, j'aime bien les vidéos react mais ses vidéos à lui... je vais pas les regarder même si c'est des react. Je pense que c'est le fait de l'avoir connu avant, et que maintenant il ait grandi et qu'il ait changé du coup... Il y a une certaine nostalgie, tu te dis « ah c'était mieux avant » il a changé etc mais il a évolué et nous aussi de notre côté on a évolué donc ça nous correspond plus forcément

ME : Qu'est-ce qu'il faisait avant que tu aimais bien et qu'il fait plus maintenant ?

LISA : Bah, il était jeune il était bête (rire) mais il faisait du gaming et j'ai arrêté de regarder quand il a arrêté de faire du gaming.

ME : Autre exemple ?

LISA : Alors là... Antoine Daniel, je regardais beaucoup ses vidéos mais quand il a fini sa série « les What the Cut » quand il a arrêté j'ai arrêté de le suivre même si j'avais regardé pendant le confinement ses redifs de live. Peut-être que je le suis sur twitch mais j'irais pas regarder ses lives.

ME : Est-ce que ça t'arrive de quand même regarder le contenu des influenceurs que tu n'apprécies pas ? Pourquoi ?

LISA : Oui (rire). J'ai l'impression que c'est pour justifier le fait que je les aime pas « voilà tu vois c'est pour ça que je les aime pas, voilà ce qu'il fait » alors que je pourrais juste pas les regarder et les laisser faire leur contenu « non regarde ce qu'il fait c'est pas bien j'aime pas du tout »

ME : Tu fais ça avec Squeezie ou lui c'est juste que le contenu te plaît plus trop ou tu fais ça avec d'autre gens ?

LISA : Non squeezeie je le suis sur insta et tout, j'aime beaucoup. Quand il fait des gros projets, par exemple la vidéo « Où est-ce qu'il est ? » après il y avait Amine et Billy et Joyca dedans donc forcément (rire) forcément j'ai cliqué mais en vrai j'ai trouvé le projet super cool donc même s'il le refait avec d'autres personnes je pense que je le regarderais mais c'est les petites vidéos entre, les trucs reddit etc j'aime ça chez d'autres Youtubeurs mais lui je regarde pas.

ME : Qui c'est qui fait ça que tu aimes bien ?

LISA : Il y a Joyca, Feldup aussi mais lui c'est plus « horreur ». Enfin Squeezie aussi il fait des threads horreur mais...

ME : Qu'est-ce que tu préfères chez Feldup du coup ?

LISA : Peut-être les sujets ? Enfin... Squeezie il fait des thread horreur à la fin tu te dis « peut-être que c'est pas vrai », alors que Feldup des fois il y a des preuves et c'est des vraies histoires donc c'est bien et aussi j'ai l'impression qu'il s'y connaît plus et que lui il kiffe ce qu'il fait parce qu'il fait que ça donc je trouve que c'est pas pareil.

ME : Relance sur la première question

LISA : Ah ! Norman (rire) quand il sort une nouvelle vidéo je vais cliquer et je vais me dire « Ah ben voilà »

ME : Remarque sur le fait qu'elle connaisse des Youtubeurs plus vieux

LISA : Oui c'est vrai mais j'ai commencé hyper jeune à aller sur YouTube, genre vers 6-7 ans après j'ai pas commencé non plus avec Antoine Daniel il faut pas non plus exagérer même si j'étais jeune quand même mais les podcast, Norman, Cyprien, Natoo, Mister V... etc ...

ME : Exemple de cyprien qui a complètement changé de contenu

LISA : Moi j'aime bien ce qu'il fait maintenant, je regarde pas tous ses courts-métrages, enfin je suis pas tout ce qu'il fait mais j'aime bien, ça me dérange pas. Mais par rapport à Norman c'est pas pareil. Enfin dans le monde de YouTube après dans la vie je sais pas trop mais Norman

il fait toujours la même chose mais en moins bien, enfin je sais pas si c'est en moins bien mais c'est juste plus adapté au YouTube de maintenant alors que Cyprien il fait des gros projets, on sent qu'il est passionné par ce qu'il fait, tout ce qui est Japon etc moi j'aime bien. Il fait des BDs et tout, il s'éclate quoi.

ME : Tu penses que Norman aime moins ce qu'il fait ?

LISA : Euh... Franchement je saurais pas dire mais moi en tout cas j'aime moins ce qu'il fait. On dirait qu'il est un peu vieux pour YouTube alors qu'il a commencé en même temps que tout le monde. Mais il fait beaucoup plus vieux dans sa façon de penser etc.

ME : C'est vrai que je ne regarde plus du tout même si parfois je vois une nouvelle vidéo passer...

LISA : Mais moi des fois quand je vois passer des vidéos récentes je me dis mais qu'est-ce qu'il fait, il continue, c'est fou quand même ! C'est super intéressant de voir les mêmes trajectoires de deux personnes qui sont parties du même endroit et qui ont eu beaucoup de succès... Mais ils étaient dans le même groupe, avec Natoo et tout... Mais même MisterV il est incroyable, quand je vois une nouvelle vidéo qui sort je suis trop contente ! Alors qu'il était vraiment en même temps que tout le monde...

ME : Est-ce que ça t'arrive de regarder un influenceur avec tes amis ? (pour une vidéo / un stream)

LISA : Oui, par exemple Aminematu avec mes amis on aime bien, on en parle. Même Théodort etc...

ME : Est-ce de manière générale tu parles de X avec tes amis ? Vous en dites quoi ? Vous parlez de quoi ?

LISA : En général on ressort des moments un peu drôles de la vidéo, tu sais ça devient des memes, donc on dit « oh regarde c'était drôle » et tout

ME : Est-ce que tu penses que les influenceurs/leur contenu ont un impact rassembleur sur ton groupe d'amis ?

LISA : Oui, moi je pense que ça peut parce que c'est comme avec la musique, on écoute pas vraiment les mêmes types de musique mais si une amie à moi va écouter par exemple une musique que j'aime etc. ça crée un truc. Donc je pense que c'est pareil avec les influenceurs.

ME : Ça fait quoi comme truc ?

LISA : Ça fait un truc en plus dont on peut parler, avec lequel on peut s'identifier. Dire « oh regarde, untel a sorti une nouvelle vidéo, untel a fait un placement de produit avec untel ça a l'air sympa etc »

ME : Est-ce que l'avis des autres sur un influenceur t'a déjà fait changer d'avis sur lui ?

LISA : Oui, par exemple quand il y a eu le gros drama avec Cyprien et Squeezie, je m'étais un peu acharnée sur Squeezie, bon je suis pas partie l'insulter mais je disais à mes amis « ce qu'il a fait ça se fait pas et tout » puis il y en avait qui me disaient « franchement ça nous regarde pas » et après je me suis dit ouais j'avoue j'ai abusé quand même, moi j'aimerais pas que si je suis en embrouille avec un de mes potes que tout le monde vienne s'en mêler et dire ouais pourquoi t'as fait ça, pourquoi ceci, pourquoi cela... ça veut rien dire... En plus ils sont vieux par rapport à Squeezie, je pense qu'il a envie de... maintenant il est avec des gens qui lui correspondent

plus. Après je suis pas une personne qui va détester quelqu'un, c'est soit j'aime, soit je fais pas attention.

ME : Est-ce que tu te sens proche des influenceurs que tu regardes ? Tu sens que l'image qu'ils renvoient est fidèle à leur personnalité

LISA : Oui, ceux que je suis oui. C'est l'impression qu'ils donnent.

ME : Est-ce que tu t'identifies ?

LISA : Oui, par exemple quand ils racontent des anecdotes, quand ils font des vlogs, des lives, surtout les lives, tu te sens proche, avec les commentaires, on regarde quoi les amis et tout, il y a une proximité

ME : Pourquoi tu te sens plus proche sur les live que sur les vidéos ?

LISA : Parce que tu parles directement à la personne, la personne a des réactions authentiques, il n'y a pas de montage ou elle peut cacher tel ou tel truc.

ME : Toi tu parles dans le chat Twitch ?

LISA : Oui, moi oui je parle

ME : Et tu as déjà eu des réponses ?

LISA : Ah non (rire), après j'écris pas de fou, j'écris pas des trucs incroyables, juste s'il pose une question tu réponds oui oui, non, voilà quoi

ME : Est-ce que tu penses que les influenceurs font en sorte de développer des liens affectifs avec leur public ? Si oui, pourquoi ?

LISA : Ah ben c'est sûr, ils ont pas le choix, je pense que même des gens qui veulent aucun lien affectif avec leur public ils sont obligés de faire semblant parce que sinon ils auraient pas le succès qu'ils ont maintenant. Des fois la communauté elle a l'impression d'être pote avec la personne et du coup des fois ça amène à des comportements pas ouf, par exemple des gens qui vont les croiser dans la rue et qui vont faire n'importe quoi comme si c'était leurs amis alors qu'en soit la personne on la connaît pas donc on a pas à faire certaines choses comme si on voyait un pote à nous depuis 10 ans... Mais ils ont pas le choix dans tous les cas.

ME : Est-ce que tu arrives à dire pourquoi ils font ça ?

LISA : Ben ils essaient de faire sentir spéciale la communauté, ils vont liker des commentaires, répondre, dire « merci les gars vous êtes les meilleurs » etc... « j'ai pris un code promo pour vous les gars, tenez, vous êtes trop gentils », ils vont faire des rencontres, des projets où il faut ramener des abonnés, etc. Des trucs qui vont rapprocher la communauté, par exemple donner des cadeaux, donner des trucs. Je sais que Joyca avait fait une vidéo où il donnait quelque chose que la personne voulait, il faisait le tour de France et il donnait des cadeaux.

ME : Ok donc là j'ai l'impression que dans ce que tu dis, il y a plusieurs choses, les actions et comment ils s'adressent à leur communauté dans leur contenu.

LISA : Oui, déjà le fait de montrer « regardez, je voulais vous montrer ça, j'espère que vous aimez bien », demander l'avis, dire « je voulais vous montrer ça », ça rapproche quoi

ME : Pour toi c'est sincère tout ça ?

LISA : Je pense que oui, si j'étais à leur place, j'aimerais bien les gens qui me suivent. Si j'étais à leur place, j'aimerais bien ma communauté.

ME : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé d'être déçu par un influenceur, par ses propos ou son comportement ? Pourquoi ?

LISA : Oui, déjà Squeezie pendant le truc de Cyprien mais c'est vite passé. Norman... Qui d'autre ? Vodk et tout à l'époque de la Redbox, quand ils se sont séparés ça avait fait un petit drama en mode oh je suis déçu d'untel et tout, ou d'untel d'untel... Mais oui globalement ça... Norman avec son spectacle il avait dit des choses un peu limites il me semble...

ME : Pourquoi ça t'a déçu ?

LISA : Franchement je sais pas ! Ca me regarde même pas mais vu qu'il y avait ce lien qui était créé avec la communauté tu te dis bon ben on a été trompés entre guillemets. Peut-être que vu que ça c'était pas vrai, qu'est-ce qui maintenant est vrai ou faux ?

ME : En quoi tu ressens que la communauté a été trompée ?

LISA : Quand il se passe un truc comme ça, les gens veulent savoir ce qu'il s'est passé mais du coup ils en parlent pas forcément, ils sont en mode ça regarde que nous donc vous mêlez pas donc en général quand il se passe un truc comme ça on a pas forcément de réponse et on sait pas ce qui s'est passé, est-ce que c'est grave, est-ce que c'est une bonne personne... il y a du doute qui se met en place.

ME : Est-ce que tu as l'impression qu'ils doivent quelque chose à la communauté ?

LISA : Oui et non, de la communauté mais après non... Encore une fois je me mets à leur place et j'aimerais pas tout raconter à tout le monde.

ME : En fait d'un côté tu te dis que tu aimerais bien savoir et de l'autre que tu comprends qu'il y ait des limites ?

LISA : Oui je me dis que j'aurais peut-être pas dit non plus...

ME : Est-ce que ça t'est déjà arrivé de ne pas faire confiance à un influenceur ? De ne pas croire ce qu'il disait ?

LISA : Oui, forcément. Tibo Inshape, je le trouve super bizarre. Avant je regardais beaucoup ses vidéos, j'aimais trop trop trop mais maintenant je le trouve bizarre. D'un coup il est devenu gênant, depuis qu'il est avec Jujufitcats, du moment où il a commencé à faire les trucs Miss Inshape, d'un coup c'est devenu bizarre.

ME : En quoi tu le trouves gênant ?

LISA : Je sais pas, peut-être que c'est moi qui ait grandi d'un coup mais vraiment il est devenu gênant d'un coup, c'est bizarre.

ME : Mais c'est-à-dire gênant ?

LISA : Déjà ses clips musicaux, je suis désolée mais (rire) c'était pas à faire... Le clip de la saint valentin avec Jujufitcat, vraiment il y avait un acting pas ouf, la musique était pas ouf, on aurait dit un sketch mais ça se voyait qu'ils étaient sérieux. Je saurais pas plus expliquer.

ME : Rapport avec la confiance ?

LISA : Par exemple quand il fait des vidéos où il teste des métiers où il avait fait le truc avec le service militaire qui avait été payé par l'état pour le faire et lui il était en mode wow c'est exceptionnel et tout. Il a pas dit j'ai été payé pour faire ça. Du coup tu voyais ça tu te disais wow ça a l'air génial, go le faire alors que si ça se trouve c'est pas ça du tout. Ou même quand

il teste des métiers il y a que le bon côté et il voit pas les mauvais côté. Par exemple il avait fait un truc au Mcdo, c'était tout beau tout rose tout bien je fais des sandwich alors que c'est un stress immense. Après je me dis il va pas tester un métier où il va se faire gueuler dessus, quoique ça aurait pu être intéressant

ME : Après il aurait pu parler des autres côtés du métier...

LISA : Oui, après est-ce que c'est lui ou est-ce que c'est vraiment le McDonald qui voulait pas se faire de la mauvaise pub... Mais dans tous les cas, je pense qu'il savait très bien que ça se passait pas comme ça.

ME : Tu penses qu'il n'a pas été sincère avec sa communauté ?

LISA : Euh sur ça pas vraiment non... Et puis même, sa marque, ses vidéos à 36 euros, c'est pas honnête, parce qu'en plus c'est des jeunes qui vont demander des trucs comme ça donc bon... Tu fais payer 36 euros à des enfants qui, c'est pas ouf.

ME : Est-ce que tu as cherché à vérifier ses propos ? Si oui, comment ?

LISA : Franchement j'ai même pas cherché à vérifier j'ai soufflé (rire), j'ai fait allez c'est bon

ME : Comment tu penses qu'ils gagnent de l'argent (placements de produit, responsabilité)

LISA : C'est un peu facile, je pense qu'il y a un peu de jalousie de ce côté-là. Tu te dis ah tu fais des vidéos, tu fais un sponsor et tu paye ton loyer quoi, ton mois il est garanti, alors qu'en soi on dirait pas qu'ils font grand-chose donc c'est un peu... Mais sinon en soi les sponsors moi je m'en fiche un peu, au contraire, faites- vous de l'argent, tant mieux pour vous. Après sur Instagram, ils ne gagnent de l'argent que sur les sponsors, c'est pas Instagram qui leur donne de l'argent donc ils font ce qu'ils peuvent. Du moment que c'est honnête et qu'on sait que c'est un placement de produit, que la personne elle aime le produit et qu'elle dit pas « j'ai accepté parce qu'ils me donnent une grosse somme et pas pour la qualité de leurs produits »

LISA : Après la méthode pour gagner de l'argent il n'y en a pas 15000, il faut faire des sponsors, mais ça dépend des sponsors. Par exemple Maeva Ghennam qui fait un sponsor avec des pilules pour faire rétrécir en bas (elle faisait en réalité la promotion d'une intervention de chirurgie esthétique de la vulve), je comprends pas, c'est des jeunes qui te suivent pourquoi tu... c'est pas un message que j'ai envie d'entendre sur mon fil d'actualité. Alors que les sponsors de NordVPN, ça peut être intéressant, tu peux regarder Netflix sans vraiment frauder sur les sites de streaming, ou même des jeux gratuits, ça peut être cool.

ME : Tu penses qu'ils utilisent les produits dont ils font la promotion ?

LISA : Des fois je me demande... Je me dis est-ce qu'il y a vraiment joué ?

ME : Responsabilité des influenceurs ?

LISA : Oui, s'ils font un placement de produit pour une arnaque totale et que ça fait perdre de l'argent, qu'il y a un petit qui va prendre la carte de ses parents et qui va mettre de l'argent dans une arnaque, ou même un étudiant qui fait confiance, n'importe, même si t'es très riche, être arnaqué c'est pas fou quoi. Donc c'est de la responsabilité du Youtubeur qui a fait la pub.

ME : Est-ce que tu penses qu'ils ont une responsabilité au sens plus large du terme, à travers le contenu qu'ils produisent ? Est-ce qu'ils peuvent se permettre une totale liberté dans leur contenu ?

LISA : Je suis assez mitigée, ils peuvent pas dire n'importe quoi, genre ils ne peuvent pas dire de trucs racistes ou homophobes c'est pas nécessaire quoi... Moi je pense qu'ils ont une

responsabilité mais après ils peuvent pas être parfaits. Eux aussi ils font des erreurs et bon si ça se voit sur une vidéo c'est un peu chaud mais on pas les attaquer ou quoi. Mais ils ont une responsabilité surtout parce qu'en général c'est des gens jeunes de ouf. Eux c'est des adultes, ils savent faire la part des choses.

Entretien avec Sébastien

ME : Est-ce que tu peux me donner le nom de quelques influenceurs que tu suis ?

SEBASTIEN : En fait j'ai des usages différents en fonction de sur quelle plateforme je suis mais par exemple sur YouTube et par extension sur Instagram, je suis Marie S'Infiltrer, c'est une créatrice de vidéo un peu politisées mais pas militante. Elle dénonce certains travers de la société avec de l'humour donc c'est assez sympa. Sur Tiktok je suis plutôt des influenceurs plus d'humour, ou qui font des trucs pas sérieux quoi, du genre « Myla point je sais plus quoi » et puis en plus c'est plutôt des influenceurs de notre âge, on se reconnaît plutôt bien. Ensuite il y a Dracozer... Je regarde sur mon téléphone parce que je me souviens pas forcément des noms. Ensuite il y a des acteurs aussi. Par exemple il y a Aron Piper. HugoDécrypte pour les informations c'est plutôt pratique je trouve. Ensuite il y a des artistes, donc Taylor the Creator, [continue de chercher sur son téléphone], il y a Carla Diaz, qui est sur Instagram, il y a Esile, qui est sur YouTube et Instagram, Panayotis Pascot aussi, c'est un humoriste. Myla sur Instagram, c'est Myla.rsd.

ME : Qu'est-ce qu'elle fait, elle, du coup ?

SEBASTIEN : Elle de base elle est sur Tiktok, elle fait juste des vidéos, et sinon sur Instagram juste elle poste des photos, elle fait des stories, elle raconte sa vie et tout... Et aussi une petite dernière, Alice Moitié, c'est une photographe, mais en fait sur Instagram elle fait de tout et n'importe quoi, ça part dans tous les sens, ça a pas trop de sens, mais c'est ça qui est un peu rigolo quoi. Après il y en a plein d'autres, mais...

ME : Comment tu les as connus ?

SEBASTIEN : En fait c'est beaucoup par le fil d'actualité qu'il peut y avoir, sur Tiktok c'est que ça en fait, c'est que sur le fil d'actualité, et sinon c'est dans des séries Netflix, ou sur YouTube et Instagram avec les algorithmes qui t'amènent vers ces gens-là. C'est par hasard en fait.

ME : C'est pas des gens qui t'en ont parlé...

SEBASTIEN : Non pour le coup, ceux-là, non.

ME : Si tu devais mettre X dans une catégorie, tu les mettrais dans laquelle ?

SEBASTIEN : Hola... Ben il y en a plusieurs des catégories, mais il y a la catégorie surtout « humour », et puis sinon il y a la catégorie plutôt « divers » parce que c'est pas des trucs en particulier quoi... Ils font leur vie sur les réseaux sociaux quoi...

ME : C'est plutôt quelles personnes qui font ça ?

SEBASTIEN : Alice moitié par exemple, elle c'est les deux, elle affiche sa vie mais juste les aspects amusants de ça quoi... Donc je sais pas, c'est différents types d'influenceurs. Mais personnellement, j'ai pas de personnalité que je suis qui sont typiquement dans un trucs.

ME : Oui, par exemple Taylor the Creator c'est un musicien à côté...

SEBASTIEN : Oui, comme Aron Piper et Carla Diaz, c'est pareil, c'est des acteurs surtout de base. Donc ils font leur vie en fait et affichent surtout leur vie.

ME : Alors que d'autres que tu m'as cité ne sont que sur les réseaux

SEBASTIEN : Ouais, il y en a qui sont que sur les réseaux, d'autres, c'est comme nous sur les réseaux sociaux mais eux ils sont riches et beaux quoi [rire] donc forcément ça aide.

ME : Qu'est-ce qui te plaît chez ces influenceurs, (pourquoi tu les suis) ?

SEBASTIEN : Dans les influenceurs qui sont pas des acteurs, qui ont pas forcément une autre activité de base, dans ceux qui consacrent leur temps à ça, c'est le fait qu'il y a pas de norme imposée, en gros ils font leur vie, mais il y a pas de jugement apporté sur quoi que ce soit, ils sont très détendus, ils sont pas du tout dans le truc de, en tout cas c'est l'impression qu'ils donnent évidemment, dans le truc de foutre un filtre sur... Leur vie elle est comme ça comme ça, elle est parfaite exactement et tout. Il y a beaucoup d'influenceurs que je suis qui montrent pas tout, mais beaucoup de choses quoi. Et c'est un truc de détente, c'est pas prise de tête... C'est un peu plus honnête je dirais. Pas comme certains influenceurs qu'on peut voir comme... Je sais pas moi... C'est un truc de spontanéité.

ME : Est-ce que tu es attentif.ve au nombre de likes et d'abonnés ?

SEBASTIEN : Ah non pas du tout, je fais pas du tout attention à ça, absolument pas non...

ME : C'est le cas chez ceux que tu aimes bien ou chez tout le monde ?

SEBASTIEN : Non, chez tout le monde.

ME : Est-ce que tu es attentif aux commentaires du contenu que tu regardes ?

SEBASTIEN : Ouais, sur Tiktok surtout, je regarde les commentaires parce que c'est souvent très très drôle...

ME : Tu vas les voir parce que c'est drôle ?

SEBASTIEN : Oui, pour l'humour, parce que... après c'est pas forcément sur Tiktok comme c'est plein de vidéos de gens même qu'on suit pas, c'est pas par rapport aux personnes que je suis mais sur Tiktok il y a une communauté, c'est plutôt rigolo.

ME : Est-ce que ça rajoute au contenu qui est fait ?

SEBASTIEN : Oui, au final il y a beaucoup de vidéos qui à l'origine sont pas particulièrement pertinentes ou intéressantes ou quoi que ce soit, mais le fait qu'il y ait des commentaires sur ça, ça fait du contenu en plus, ça rajoute à la vidéo et ça fait qu'il y a plus de gens qui vont le voir. Des fois je partage des vidéos à mes amis sur les RS et c'est juste pour qu'ils regardent les commentaires

ME : Est-ce que tu suis les influenceurs que tu apprécies (ou parler d'un cas précis) sur plusieurs plateformes ? Pourquoi ?

SEBASTIEN : Les nouveaux abonnements que j'ai qui sont sur plusieurs plateformes, de base maintenant je les trouve plutôt sur Tiktok parce que c'est là où il y a un algorithme qui va plus te pousser vers des gens que tu connais pas alors que sur Instagram, à moins de chercher tu vas pas tomber sur des influenceurs que tu ne vas pas connaître. Mais pour le coup, si c'est vraiment un contenu que je... Il y a des influenceurs que je suis, je vais aller sur leur compte Tiktok pour

voir les nouvelles vidéos qu'ils ont posté, je vais pas attendre que ça tombe dans mon fil d'actualité. Et du coup, ces personnes-là je les suis vraiment sur plusieurs réseaux, après moi je suis pas sur beaucoup de réseaux sociaux, avant j'avais Twitter mais je l'ai enlevé parce que j'y trouvais pas une grande utilité, j'y allais pas beaucoup, mais je suis sur Tiktok, Instagram et YouTube, mais c'est tout donc en soit c'est pas énorme, sachant qu'il y a plein d'autres réseaux, mais ouais ouais, c'est en fonction de la qualité du contenu et ceux que je vais suivre je vais les suivre sur plein d'autres plateformes. Et si leur contenu se poursuit sur d'autres plateformes, et que c'est un peu le même genre, que ça me plaît toujours, la pertinence elle est bien ou quoi, je vais étendre mon « suivi » à d'autres réseaux sociaux.

ME : Et là par exemple, qui est-ce que tu suis sur plusieurs plateformes ?

SEBASTIEN : Alice Moitié, que je suis sur Tiktok et Instagram, il y a Audrey Pirault, que je suis sur YouTube, Instagram et Tiktok, bon YouTube elle est plus trop active mais voilà... Il y a Marie S'infiltre, que je suis sur les trois réseaux sociaux aussi. Il y a Myla que je suis sur Instagram et Tiktok... Voilà

ME : Est-ce que le contenu produit est différent d'une plateforme à l'autre ?

SEBASTIEN : Le contenu il est différent oui, par exemple Audrey Pirault pendant le confinement elle avait fait un truc sur Instagram avec les photos à la fenêtre et ça n'avait rien à voir avec ce qu'elle peut faire sur YouTube, donc c'est vrai que ça rajoute quelque chose et même sur Tiktok en général c'est des vidéos qui sont plus préparées et sur Instagram en général c'est des anecdotes de vies, actuelles, c'est plus direct on va dire. Du coup ça apporte quelque chose en plus ouais.

ME : Ça se rapproche plus de sa vraie vie, alors que sur Tiktok il y aurait plus une réflexion derrière ?

SEBASTIEN : Ouais il y a une réflexion, oui c'est clair. Après sur Tiktok il y a des gens qui postent aussi des vidéos sans réfléchir ou c'est juste des trucs comme ça mais en général c'est plus réfléchi. Ça dépend des gens en fait.

ME : Est-ce que dans ces noms que tu m'as donnés il y en a que tu préfères particulièrement ? Pourquoi ?

SEBASTIEN : Celles que je vais ouvrir en premier ça va être plutôt celle de Myla ou même de Carla Diaz parce qu'en fait, personnellement je n'aime pas quand les influenceurs mettent vingt milliards de stories parce que c'est impossible de toutes les regarder, ça prend une demi-heure. Moi je préfère vraiment les trucs plus rapides où je prends pas beaucoup de temps à regarder. Mais pour le coup, Myla c'est parce que c'est plutôt drôle en général et c'est un peu du n'importe quoi. Et pour Carla Diaz c'est juste parce qu'elle a une conception d'Instagram qui est différente, c'est-à-dire que pour elle, c'est pas un truc de métier ou quoi, juste elle poste sa vie, elle poste des jolies photos et tout, et du coup je trouve ça plutôt sympa d'avoir aussi... de voir des jolies choses sur Instagram, des trucs esthétiques, voilà c'est tout.

ME : En fait tu sais un peu en avance si la story va te plaire ?

SEBASTIEN : Oui, exactement, c'est tout à fait ça, si je vois le truc je me dis « tiens ça ça va me plaire » et je clique et voilà.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu n'aimes pas ? Est-ce que tu pourrais me dire pourquoi ?

SEBASTIEN : Alors personnellement je crois pas qu'il y ait des influenceurs que je déteste, même s'il y a des choses qui me plaisent un peu moins... Je vois pas trop car ceux que j'aime pas j'y prête pas d'attention. Après certains ont choqués tout le monde par exemple sur Tiktok celui qui a fait polémique en dansant dans un église.

ME : Par exemple moi je n'aime pas du tout TiboInShape.

SEBASTIEN : Ah moi non plus, je peux pas. Mais quand j'étais petit j'aimais bien. C'est trop chiant, c'est tout le temps la même chose, pas intéressant. Il est vraiment maladroit. C'est presque immature comme contenu et ça manque de profondeur je sais pas. Myla par exemple c'est du grand n'importe quoi mais c'est intéressant et ça a plus de profondeur que Tibo InShape quoi.

ME : Est-ce que tu penses qu'ils ont la même démarche, les mêmes intentions ?

SEBASTIEN : Ah non pas du tout. TiboInShape il conçoit son influence sur les RS comme un métier ou un gagne-pain. Les autres comme Myla, elle s'est d'abord fait connaître sur Tiktok et c'est allé très vite en nombre d'abonnés du coup elle a pas eu besoin de changer sa posture. Alors que TiboInShape comme ça prend plus de temps sur YouTube d'avoir une communauté et que ça rapporte plus d'argent il a eu tendance à changer sa posture pour l'argent. Il n'est pas avide mais c'est ça qu'il fait qu'il gagne de l'argent. Il agit un peu par intérêt par exemple quand il propose des vidéos dédiées à 39€.

ME : Est-ce qu'il y en a d'autres que tu connais mais t'aimes pas trop ce qu'ils font ?

SEBASTIEN : Amixem, j'aime bien la personne en elle-même mais c'est un peu souvent la même chose, c'est pour faire des vidéos qui font de l'argent.

ME : Qu'est-ce que tu penses des différents types de format qu'il fait (beaucoup de moyens vs. vidéos « plus tranquilles ») ?

SEBASTIEN : J'apprécie les vidéos qui demandent des moyens quand c'est pertinent. Par exemple Cyprien qui fait des vidéos tous les 4 mois ça me plaît car c'est du contenu intéressant, des courts métrages, c'est presque du cinéma. Après McFly et Carlito quand ils font du contenu à gros budget ça peut être intéressant comme ça peut être catastrophique d'ailleurs.

ME : Qu'est-ce que tu as trouvé catastrophique toi ?

SEBASTIEN : Oh, les musiques qu'ils ont fait, c'était NUL. Ohlala. Je me focalise sur les vidéos qui ont l'air bien. Avec des guests cool. Par exemple récemment il y a eu la vidéo Anecd'Hontes 2 (Anecdotes de la Honte 2) avec Jonathan Cohen où je suis fan. Mais pour le coup il y a des beaux décors, des équipes de tournage qui coutent cher et je me dis que ça m'intéresse. Après Amixem à gros budget il fait des challenges je sais pas quoi en carton, « challenge château en carton ». Jsp pourquoi ils utilisent le mot challenge ça fait mieux. Là aussi un challenge « 100 couches de bois » où ils doivent tout péter, mais je trouve pas ça particulièrement drôle. Ils se rapprochent de plus en plus de Mister Beast dans ce qu'ils font. Par exemple Amixem il a fait une vidéo où il va voir des gens dans la rue et s'ils arrivent à le faire rire il leur donne 1000 balles. C'est pas non plus des millions comme Mister Beast il fait mais c'est un peu le même esprit quoi. J'y vois pas un grand intérêt.

ME : Est-ce que tu arrives à dire pourquoi tu y trouves pas un grand intérêt ?

SEBASTIEN : Les concepts en eux-mêmes ne m'attirent pas car c'est un peu superficiel. Le seul intérêt de la vidéo c'est qu'il y ait de l'argent en jeu. C'est pas le but quoi. Moi ce qui

m'intéresse c'est si une vidéo est drôle, si ça parle de trucs sérieux. C'est pas le fait qu'il y ait de l'argent en jeu qui va me faire regarder une vidéo quoi.

ME : C'est important pour toi qu'il y ait un sujet, que ça parle de trucs sérieux ?

SEBASTIEN : Ouais sérieux, mais ça peut être un truc con aussi. Myla ce dont elle parle c'est pas toujours sérieux mais c'est pas superficiel, contrairement à Amixem où ça perd de son sens.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu appréciais avant et que tu as arrêté de suivre ?

SEBASTIEN : Par exemple Amixem. Mais aussi Squeezie où j'appréciais avant notamment car j'étais jeune. Mais maintenant c'est toujours une recette qui se répète. Avec par exemple les threads horreurs constamment. Une vidéo tous les quatre mois que je regarde que je trouve moyennement drôle. Il avait sorti une vidéo où quelqu'un mange un sabre. Il était avec deux potes à lui et ils réagissent à ça où ils doivent pas rire. Ça n'a pas grand intérêt. Je trouve pas ça très intéressant. Pareil pour les threads horreurs. A partir d'un moment où un contenu est systématique ça m'intéresse plus. C'est aussi ça chez Amixem qui m'intéresse de moins en moins. Je t'ai dit là le truc « 100 couches de bois » il l'a aussi fait avec la glace et avec le carton. Il exploite le concept au max quoi. Bon c'est bon tu l'as fait une fois passe à autre chose quoi.

ME : Et qu'est-ce que tu aimais avant dans le contenu de Squeezie ?

SEBASTIEN : Comme j'étais plus jeune c'était le contenu jeux vidéo mais voilà j'ai changé de goût après. Je regarde toujours des contenus de jeux vidéo. Moi je regarde Wankil studio, c'est deux Youtubeurs ensemble Laink et Terracid. C'est du jeu vidéo mais je regarde pas car c'est du jeu vidéo. Je regarde car c'est super drôle je trouve, le montage est intéressant et je regarde car ils font des petits dessins rigolos. Squeezie c'était moins systématique avant. Ça a changé il y avait des nouveaux trucs. Il sortait des trucs intéressants par exemple pour les 10 millions d'abonnés quand il avait fait le tour de la francophonie pour aller voir ses abonnés c'était hyper intéressant.

ME : Est-ce que c'est le contenu de cet influenceur qui a changé ou ce sont tes goûts/ centres d'intérêts qui ont changé ?

SEBASTIEN : Ouais mes goûts ont évolués c'est sûr, j'ai grandi. En devenant plus mature et tout. Par exemple avant Squeezie jouait à des jeux où il invitait des Youtubeurs. Avec Luciole il avait fait des faux entretiens d'embauches, c'était amusant parce qu'il prenait le rôle de quelqu'un qui n'a jamais travaillé de sa vie. Il a jamais passé d'entretiens d'embauches, il a toujours été sur YouTube. Et du coup c'était détonnant, ça changeait, c'était intéressant.

ME : Mais ça c'est pas si vieux, non ?

SEBASTIEN : Ça date d'il y a un an.

ME : Ah oui c'est relativement récent.

SEBASTIEN : C'est relativement récent.

ME : Mais tu as dit « quand j'étais petit ».

SEBASTIEN : Oui, mais ça justement ça m'intéresse. Ça c'était après une dizaine de vidéos de threads horreurs quoi.

ME : En fait, Squeezie un peu comme Amixem il a des concepts qui changent de l'ordinaire mais il a aussi des gimmicks comme les threads horreurs, les subreddit, des choses comme ça.

SEBASTIEN : Une fois il avait ramené 10 Youtubeurs pour faire un challenge, des meufs et des mecs. Sur un jeu. Ça c'était hyper drôle quoi. Ou alors quand il faisait le truc de l'école là où il invite des Youtubeurs, le gars de la prod qui joue le prof et l'objectif c'était de faire le plus de conneries possibles sans qu'il s'en rende compte. Ça c'était marrant par exemple.

ME : J'ai l'impression que t'aime bien ce qu'il fait quand il y a d'autres gens.

SEBASTIEN : Oui, c'est vrai je trouve ça plus sympa. Parce que c'est de l'échange entre personnes, c'est pas juste une personne devant son ordi qui fait des trucs quoi. Et c'est d'autres Youtubeurs souvent drôles.

ME : Est-ce que ça t'arrive de quand même regarder le contenu des influenceurs que tu n'apprécies pas ? Pourquoi ?

SEBASTIEN : Ben oui, malheureusement c'est un vice. Oui oui mais par exemple Amixem je regarde et après je me rends compte que j'aime pas donc j'arrête pendant 3 mois. Et après je me dis oh quand même ça va peut-être me plaire on sait jamais. Mais ça me plaît rarement au final. Pour vérifier que ça me plaît toujours pas.

ME : Tu as un autre exemple ?

SEBASTIEN : Là non.

ME : Est-ce que ça t'arrive de regarder un influenceur avec tes amis ? Ou est-ce que tu partages le contenu de cet influenceur à tes amis ?

SEBASTIEN : Oui parce que déjà on a les mêmes vidéos « Pour toi » suggérées par l'algorithme. Ça montre qu'on est vraiment amis.

ME : Ça arrive que vous vous envoyiez des vidéos ?

SEBASTIEN : Des vidéos YouTube, moins. Sur YouTube c'est pour regarder des vidéos de 10 minutes et si on m'envoie une vidéo de 10 minutes je vais me dire bon la flemme. Mais par contre quand ça vaut vraiment le coup bon on l'envoie. Mais c'est surtout sur Tiktok ou sur Instagram où c'est des posts en 5 secondes c'est plié quoi.

ME : Mais quand même vous suivez plus ou moins les mêmes personnes ?

SEBASTIEN : Oui, plutôt.

ME : Est-ce que vous en parlez parfois des influenceurs ensemble ?

SEBASTIEN : Ouais. Si on en parle c'est pour revenir sur des trucs qu'on s'est envoyé par exemple. Mais oui des fois on en parle, on a le même constat sur Squeezie. Après nos avis sont les mêmes donc on les partage parfois mais c'est pas vraiment un très grand sujet de discussion.

ME : Est-ce que c'est important pour ta relation avec tes amis d'aimer un peu les mêmes personnes ?

SEBASTIEN : Ça joue car c'est des références sur les RS. Et les RS c'est un peu de la pop culture. C'est des références qu'on a par exemple sur les mêmes. Et si on a les mêmes références, ça va influencer sur notre humour. Si on n'a pas les mêmes références ça met une distance. Alors que ça rapproche d'avoir la même pop culture. On se comprend entre nous peut-être un peu plus.

ME : Avec Tiktok, on se rend compte que c'est très spécifique à chacun avec le fil « pour toi », alors qu'il y a 8 ans sur YouTube tout le monde regardait plus ou moins la même chose.

SEBASTIEN : Ben avant c'était tout le temps les mêmes personnes qui étaient mises en avant. Maintenant les algorithmes sont plus développés, plus précis, et ça va t'amener vers des contenus qui vont plus te plaire personnellement. Mais je trouve ça mieux. C'est plus intéressant d'avoir plus de diversité.

ME : Est-ce que tu n'as pas peur que ça nous mette dans une sorte de bulle de filtre ?

SEBASTIEN : Je sais pas car c'est il y a beaucoup d'influenceurs mais bon la plupart sont connus. Par exemple, quand je connaissais Esile elle avait que 100 000 abonnés je connaissais déjà des gens qui la suivait.

ME : Par exemple elle n'est pas très connue par rapport à Squeezie.

SEBASTIEN : Oui, il a 17 millions d'abonnés. Il a gagné 7 millions d'abonnés en 3 ans. C'était il y a 3 ans les 10 millions.

ME : Est-ce que l'avis des autres sur un influenceur t'a déjà fait changer d'avis sur lui ?

SEBASTIEN : Par exemple sur Tiktok, je vais avoir tendance à rigoler sur une vidéo puis je vais ouvrir les commentaires et je vais voir « si vous riez c'est n'importe quoi » et ça va m'impacter. Des commentaires comme « il faut pas rire, c'est sérieux » ou alors que c'est juste pas drôle et je me dis bon tant pis, je n'ai pas rigolé. Des trucs d'humour noir souvent. Mais en vrai non car avec mon groupe d'amis on a tous le même humour et le même avis à peu près. Donc ça m'a pas influencé. Après je suis quand même quelqu'un de très têtu donc ça joue.

ME : Est-ce que tu te sens proche des influenceurs que tu regardes ?

SEBASTIEN : Pas du tout ! Absolument pas. Parce que c'est des gens blindés qui font plein de voyages. Ça me fait rêver mais je me sens pas particulièrement proche de ces gens là. Après il y en a peut-être un, Louis CZMV sur YouTube, Instagram, Tiktok. Je sais pas pourquoi, c'est son humour en fait. Je me sens pas proche d'influenceurs dans la vie qu'ils mènent mais plus dans la personnalité, les goûts etc.

ME : Est-ce que tu t'identifies ?

SEBASTIEN : Ah non. Je trouve pas. Pas du tout.

ME : Est-ce que tu penses que les influenceurs font en sorte de développer des liens affectifs avec leur public ? Si oui, pourquoi ?

SEBASTIEN : Je pense oui. Genre Benjamin, qui a fait le Tiktok dans une église c'est des trucs pas du tout honnêtes. Mais personnellement chez moi les liens ils se font avec de la spontanéité. Mais je ne sais pas si c'est vraiment ce qu'ils cherchent de développer des liens affectifs. C'est en étant spontané, sincère qu'un influenceur peut faire en sorte que sa communauté l'apprécie.

ME : Est-ce que pour toi il/elle a l'air sincère ? Est-ce qu'il y a des éléments qui te font dire qu'il/elle est sincère ou pas ?

SEBASTIEN : Dans ceux que j'apprécie, j'ai l'impression qu'il n'y a pas cette intention d'être aimé à tout prix par leurs communautés. C'est pour ça que je les apprécie.

ME : Est-ce que tu l'aimes bien ? Est-ce que tu as un attachement ?

SEBASTIEN : Je me dis que je pourrais pas être pote avec eux parce que je ne les connais pas vraiment. Car même si la personnalité est proche, il faut quand même être prudent. On ne connaît pas tous les aspects de leurs personnalités et je pense que c'est d'ailleurs plutôt sain. Je

sais qu'il y a des gens où je me dis « ah j'aimerais trop m'entendre avec cette personne ». Mais je ne suis pas sûr que je les apprécie. Ça reste les RS quoi.

ME : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé d'être déçu par un influenceur, par ses propos ou son comportement ? Pourquoi ?

SEBASTIEN : Non pas vraiment car je fais attention à qui je suis.

ME : Est-ce que ça t'est déjà arrivé de ne pas faire confiance à un influenceur ? De ne pas croire ce qu'il disait ?

SEBASTIEN : De toute façon je ne leur fais pas confiance car je ne les connais pas. La confiance ça se développe en connaissant vraiment les gens. Quand ils vont montrer quelque chose je vais pas me dire que c'est 100% vrai. Ça arrive pas vraiment que je me dise qu'une vidéo est louche.

ME : Qu'est-ce que tu penses du contenu d'Hugo Décrypte dont tu parlais tout à l'heure. Tu leur fais confiance.

SEBASTIEN : Ah oui oui parce que c'est quand même une équipe de journalistes qu'il y a derrière. Il y a des sources toujours citées, datées etc. Par exemple, Marie s'infiltre, qui fait du contenu assez politisé, elle est allée à Dubaï où elle a fait un documentaire. Et là je vais faire confiance parce que j'ai vu ses vidéos, ses interviews et son contenu est digne de confiance.

ME : Pourquoi ?

SEBASTIEN : Car elle a fait plein de vidéos toujours dans une ligne très honnête sans embrouille.

ME : C'est-à-dire sans embrouille ?

SEBASTIEN : Quand elle a fait ses vidéos sur la marche des fiertés, sur la marche féministe à Paris et tout. Quand elle explique le contenu de ses vidéos elle le fait clairement, elle essaie pas d'embrouiller et quand ça sort on constate ce qu'elle a fait ça correspond. Ça reflète toujours son état d'esprit et sa démarche elle est toujours respectée dans ce qu'elle dit et ce qu'elle fait. Ça fait un moment que je la suis et ma confiance n'a pas été trahie au fil des vidéos. D'un autre côté Marie s'infiltre elle est pas vraiment influenceuse. Elle dit qu'elle utilise les RS comme un tremplin pour sa carrière. Elle a pas vraiment une démarche d'influence. C'est pas sa personnalité je trouve qui rentre en jeu, c'est juste le contenu qu'elle produit. C'est un peu comme ce que fait Cyprien maintenant où il poste pas des vidéos de lui mais son travail, des courts métrages etc. C'est pas la personne qui compte. Il n'y a pas un culte de la personnalité. Marie s'infiltre n'essaie pas de se mettre en avant. Ce qu'elle met en avant c'est ses opinions, ses constats.

ME : Ce que tu dis c'est qu'elle a pas menti sur sa démarche.

SEBASTIEN : Oui et puis en plus c'est une personne qui... oui car je me suis renseigné, car cette personne je l'adore, elle est incroyable je trouve. Elle a fait Science Po, elle a fait Khâgne, elle a fait Hypokhâgne, elle a fait plein plein d'études. De base elle explique qu'elle était destinée à faire l'ENA, à entrer dans la politique, etc., dans les institutions et au final pas du tout. Et c'est ça qui est assez fascinant je trouve. Alors quand je le dis ça fait un peu culte de la personnalité du coup, mais pour le coup c'est son parcours qui est assez inspirant je trouve. Mais ce qui est encore mieux c'est les vidéos qu'elle sort qui sont hyper rafraîchissantes quoi.

ME : Est-ce que tu penses que son parcours ça la rend légitime ?

SEBASTIEN : Non, je crois pas que ce soit son parcours personnel qui la rend légitime mais le sérieux avec lequel elle traite ces sujets-là. Ça aurait pu être quelqu'un d'autre ça aurait été pareil. Ça serait un peu discriminant de dire ça. Après peut-être que ça joue dans la qualité de son travail.

ME : Qu'est-ce que tu penses de la manière dont ils gagnent de l'argent

SEBASTIEN : Je trouve ça plutôt légitime pour le coup. Ils gagnent de l'argent grâce à nous, qui les faisons exister on va dire. Si on est révolté par la quantité d'argent qu'ils gagnent il faut pas se révolter contre les influenceurs mais contre la société qui fait qu'ils gagnent de l'argent.

ME : Par rapport aux placements de produit ?

SEBASTIEN : C'est une extension de la pub en soit. Elle se fait sur YouTube par exemple. La différence avec les placements de produits, c'est que ça se fait avec le consentement de l'influenceur. Il choisit avec qui il fait ce partenariat et du coup il va gagner plus d'argent car il n'y a pas l'intermédiaire de la plateforme de YouTube ou d'Instagram. Je trouve pas ça choquant. Ça dépend de ce qui est mis en avant. Si c'est des arnaques etc., du dropshipping, je trouve ça un peu pathétique. Il faut pas faire des partenariats avec n'importe qui. Par exemple des marques qui exploitent les Ouighours, c'est pas éthique. Ça peut être politique.

ME : Est-ce que tu penses qu'ils ont une responsabilité ?

SEBASTIEN : Je pense qu'à partir du moment où ils ont une communauté ils ont responsabilité dans les partenariats, les messages qu'ils portent en le voulant ou sans le vouloir. Ils ont un rôle important dans ce qu'ils promeuvent et dans l'expression publique.

ME : Est-ce qu'il y a des choses qui ne seraient pas justes de faire ?

SEBASTIEN : Dès lors qu'ils vont porter un avis politique ça va être déplacé car ils influencent des catégories d'âges très jeunes.

ME : Pour toi ils ont une responsabilité par rapport aux jeunes générations. Tu penses qu'ils devraient avoir plus conscience de ça ou bien ils ont la liberté de faire ce qu'ils veulent et ne peuvent pas porter tout le poids du monde sur les épaules.

SEBASTIEN : C'est vrai qu'ils ont la liberté de faire ce qu'ils veulent mais dans une certaine mesure. La liberté s'arrête à un certain stade quoi.

Entretien avec Manon

ME : Est-ce que tu peux me donner le nom de quelques influenceurs que tu suis ?

MANON : Squeezie, Amixem, Esile. Après des choses comme McSkyz, DocSeven, Nota Bene, Les Revues du Monde... Après comme ça j'ai un peu du mal. Quand il est question d'influenceurs comme ça, c'est sur YouTube. Squeezie c'est évident. C'est l'influenceur français qui a le plus d'abonnés je crois donc c'est le premier qui me vient en tête même si c'est pas celui que j'apprécie le plus. Après comme ça de tête, je suis une grande consommatrice de tout ce qui est contenu d'actualité donc par exemple Konbini... je sais pas si on peut qualifier ça d'influenceurs du coup.

ME : Pas vraiment c'est plus un groupe de médias mais ce n'est pas attaché à une seule personne donc on va pas le classer comme influenceur. Je n'ai pas choisi de le traiter de cette manière.

MANON : Aussi je suis Liv, qui comme McSkylz est un peu... Je sais pas si il faut aussi que je cite les thèmes... Comme McSkylz, ils [Liv et McSkylz] traitent beaucoup de tout ce qui est histoire criminelle, ce genre de choses, voilà. Aussi du coup, Seb, j'ai complètement oublié. Voyons, (elle regarde son téléphone) j'ai un peu tout le temps les mêmes choses qui reviennent. Aussi Lingualizer, c'est un polyglotte qui fait des vidéos sur Omegle qu'il poste sur YouTube où en fait il paye des gens pour savoir quel est le drapeau ou pour savoir quel est leur langue ce genre de choses. Aussi Poisson Fécond, qui parle de faits comme ça comme Top 10 de quelque chose. Par exemple, récemment il a fait une vidéo sur les endroits les plus pollués dans le monde. Dans le style il y a aussi DocSeven.

ME : Comment tu les as connus ?

MANON : Alors... Il y en a que j'ai connu par effet de masse, ce sont mes amis qui m'en ont parlé. Pour Esile, c'est mon ami Maxence avec qui j'en ai parlé une fois et j'avais déjà regardé une de ces vidéos mais j'ai pas fait attention. Après qu'il m'en ai parlé j'ai commencé à la suivre plus régulièrement. Après il y a aussi l'algorithme bien sûr, qui a été surtout pour Squeezie et Amixem. Ensuite, pour Nota Bene, je faisais du chinois avec un mec puis il m'en a parlé et j'ai beaucoup aimé. C'est ce qui m'a amené grâce à l'algorithme aux Revues du Monde, ce genre de choses. DocSeven, pareil c'est l'algorithme. McSkylz c'est moi qui cherchait des vidéos dans le même style que les Threads Horreur de Squeezie où je voulais trouver des choses un peu similaires et je suis tombé sur lui. Ça m'avait aussi amené à Liv du coup, que j'aime moins mais bon que je regarde des fois. McSkylz fait des histoires, pas des histoires d'horreurs, mais des faits qui se sont un peu passés partout sur tout. Lingualizer je l'ai connu parce que je m'intéressais aux langues et je crois que l'ai vu sur un réseau social je l'ai vu dans un Short quelque chose comme ça.

ME : Est-ce que dans ces noms que tu m'as donnés il y en a que tu préfères particulièrement ? Pourquoi ?

MANON : Oui, Esile du coup. J'aime bien parce qu'elle est très « franc-parler », je la trouve plus proche que certains, elle est proche de mon âge, elle est étudiante et je peux donc me projeter à travers elle ce qui est plutôt agréable. Ça rassure on va dire, carrément. J'aime bien aussi par exemple tout ce qui est côté création donc quand elle faisait de la broderie, des voyages qu'elle faisait, quand elle faisait des partiels. Ce qu'elle fait c'est un peu du « daily-life », des vlogs, elle est aussi sur Instagram c'est une des seules que je suis sur Instagram. Ah oui, j'oubliais je consomme aussi pas mal d'ASMR, donc par exemple BB ASMR. Récemment, il y a aussi Sir Gibsy, c'est beaucoup de critiques, ce genre de chose. J'ai aussi oublié du coup Joyca. Donc, Gibsy c'est de la critique de vidéos YouTube où il explique pourquoi il y a une chute sur cette vidéo, il prend des influenceurs justement et il explique qu'est-ce qui fait leur renommée. Après c'est à prendre avec des pincettes car il y en a certains c'est quand même un peu polémique. Après il y a Fabien Olicard. Après Hugo Décrypte mais je sais pas si ça fonctionne comme influenceur. Pour l'ASMR : Clary ASMR, Ella ASMR. Après ce que je consomme en premier c'est BB ASMR vraiment. Vito ASMR, voilà ce genre de choses. Ce que je préfère c'est vraiment Esile et toutes les chaînes ASMR. Après j'aime bien toutes les chaînes historiques (donc Nota Bene, les Revues du Monde). J'aime beaucoup aussi Poisson Fécond. Amixem aussi c'est pas mal. Sir Gibsy, j'aime bien aussi, bon c'est plus récent, c'est par période. Après McSkylz surtout, c'est vraiment mon rendez-vous.

ME : Imagine tu ouvres YouTube, ils ont tous sortis une vidéo le même jour, c'est qui que tu regardes en premier ?

MANON : Je pense que c'est Amixem. Parce que il y a pas à penser, ça coule tout seul, on rigole, c'est chill.

ME : Qu'est-ce qui te plaît chez eux de manière générale ?

MANON : Alors, chez Esile comme je disais c'est sa proximité, qu'elle soit pas beaucoup plus âgée que moi, sa vie étudiante. Ça montre aussi une vie un peu quotidienne, c'est humain voilà. Chez des gens comme Amixem et Squeezie c'est le côté divertissant, le fait que ce soit pas prise de tête. Je regarde ça pour rigoler, par exemple entre un gros gros devoir que je viens de faire. C'est mon espèce de Pomodoro quoi, c'est mes 5 minutes de pause. McSkyz lui c'est ma fin de semaine, 18h vendredi soir. Quand j'arrive petit café c'est très chill. Ok c'est pas forcément très recommandé, c'est des affaires criminelles mais c'est vrai qu'il y a du suspens, c'est pas trop long non plus donc forcément c'est agréable. Ce que j'aime bien aussi chez lui c'est qu'il est bon conteur. Après bon, Poisson Fécond ce genre de choses c'est plus le dimanche soir [rires] quand je suis à la bourre, que j'ai pas envie de faire mes devoirs et que je vois qu'il a sorti une vidéo je me dis oh c'est super intéressant. Pour procrastiner. C'est chill et en même temps ça apprend des choses. Sir Gibsy c'est pareil c'est pour procrastiner. C'est un peu comme les affaires criminelles ce genre de choses. Après l'ASMR, c'est ce que j'écoute le plus, c'est le soir pour aller dormir, quand j'étudie aussi. Aussi, des fois quand je me réveille pour un matin un peu en douceur.

ME : Du coup, j'ai l'impression que tu suis pas mal de Youtubeurs qui font de la vulgarisation, d'actualité ou de faits en général, est-ce que tu les trouves compétents dans leur domaine ?

MANON : Oui et non. C'est un peu comme un exposé. Ils expliquent des choses comme ça mais on sent qu'ils sont pas forcément calés dans le sujet à 100%. Pourtant ils donnent quand même des détails, ils vont quand même loin dans leurs recherches pour qu'on les sente à l'aise même si c'est pas des sujets qu'ils traitent tous les jours. Ça dépend desquels, par exemple Nota Bene qui vulgarise l'histoire lui il est calé quoi.

ME : Qu'est-ce qui te fait sentir que [Nota Bene] est calé ?

MANON : Le fait qu'il ait créé des BDs ce genre de choses, c'est un son domaine quoi. Quand des influenceurs créent leur propre produit... Bon pas tous, par exemple ceux qui créent des marques de vêtements je dis pas que c'est leur domaine de prédilection. Quand ils sortent un livre qui traite d'un sujet c'est qu'ils sont calés. Aussi pour Nota Bene, ce qui me fait dire ça c'est que toutes ses vidéos traitent d'histoire mais aussi il est capable de traiter de plein de parties de ce domaine de manière très naturelle. Tandis que bon, Poisson Fécond ce genre de choses on passe d'un sujet à un autre totalement opposé mais ça reste ludique et naturel.

ME : Je ne connaissais pas, Poisson Fécond me faisait penser à Lama Fâché ce genre de choses.

MANON : Non pas du tout, Lama Fâché c'est très robotisé, c'est des fun facts. Poisson Fécond on le voit dans ces vidéos. C'est pas forcément des top 10 du même style. Par exemple il a fait les endroits les plus pollués sur Terre, l'histoire d'Ikea. Il a aussi une chaîne secondaire que j'aime bien avec des histoires un peu paranormales comme McSkyz.

ME : Il y a un éventail de thématique [chez Poisson Fécond] mais il y a l'envie de faire découvrir aux gens, c'est ça ?

MANON : Oui c'est très familial comme façon de faire.

ME : Est-ce que tu es attentif.ve au nombre de likes + d'abonnés

MANON : Oui, même si c'est pas quelque chose qui va m'influencer forcément. Après je fais partie de la « communauté silencieuse » il faut savoir. Je commente très peu, je like très peu. Je suis de loin mais j'aime bien regarder le nombre de vues, d'abonnés pour voir ce que les gens en pensent. C'est un peu un gage de qualité.

ME : Si tu vois une chaîne d'histoire avec deux milles abonnés vs. Deux millions ça change quelque chose pour toi ?

MANON : Là en l'occurrence non, mais une chaîne qui aurait 200 abonnés contre 2 millions là je ferais une différence. Ça dépend, si c'est récent et qu'il y a 200 abonnés je lui laisse une chance mais si ça fait 3 ans que ça existe et que ça stagne je fais pas trop confiance.

ME : Est-ce que tu es attentive aux commentaires du contenu que tu regardes ?

MANON : Je regarde énormément les commentaires. Je me fais vachement influencer, voir comment les gens pensent et ce qui revient en majorité pour savoir comment moi je dois penser [rires]. Bon j'ai mon avis sur la chose et ça m'agace et c'est pas forcément la même chose dans les commentaires. Par exemple tous ceux qui commentent sont urbains, ils vivent dans les villes. Par exemple quand il exemple quand ça parle de campagne, ça part dans les tours et ça m'énerve.

ME : Est-ce que tu suis les influenceurs que tu apprécies (ou parler d'un cas précis) sur plusieurs plateformes ? Pourquoi ?

MANON : Oui je suis à la fois BB ASMR sur YouTube et Instagram. Il y en a aussi que je connais d'Instagram que je suis aussi sur YouTube comme Lingualizer mais il ne fait que des shorts sur YouTube.

ME : Est-ce que le contenu produit est différent d'une plateforme à l'autre ?

MANON : Oui, le contenu est différent. Ça apporte quelque chose, mais c'est moi qui choisit si je le veux ou pas. Pour moi YouTube c'est proximité mais ça s'adresse à tout le monde tandis qu'Instagram c'est un peu plus une communauté qui veut aller plus loin, donc quand on est sur Instagram pour moi c'est la vie un peu plus privée. Même si c'est un peu bizarre dit comme ça parce que ce sont des photos sur Instagram alors que sur YouTube ce sont des vidéos, donc c'est plus humain sur YouTube que sur Instagram. Mais j'ai quand même l'impression que c'est plus privé sur Instagram que sur YouTube.

ME : Il y en a peu que tu suis sur les deux plateformes en fait. Est-ce que ça ne t'intéresse pas d'aller plus loin ?

MANON : Pour moi c'est vraiment de la distraction, du divertissement purement. Je vais pas trop sur Instagram, seulement une fois par semaine.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu n'aimes pas ? Est-ce que tu pourrais me dire pourquoi ?

MANON : Peut-être mais j'ai pas vraiment de haine contre eux. C'est un peu dirigé mais Norman, je suis pas fan, bon j'ai jamais été une grande fan de ses vidéos, mais depuis les polémiques avec la fille canadienne, j'ai dit stop. Le fait qu'il ait fait du harcèlement sexuel avec une abonnée canadienne mineure sur Instagram. Elle était mineure et il lui a demandé des photos. Après c'est pas seulement mon opinion du coup, vu que j'ai été influencée par l'actualité. Il y a aussi des influenceurs américains, là c'est plus mon opinion du coup. Je suis pas fan des américains en général. En particulier des gens comme James Charles, les Frestars, Nikita Dragon. Nico Avocado, il faisait du Mukbang, il s'est détruit la santé. Après c'est des gens que je trouve très artificiels qui ont gagné de la notoriété grâce à leur statut d'influenceur avec des personnages surjoués peu réels. Il y a des français aussi. Il y a quelques filles, par exemple Sananas, j'ai pas vraiment de haine contre elle mais pour autant je suis pas très fan des valeurs qu'elle porte, de sa personne sur YouTube. Voilà, il y en a d'autres. C'est des filles en général. Sur YouTube c'est plus simple d'être superficiel et d'en surjouer.

ME : Du coup c'est des filles qui font du contenu lié à l'humour, à la beauté ou qui parlent d'histoire etc. ?

MANON : C'est tout confondu. Beauté j'ai jamais eu rien contre, c'est vraiment par rapport à la personne, comment elle bouge devant la caméra etc.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu appréciais avant et que tu as arrêté de suivre ?

MANON : Je crois pas... Ah ben si, tout ce qui est groupe de K-Pop mais je sais pas si c'est des influenceurs. Car je les trouve de plus en plus faux. C'est pas eux ou leur musique en soit mais c'est forcé. C'est pas naturel d'être mignon, ça m'a un peu agacé. Il y a aussi tout ce qui est drama et revue de manga sur YouTube mais du coup j'ai tout lâché. Cela ne m'intéresse plus en grandissant.

ME : Est-ce que c'est le contenu de cet influenceur qui a changé ou ce sont tes goûts/ centres d'intérêts qui ont changé ?

MANON : Il y a des gens comme Amixem que je suis toujours mais qui ont complètement changé. Je les suis plus pour leur personnalité que pour le contenu.

ME : Est-ce que ça t'arrive de quand même regarder le contenu des influenceurs que tu n'apprécies pas ? Pourquoi ?

MANON : Oui oui, Nikita Dragon car elle a fait une vidéo sur de l'ASMR que j'ai apprécié mais j'ai pas du tout accroché, j'ai haïis. Je me suis intéressé par le maquillage, pour regarder des créations artistiques. J'ai suivi James Charles mais bof. Nico Avocado que j'ai connu pour le drama je crois.

ME : Est-ce que ça t'arrive de regarder un influenceur avec tes amis ?

MANON : C'est un peu une honte pour moi tout ce qui est influenceur. Mais vraiment j'en parle pas avec mes amis. C'est mon petit secret. Mais avec ma famille un peu plus même si j'ai un peu honte de qui je regarde. Mon père regarde des agriculteurs sur YouTube. Voilà c'est une honte car le contenu est peu mature où je prend ça à la rigolade, des plaisirs de très très bas niveau. Mais ceux que je considère plus mature comme Esile je vais en parler. Nota Bene pareil car c'est sérieux. Poisson Fécond pareil je vais pas en parler.

ME : Est-ce de manière générale tu parles de ces influenceurs avec tes amis ?

MANON : C'est pas trop nos sujets de conversation. J'ai eu une conversation avec Maxence l'an dernier à propos d'Esile mais c'était exceptionnel. Eux parlent beaucoup de jeu vidéo mais jamais d'influenceur.

ME : Est-ce que l'avis des autres sur un influenceur t'a déjà fait changer d'avis sur lui ?

MANON : C'est jamais arrivé qu'on me fasse changer d'avis en bien. Pour ce qui est de quelqu'un que j'aimais bien, que quelqu'un m'en a parlé et j'aimais plus oui, c'est déjà arrivé. Je sais plus avec qui mais c'était un grand influenceur. Mais comme j'ai très peu confiance et honte au niveau de mes choix d'influenceurs, le fait que j'en regarde beaucoup mais qui soit pas forcément des choses très sérieuses à côté du reste j'ai l'impression, oui ça m'est déjà arrivé pour un grand influenceur de la trempe de Squeezie. C'est arrivé qu'un influenceur me fasse changer d'avis sur un autre influenceur. C'est peut être à propos de Cyprien que j'aime un peu moins qu'avant. A cause de la personne qui a apporté un jugement sur lui, c'est qu'un qu'un qui fait des critiques sur des influenceurs comme ça, quelqu'un comme Sir Gibsy. Et c'est vrai que le contenu me plaît moins.

ME : Est-ce que tu te sens proche des influenceurs que tu regardes ?

MANON : Non. Mais parfois je m'identifie avec Esile et BB ASMR. Je me sens proche car j'arrive à me projeter à travers elle, démystifier la vie étudiante, on a des passions en commun, etc. Mais du coup oui.

ME : Est-ce que tu penses que les influenceurs font en sorte de développer des liens affectifs avec leur public ? Si oui, pourquoi ?

MANON : Oui, c'est sûr qu'ils travaillent dans leurs vidéos la communication, ce genre de chose, ils font en sorte d'être attractifs, pour qu'il y ait une communauté. Mais pour moi c'est quand même des gens qui se voient plus haut, ils vont pas répondre à tous les commentaires, c'est des gens, ils vont pas forcément s'appliquer à faire semblant de savoir tout sur, pour Squeezie par exemple, sur un thread horreur ou un sujet qu'ils mentionnent. Pour moi quand on veut être proche d'une communauté on s'applique à fond pour faire vraiment pro, pour donner le meilleur de soi-même. Pour moi c'est important de faire de son mieux. C'est parfois pas très sérieux.

ME : Mais dans la relation qu'ils entretiennent avec leur communauté, il y en a certains qui donnent des noms à leur communauté par exemple, tu en penses quoi ?

MANON : Pour certains influenceurs, c'est important de donner un nom. BB ASMR c'est la seule que je connais qui fait ça. Je pense pas qu'elle cherche à connaître chaque individu, mais je pense qu'elle cherche à avoir une sorte de famille à travers l'écran. Après il y en a ils sont juste là pour faire des vidéos et amasser derrière quoi.

ME : Tu penses qu'il y en a qui sont plus sincères que d'autres ?

MANON : Disons il y a qu'ils font ça par pur plaisir, sans être intéressés, et il y en a qui le font par plaisir, mais en étant intéressés aussi, ils combinent un peu les deux. Et pour moi ceux qui sont pas forcément intéressés, ils seront toujours plus sincères que ceux qui sont intéressés. La plupart le sont même dans ceux que je suis. Dans ceux qui sont pas trop intéressés il y a Esile, McSkyz. C'est à peu près tout. Même BB ASMR elle est intéressée. En même temps elle met souvent en avant son Patreon pour gagner de l'argent. Elle fait souvent des vidéos à propos des membres de sa chaîne qui lui donnent de l'argent. Squeezie et Amixem sont très froids je trouve par rapport à leur communauté. Parce qu'ils ont beaucoup de monde, comparé à d'autres. Parfois j'ai presque l'impression que c'est un métier où il se laissent un peu porter où je vois Amixem qui découvre ce qu'il va faire le jour même je me dis que c'est pas vraiment lui qui travaille. C'est bien de prendre du plaisir dans son travail mais du coup c'est plus on demande aux autres de travailler, et puis nous on produit, on est un peu comme des stars de cinéma, mais on a pas à réviser le texte, travailler leur acting. Mais une personne comme McSkyz est passionné, compose ses vidéos etc. Le nombre d'abonnés n'est pas le même mais pour autant il a une proximité avec la communauté, il est plus proche de sa communauté.

ME : C'est important pour toi le côté faire soi-même ses vidéos ?

MANON : Oui ça fait plus sincère, ça fait forcément un peu plus petit mais je trouve que ça fait plus vrai. Mais par exemple une de ces grosses chaînes où c'est comme une industrie comme Squeezie parfois j'ai l'impression de sentir que c'est pas lui qui écrit ses textes. Tout ce qui est histoire un peu spéciale par exemple, l'histoire du mec qui avait copié les tableaux, ça faisait naturel, mais je sentais que c'était pas vraiment lui. Tandis que des personnes comme McSkyz ça va avec sa personnalité, il sait prendre les bonnes intonations au bon moment.

ME : Est-ce que tu ressens un attachement par rapport à certains ?

MANON : Oui, pour Esile et McSkylz forcément. Pour BB ASMR, c'est un peu de l'amour-haine, je l'aime bien mais parfois je trouve que c'est un peu trop, c'est too much, c'est un peu artificiel mais je l'aime bien. Mes petites hontes, comme Amixem parfois c'est un peu trop gamin pour moi, Squeezie non, Joyca mais c'est moins qu'avant. Si Fabien Olicard lui j'aime bien ce qu'il dégage, c'est calme.

ME : Est-ce que pour toi il/elle a l'air sincère ? Est-ce qu'il y a des éléments qui te font dire qu'il/elle est sincère ou pas ?

MANON : Oui, c'est un critère.

ME : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé d'être déçu par un influenceur, par ses propos ou son comportement ? Pourquoi ?

MANON : Ah, oui ! Avec Norman par exemple, même si j'avais pas vraiment pas d'attente donc on peut pas dire que j'étais déçue mais je m'attendais pas à ça. Comme il y a une distance grande comme il y a une caméra [le harcèlement sexuel] ne devrait pas exister. Il y en a quelques-uns récemment qui m'ont fait un peu... mais leur nom me vient pas.

ME : Est-ce que ça t'est déjà arrivé de ne pas faire confiance à un influenceur ? De ne pas croire ce qu'il disait ?

MANON : Je me fais influencer concrètement. Je m'attends à ce qu'ils disent ce soit vrai et automatiquement je leur fait confiance. Mais parfois non, par exemple je pense à une influenceuse portugaise, qui fait du drama, elle s'appelle Giovanna... je me souviens plus de son nom. C'est une influence qui parle d'histoires polémiques où je lui fais pas confiance.

ME : Est-ce qu'il y a un élément qui fait que tu lui fais pas confiance mis à part le sujet ?

MANON : Non pas vraiment mais je sais pas c'est juste du feeling. Après des personnes comme Amixem ou Squeezie comme c'est de l'humour je le prends pas forcément au sérieux.

ME : Je sais pas si tu te rappelles mais justement Squeezie a fait une vidéo sur les pyramides débunkée par Charlie Danger

MANON : Oui oui. C'est justement comme ça que j'ai connu cette chaîne Les Revues du Monde. Pour le coup j'avais plongé les deux pieds dans le plat. J'y ai cru. Tout ce qui est « vidéo théorie » j'y saute les deux pieds dans le plat. J'ai envie d'y croire.

ME : Est-ce que tu as cherché à vérifier ses propos ? Si oui, comment ?

MANON : Oui oui. Quand les infos me paraissent pas terrible je vais vérifier. Mais bon par exemple Squeezie et sa vidéo des pyramides j'ai pas du tout vérifier. J'avais envie d'y croire.

ME : Qu'est-ce que tu en sais et qu'est-ce que tu en penses de la manière dont ils gagnent de l'argent (placements de produit, responsabilité) ?

MANON : Euh alors les influenceurs gagnent de l'argent grâce aux pubs qui sont dans leurs vidéos et aussi grâce aux sponsors. Après je crois que les vues donnent de l'argent mais je suis pas sûre. Et aussi Patreon mais je l'ai pas trop vu chez les français.

ME : Il y a une époque où beaucoup d'influenceurs étaient sur Tipeee (comme Patreon) mais où les responsables du site ont dit des choses problématiques par rapport à Black Lives Matter je crois qui avait choqué où beaucoup sont partis. Selon la notoriété de l'influenceur l'importance des sponsors vs. argent des abonnés dépend.

MANON : C'est un peu comme ça que ça marche sur Instagram. Et pour Twitch j'ai cru comprendre que ça marchait de la même manière que YouTube ?

ME : Tout est gratuit mais il y a une fonctionnalité d'abonnement payant. Selon la notoriété du streamer Twitch prend une plus grande part aux petits influenceurs.

MANON : Ah oui d'accord. C'est quand même un peu problématique.

ME : Tu penses qu'il y a une responsabilité des influenceurs ?

MANON : Je suis quand même ouverte à ce genre de choses. On peut quand même considérer ça comme un métier. Mais le prendre comme métier à temps plein je suis pas fan. C'est plus un complément. J'aimerais pas à avoir à compter là-dessus car c'est quand même très précaire mais un travail plus classique c'est un peu plus sûr, c'est basé sur des compétences. Certains influenceurs sont plus sérieux que d'autres (contenu de vulgarisation vs. divertissement) et du coup je le considère pas pareil.

Entretien avec Alicia

ME : Est-ce que tu peux me donner le nom de quelques influenceurs que tu suis ?

ALICIA : TheDollBeauty c'est une Youtubeuse qui est sur Instagram. Mastu, Joyca, Sheira Kerienski. En général des filles qui donnent des astuces ou qui racontent des histoires. Horia j'aime bien ses histoires paranormales. Je la suis plus depuis qu'elle fait des histoires, il y a des gens que je suis pour certains contenu et pas pour d'autres, elle je sais que j'aime pas trop ce qu'elle fait en dehors des vidéos préparées que j'aime bien. Elle raconte des histoires de crime ou de disparitions qui ont jamais été résolus, y a pas une ambiance qui fait vraiment peur sinon j'ai vite peur. YannissaXoxo aussi.

ME : Comment tu les as connus ?

ALICIA : Sur YouTube. Dans les suggestions. Mes influenceurs parlent souvent des Youtubeurs.

ME : Est-ce que dans ces noms que tu m'as donnés il y en a que tu préfères particulièrement ?

ALICIA : Yanissaxoxo, Mastu, j'ai pas vraiment de préférés. S'ils publient une vidéo le même jour je vais en premier sur celle de Squeezie parce que je sais que j'ai pas besoin de me concentrer. Parce que je sais à quoi m'attendre aussi les concepts de Squeezie je les connais. J'irai plutôt vers un concept que je connais déjà, et s'il fait un truc nouveau j'irai plutôt cliquer sur un autre, parce que j'attends telle ou telle vidéo, et après j'irai vers Squeezie pour découvrir son nouveau truc.

ME : Si tu devais mettre X dans une catégorie, tu les mettrais dans laquelle ?

ALICIA : Par genre de vidéo, ceux qui font des réactions, ceux qui font des jeux, ceux qui font des astuces beauté. Et par préférence aussi. Yannissa et TheDoll beauty je les classerait dans les « filles » celles qui font des astuces. Sami Ouladitto qui fait des vidéos de réactions avec Squeezie. Aussi récemment je regarde un peu des rediffusions de Twitch. Aminematué et Rebeudeter que je classerai dans les vidéos réactions aussi.

ME : Qu'est-ce qui te plaît chez ces influenceurs, (pourquoi tu les suis) ?

ALICIA : Y en a c'est le fait que je les connaisse depuis longtemps. Par exemple Shera quand je connaissais pas YouTube j'avais peur que le bouton pour s'abonner soit payant et que ma

maman elle m'engueule du coup du coup quand elle m'a dit « tu peux t'abonner » c'était la première à qui je me suis abonnée. Ça me fait un souvenir. C'était y a 6 ans à peu près. En ce moment elle fait plutôt des vlogs, des vidéos tranquilles, je le mets en fond sonore parfois j'aime bien. Comme ça fait longtemps que je suis sur YouTube j'ai l'impression qu'y a plus personne à découvrir du coup quand je découvre quelqu'un j'aime bien le suivre comme ça j'ai plein de vidéo à regarder qu'ils ont fait avant. Yannissa j'aime bien ce qu'elle fait, je me sens un peu comme elle, dans le caractère, elle est casanière. J'aime bien parce qu'ils sont tous différents. J'aime pas trop les influenceurs qui montrent qu'ils ont une vie de ouf parce qu'au final on regarde juste pour se faire baver parce qu'on a pas ça donc j'aime bien les influenceurs tranquilles qui montrent des trucs mais pas forcément des grands voyages, des grandes maisons tout ça. Sur Snap y a CrazyMc, lui au début il faisait des vidéos ou il doublait des dessins animés, j'aimais bien, après je l'ai perdu de vue et là c'est une copine qui m'a dit qu'il était en Thaïlande et j'ai recommencé à le suivre et il parle que d'argent, comment il va récupérer sa paye et tout je vois pas trop l'intérêt. Je dirais que pour la plupart c'est des gens qui ont voulu kiffer mais par exemple quand ils vont faire des grandes activités on dirait qu'ils sont comme nous, ils sont plus clients... Squeeze il va faire des vidéos ou il va mesurer notre peur, on dirait qu'il est comme nous qu'il teste des trucs qu'il connaît pas vraiment. Juste il teste des choses et nous on sait pas qu'elles existent mais je dirais qu'ils sont clients comme nous plus que professionnels

ME : Est-ce que tu es attentif.ve au nombre de likes + d'abonnés

ALICIA : Le nombre de like non pas trop, mais le nombre d'abonnés oui, quand je vais découvrir quelqu'un je regarde le nombre d'abonnés et si y en a moins je me dis qu'elle débute que son montage sera moins bien fait, ses vidéos moins bien écrites, qu'elle parle moins bien...

ME : Est-ce que tu es attentif aux commentaires du contenu que tu regardes ?

ALICIA : Non quand je les regarde c'est pas des commentaires intéressants. Ça sert un peu à rien, les gens disent n'importe quoi, on sait pas s'ils font exprès de pas savoir parler français. Ou alors je peux regarder par exemple quand Horia fait des vidéos « disparitions » et elle demande ce que vous en pensez, si on a des théories. Là je peux aller voir parce que ça donne un autre regard sur la vidéo mais sinon non.

ME : Est-ce que tu suis les influenceurs que tu apprécies (ou parler d'un cas précis) sur plusieurs plateformes ? Pourquoi ?

ALICIA : Je les suis sur Tiktok, Instagram beaucoup et Snap un peu moins, j'ai l'impression qu'y a des influenceurs de Snapchat comme Poupette ou CrazyMc, mais sinon j'utilise pas snap pour suivre des influenceurs parce que de toute façon ils font la même chose sur Instagram et puis c'est plus public sur Instagram. On a pas beaucoup d'informations sur snap alors que sur Insta ils peuvent mettre des stories, des posts, plein de choses. YouTube Instagram ça se rejoint beaucoup mes influenceurs, et c'est vrai que Tiktok je suis d'autres gens. Y a quelqu'un qui fait Paris-Alger à pied je le suis sur Tiktok il fait des lives et tout, il s'appelle Debra(???). Sur Tiktok je m'abonne aux gens que j'aime bien mais je vais jamais dans les abonnements. C'est bizarre parce que quand t'aimes bien tu t'abonnes mais tu vas jamais voir. Forcément quand on s'abonne ils les mettent dans les pour toi mais la communauté elle est pas très représentative sur Tiktok. Moi si j'allais dans les abonnements j'aurais l'impression d'être dans un petit cercle fermé. Je suis jamais allée dans mes abonnements. Sur Instagram c'est plus dur de rencontrer des nouveaux comptes mais je trouve que c'est pas bien fait alors que dans Tiktok on va dans les pour toi et on découvre tout le temps des gens.

ME : Est-ce que le contenu produit est différent d'une plateforme à l'autre ?

ALICIA : Pour un même influenceur je dirais que non. Pour maximiser leurs vues un Tiktok ils vont le mettre sur insta. Y a ceux qui sont de YouTube et se développent ailleurs et je trouve que le contenu sur YouTube est vraiment différent et ceux qui commencent sur Tiktok et disent « oh je vais ouvrir une chaîne YouTube » et dans ce sens-là je vais pas voir. Je dirais qu'entre YouTube et les autres réseaux ça change. Sur YouTube j'ai besoin qu'ils soient authentiques, que ce soit leur passion alors que s'ils sont sur Tiktok et qu'ils vont sur YouTube je me dis que c'est des opportunistes.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu n'aimes pas ? Est-ce que tu pourrais me dire pourquoi ?

ALICIA : Ceux qui montrent leur fortune, les influenceurs de télé-réalité, Maeva Ghennam, des gens qui veulent buzzer. Booba par exemple dans la musique c'est quelque chose, mais sur les réseaux il fait des clashes avec tout le monde, là il y avait des trucs sur Dubaï que tout le monde en parlait alors « hop » il voulait ramener du monde. Il a dit qu'il voulait plus voir les influenceurs parce que c'était des arnaqueurs. Les gens qui rebondissent dès qu'y a le moindre clash ça m'énerve. Fait ton propre contenu, crée ta propre communauté. C'est pas honnête. Des fois je regarde les influenceurs pour voir s'ils font que des placements de produits dans leurs story je me dis leur vie elle doit être triste. Quand ils présentent un jeu avec un code de réduction là c'est cool, mais les trucs pour acheter des gélules ou des thés pour faire maigrir... Les gens de télé-réalité je les vois sur Insta ou Snap ils passent dans mes suggestions, mais tous font des placements de produits à des périodes, et sur YouTube aussi en vrai, par exemple Nord VPN, je me demande NordVPN s'ils gagnent tant que ça parce qu'ils payent tous les influenceurs, est-ce que c'est rentable ? Mais les VPN ça va, les trucs pour jouer sur les complexes de quelqu'un, ça ça me gêne.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu appréciais avant et que tu as arrêté de suivre ?

ALICIA : Oui, y en a on a pas évolué en même temps, Shera j'avais arrêté de la suivre à un moment. Les gens qui sont beaucoup moins présent sur YouTube, Cyprien par exemple ou Norman. Avant les deux je les kiffais. Après des Youtubeuses qui faisaient de la beauté avant je les suis plus trop, EnjoyPhoenix, Horia en dehors des threads horreurs... j'ai l'impression qu'ils se reposent sur ce qu'ils savent faire, ils arrêtent de faire autant de vidéos, ils arrêtent de travailler autant, ils font une vidéo par mois avec un concept pas ouf, ils se laissent aller alors je me dis que je vais m'en aller. Ou alors des gens qui ont évolué trop vite par rapport à moi. Quand j'étais au collège et qu'ils commençaient à avoir des enfants, ça m'intéresse pas.

ME : Est-ce que ça t'arrive de quand même regarder le contenu des influenceurs que tu n'apprécies pas ? Pourquoi ?

ALICIA : Ouais. Sur Snap je tombe sur Sarah Fraisou et je me demande ce qu'elle devient. J'y vais pour voir où elle en est dans sa vie, je sais même pas pourquoi je fais ça. Des fois y a des gens sur YouTube je vais regarder leurs vidéos alors que je sais que j'aime pas.

ME : Est-ce que ça t'arrive de regarder un influenceur avec tes amis ou est-ce que tu partages les publications de cet influenceur à tes amis ?

ALICIA : Non, la plupart du temps je regarde toute seule. Après parfois avec mon petit frère quand on est en train de manger. Avec mes amis on a des abonnements en commun et dans les discussions on en parle, mais sinon je regarde pas avec eux. Avec mes amis proches on a un groupe et parfois y a quelqu'un qui dit « oh la dernière vidéo d'Amine » et on va voir. Mais souvent c'est pour les trucs choquants, CrazyMC des fois il dit un truc chelou sur les femmes et ma pote me dit « va voir ce qu'il a dit, va voir ses stories ». Je regarde, je l'aime pas forcément.

Alors des fois il donne des infos intéressantes, mais souvent il parle de sa maison etc. Après c'est soit choquant soit vraiment bien.

ME : Vous en dites quoi ? Vous parlez de quoi ?

ALICIA : C'est pour débriefer, par exemple là Amine il a réagi à 90daysX, c'est un américain ou une américaine qui a parlé à quelqu'un dans un autre pays et ils ont 90 jours pour se fiancer et ça donne des situations bizarres où on sait pas s'il y en a qui veulent juste aller aux états unis. Quand on s'est vu on en a parlé, sinon quand on regarde tout seul on passe à autre chose. Après on en parle genre « lui je crush sur lui je l'aime trop, ralala il a une meuf ». C'est une façon bizarre de s'attacher à eux.

ME : Est-ce que tu penses que les influenceurs ont une influence sur ton groupe d'amis ?

ALICIA : C'est positif, comme ça on peut avoir des connexions en plus dans les discussions. Parfois on sait pas trop de quoi parler on va parler de ça, ça fait un lien. Je trouve que c'est bizarre la séparation entre les réseaux et la vraie vie, on est quand même pareil. Je me considère pas dans les communautés, Horia elle parle souvent de communauté, mais j'ai l'impression qu'elle parle des autres et pas de moi, alors que je suis abonnée et tout. Moi je les suis mais de loin, Amine par exemple il va dire « est-ce que c'était bien le Stream hier soir ? » j'ai une amie elle va dire « oui trop bien continue » quand on lui dit va voir cette story elle va pas dans les recherches mais dans ses DM. Alors que moi je commente jamais j'ai l'impression que c'est quelqu'un derrière un écran, je peux pas communiquer avec lui, j'ai pas l'impression d'être dans la même communauté. Une fois je m'en rappelle j'ai laissé un commentaire sur YouTube parce qu'il avait dit qu'il lisait et aimer tous les commentaires, donc j'avais mis un truc nul genre « bonne vidéo » et il a aimé, mais c'était pas pour communiquer c'était juste pour voir s'il allait aimer. Mais ça doit être chiant, des gens que tu connais pas qui vont tous dire la même chose, sauf quand ça apporte à la vidéo comme « oui donnez vos théories » mais sinon « écrivez patate si vous êtes toujours là » voilà... c'est pour le référencement, c'est une relation bizarre parce qu'on est un peu les clients et on travaille un peu avec eux, on peut les aider à être référencés, on a un peu les deux rôles.

ME : Est-ce que l'avis des autres sur un influenceur t'a déjà fait changer d'avis sur lui ?

ALICIA : Non pas vraiment. Pas sur les influenceurs mais par exemple, j'avais dit que j'écoutais Booba et on m'avait dit qu'il était nul et j'ai arrêté d'écouter mais c'était en 6eme. Au collège oui, mais là non. J'ai appris à découvrir. Quand on est nouveaux on est plus sensible, mais maintenant que je connais j'ai mon propre avis.

ME : Est-ce que tu te sens proche des influenceurs que tu regardes ?

ALICIA : Non parce qu'en vrai ça reste du business. Oui tu réponds à tes commentaires pour être référencé, oui tu réponds à tes DM pour développer ta communauté. En règle générale non. Par exemple un même influenceur il peut sur YouTube faire son business mais à un moment il peut créer de la proximité, en partageant des trucs plus intimes. Et puis bon s'ils voient des gens pour des meetings où ça, j'imagine que la première personne ça va, mais la 100eme ça doit être chiant. Ils disent de continuer à leur dire bonjour et tout, mais Squeezie par exemple il t'a jamais vu, au bout d'un moment je pense que c'est chiant.

ME : Est-ce que tu penses que les influenceurs font en sorte de développer des liens affectifs avec leur public ? Si oui, pourquoi ?

ALICIA : Je trouve ça bizarre je suis pas du tout dans créer du lien avec les influenceurs. Mais par exemple les comptes fans je trouve ça bizarre parce que comment tu peux suivre la vie de

quelqu'un qui te connais pas. En fait c'est très inégalitaire, y en a qui peuvent faire toute la France pour le voir alors que lui sait pas qui c'est.

ME : Est-ce que tu l'aimes bien ? Est-ce que tu as un attachement ?

ALICIA : Je dirais pas que je suis attachée, mais des fois je me reconnais et ça me fait plaisir de voir des gens qui sont comme moi, ça fait toujours du bien de voir des gens qui te représentent autre que dans la télé en plus on a l'impression que YouTube c'est plus authentique parce qu'à la base c'est fait pas les Youtubeurs eux même. C'est le fait que ce soit plus direct c'est qu'une personne qu'y a entre nous alors qu'à la télé c'est toute une production.

ME : Est-ce que pour toi ils ont l'air sincère ? Est-ce qu'il y a des éléments qui te font dire qu'ils sont sincères ou pas ?

ALICIA : En règle générale je pense pas qu'ils soient sincère parce qu'ils réfléchissent à leur vidéo mais par exemple récemment y a une Youtubeuse qui avait fait un placement de produit pour une application de psychologue et elle avait dit qu'elle l'avait utilisé parce qu'elle avait perdu sa mamie mais c'est vrai que faire ça avec le placement de produit c'était un peu bizarre, après elle est passé sur TPMP et elle a dit qu'il fallait pas le prendre comme ça moi ça m'a vraiment aidé. Moi je l'ai trouvé sincère, mais je pense en règle générale ils le sont pas, ils réfléchissent à maximiser, mais y a des moments où ils sont sincères je pense.

ME : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé d'être déçu par un influenceur, par ses propos ou son comportement ? Pourquoi ?

ALICIA : Oui, CrazyMC, quand j'ai recommencé à le suivre, il avait critiqué les femmes, un truc déplacé, et même s'il dit qu'il est honnête, bah non là c'est choquant donc c'est décevant. Des fois je suis déçue mais c'est parce qu'ils font leur vie. Les gens qu'on suit on va se faire une image d'eux. Par exemple moi je veux pas de tatouage parce que c'est contre mes convictions et une fois Shera elle avait fait une vidéo où elle disait qu'elle c'était fait un tatouage et moi j'étais genre « aah nooon » parce que je m'identifiais vraiment à elle et là y avait une cassure. Après elle en avait fait un deuxième et c'est là que j'avais un peu arrêter de la suivre, mais j'étais pas déçue d'elle. Quand on idéalise quelqu'un il est forcément pas comme ça. Là c'était personnel parce que je m'identifiais à elle, mais là c'était personnellement pas comme CrazyMC. On s'en rend compte encore plus avec les acteurs, on va suivre un acteur dans un film qui va avoir un style rock ou être un bad boy et le jour où il est avec un chapeau de paille que c'est pas le même style on se rend compte qu'il se faisait une teinture ou quoi bah ça nous intéresse plus.

ME : Est-ce que ça t'est déjà arrivé de ne pas faire confiance à un influenceur ? De ne pas croire ce qu'il disait ?

ALICIA : Oui en règle générale, on sait pas comment ils ont été éduqués, il est pas là pour être sincère. C'est quelqu'un de différent de moi donc s'il a pas été éduqué comme moi, s'il a pas les mêmes valeurs... En règle générale je fais confiance au contenu. Sur les conseils c'est plus facile à dire. Elle va dire par exemple, faites des boucles méga serrées, j'adapte un peu. Après oui c'est un peu son avis. Y a des gens qui vont se faire arnaquer ils vont s'en prendre à un Youtubeur, par exemple ils vont commander une montre et elle va être cassée et ils critiquent les Youtubeurs, alors que moi je m'en prendrais qu'à moi-même, ça me choque pas qu'ils fassent ça, si on leur propose 100 milles euros pour une montre je comprends qu'ils disent oui. Moi je zappe ça, j'achète rien.

Entretien avec Thomas

ME : Est-ce que tu peux me donner le nom de quelques influenceurs que tu suis ?

THOMAS : Principalement du coup des Youtubeurs, bon là j'ai commencé Tiktok il y a quatre ou cinq mois donc quelques Tiktokeurs, bon après aussi je suis sur Instagram aussi mais je crois que parmi les influenceurs que je suis, il n'y en a aucun qui a démarré sur Instagram, qui été influenceur sur Instagram de base. Ils sont soit Youtubeur soit Tiktokeur. Sur YouTube, il y a Dooms, Sora par exemple, il y a Didi Chandoudoui, après sur Tiktok j'ai du mal à retenir les noms, il y a monsieur Pof que j'aime beaucoup, c'est un nom simple que j'arrive à retenir. Il y en a une dont je me suis abonné la semaine dernière, elle apprend des petites infos mais des infos pas utiles ou un peu sale autour de l'hygiène souvent. Elle arrive en courant, elle se filme dans le miroir de la salle de bain puis elle repart, elle est blonde, je crois qu'elle est belge mais je n'ai pas réussi à comprendre si elle vit au Japon ou aux Etats-Unis, donc elle parle souvent les deux des fois, c'est assez vague. C'est vraiment compliqué de retenir les noms sur Tiktok, moi je me base à la photo du profil. Il y en a une c'est Ow.smile je crois, elle fait des vidéos, bon, c'est elle qui joue tous les personnages, soit c'est des vidéos où l'un de ses personnages c'est sa mère qui est odieuse, c'est la mère qui sait vraiment pas élever sa fille, sa fille est plus mature, ou des fois elle fait des vidéos qu'elle appelle lettre donc lettre à ton ex ou des fois c'est juste lettre à la motivation, c'est des trucs très flous. Pour moi c'est plus les vidéos avec sa mère qui me font rire. Ah si, aussi il y a des vidéos où elle nous apprend des trucs en moins de 15 secondes, des fois c'est des lois stupides.

ME : Comment tu les as connus ?

THOMAS : Pour ceux de Tiktok c'est simple, c'est que des gens que j'ai vu sur YouTube, sur les trucs shorts. Et pour les Youtubeurs, pour Chan Douidou c'est un ancien ami du groupe quand on était en 3ème qui m'avait fait découvrir ça. Pour Dooms, je cherchais des vidéos d'horreurs, ce qui n'était pas une bonne idée, et j'étais tombé sur sa chaîne. Donc elle faisait des vidéos d'horreur, de gaming, tout ça, c'est une fille. Et comme elle a fait une vidéo avec Sora, après je suis allée voir ce qu'il faisait et j'ai vu que ça me plaisait aussi. Mais il y en a c'est comme ça, je suis tombé sur un par hasard qu'un ami m'a fait découvrir et il y a un autre Youtubeur qui apparaît dans la vidéo donc je vais voir et ça fait que ça s'agrandit.

ME : Est-ce que dans ces noms que tu m'as donnés il y en a que tu préfères particulièrement ? Pourquoi ?

THOMAS : Didi parce que j'aime beaucoup son contenu, il fait des vidéos théories, ça peut être sur tout. Même s'il y en a qui disent que les théories ça ne sert à rien, que ce n'est pas confirmé, moi j'aime bien parce quand il fait une théorie genre sur des films Marvel ou sur Harry Potter, comme ça replonge dans l'univers alors qu'il n'y a plus de films Harry Potter, pour le moment, et du coup ça fait replonger dans l'univers en apprenant des nouvelles choses et en plus de ça des fois il fait des théories sur des choses plus réelles, il a fait une théorie sur Jésus, sur la mort, sur les Ovnis, fin des trucs qui ne sont pas des univers fictifs comme Harry Potter, Zelda, tout ça, et donc ça reste des théories mais c'est un peu de tout donc j'aime bien. C'est l'un de mes préférés peut-être.

ME : Si tu devais mettre X dans une catégorie, tu les mettrais dans laquelle ?

THOMAS : Bon du coup Didi, je le mettrai dans la catégorie théorie, bon je ne connais pas tous les Youtubeurs Théories mais pour moi il est numéro un. Ensuite Dooms et u je les mettrai plutôt dans la catégorie Gaming même si depuis quelques temps ils en font moins, même s'ils

en font encore, puis c'est ça qui les a lancés donc je les mettrai dans la catégorie Gaming. Pour les Tiktokeurs, ça serait dans la catégorie humour, même si Dooms et Sora sont drôles, les autres c'est vraiment que de l'humour.

ME : Est-ce qu'il s'y connaît dans [son domaine]/sur ces sujets-là ? (Est-ce qu'il est fiable ?)

THOMAS : Alors Didi, j'ai pas vu toutes ces vidéos, il en a fait pleins, et quand il fait une vidéo sur un sujet, par exemple Harry Potter, il a vu les films Harry Potter, et quand il trouve les théories sur Internet, il va essayer de trouver des arguments qui contrent cette théorie par des gens, de trouver d'autres sites qui proposent la même théorie. Bon là j'ai pris l'exemple d'Harry Potter, mais je sais qu'il a lu la Bible et le Coran pour faire sa vidéo sur les théories sur Jesus et je crois qu'il a fait une vidéo sur des théories sur l'Islam. Mais du coup il avait lu la Bible et le Coran pour avoir au moins des connaissances de bases, et après c'est que des théories que lui trouve, je crois qu'il n'en invente pas. Et après il redécoupe ce qui est possible, ce qui est vraiment improbable parce que c'est du n'importe quoi. Donc lui, de l'impression que j'ai, il s'y connaît. Dooms et Sora, quand ils font les vidéos gaming oui, après comme ils font des vidéos réactions à des tutos, tout ça, bon c'est juste pour le fun, pour faire rire, donc je ne m'interroge pas plus. Pour les vidéos horreurs de Dooms, moi je les regarde même si des fois j'ai peur et que j'aime pas du tout mais je les regarde quand même parce que j'aime bien la façon dont elle le raconte même si c'est pas son domaine de base, je trouve qu'elle gère quand même, puis de ce que j'ai pu comprendre, dans ses vidéos, elle aime beaucoup beaucoup les films d'horreur donc peut être que ça aide pour l'ambiance un peu glauque des fois. Pour les Tiktokers humours c'est plus compliqué. Il y en a une que je n'ai pas citée parce que je n'arrive pas à retenir son nom, mais elle fait des vidéos sur le lycée ou le collège, elle est prof du coup je me dis que ça aide à avoir du contenu plus réaliste entre guillemets. Dans ses vidéos comme beaucoup de Tiktokeurs c'est elle qui joue ses personnages donc souvent elle a différents profs et donc les profs réagissent autant dans ce Tiktok, à la mode des élèves que ce soit des modes Tiktok, des modes vestimentaires, par rapport à des expressions de jeunes tout ça, elle joue les profs, les élèves, avec les dramas des élèves parce qu'il y a machin qui a quitté l'autre enfin c'est très étendu sur ce qu'il peut se passer au collège et au lycée fin autant du côté des élèves que des profs. Des fois elle exagère des trucs mais pour l'humour mais c'est bien joué donc c'est amusant quand même puis comme elle est prof je me dis que même elle des choses qu'elle exagère c'est amusant puis elle s'y connaît un peu quoi. Puis il y a pleins de vidéos qu'elle a faites on comprend que c'est des trucs qu'elle a vécus, bon soit en tant qu'élève soit en tant que prof, qu'elle a vu des élèves faire ça du coup c'est assez amusant. Elle au début elle faisait des vidéos collège lycée c'est après que j'ai appris qu'elle était prof, pareil il y en a une autre qui fait pareil et j'ai appris plus tard qu'elle était prof, mais il y en a une son nom c'est la prof ou la professeure donc je me dis qu'elle est prof aussi même si je n'ai pas vu ses vidéos mais il y en a pas mal.

ME : Est-ce que tu es attentif.ve au nombre de likes + d'abonnés

THOMAS : Alors ce que j'aime bien faire, mais c'est pour les célébrités de cinéma, j'aime bien voir combien ils ont d'abonné sur Instagram, Twitter j'aime pas trop, je vais voir le nombre d'abonnés qu'ont certains chanteurs ou acteurs que j'aime bien mais sinon après les influenceurs je regarde combien ils en ont au moment où je m'abonne mais sinon ça m'intéresse pas. Sur YouTube je regarde pas nécessairement le nombre de like, je vois le nombre de like quand moi je like la vidéo mais sinon j'y fais pas particulièrement attention.

ME : Est-ce que tu es attentif aux commentaires du contenu que tu regardes ?

THOMAS : Alors ça dépend, quand c'est des vidéos françaises ça m'arrive. Principalement sur les vidéos humours ou théories, quand les gens proposent leur théorie ou trouve un argument

pour la contrer on va dire, ou les vidéos humours des fois il y a des réactions amusantes ou des trucs comme ça, mais après sur Tiktok pas trop, il y a des abonnements ou il y a beaucoup de vidéos où c'est juste de la musique ou des trucs étrangers et les commentaires du coup beh... Je suis abonnée à une japonaise elle joue du tambour, moi j'aime bien je suis pas un fan de tambour mais sur cette vidéo elle fait son challenge où elle doit jouer de plus en plus vite donc moi ça me fait kiffer et la moitié des commentaires sont anglais et les autres japonais du coup je déchiffre pas mais ouais pour les commentaires on va dire que ça dépend les fois.

ME : Est-ce que pour certaines vidéos de certaines personnes tu regardes toujours les commentaires ?

THOMAS : Non ouais ça dépend de manière générale enfin par exemple si telle vidéo m'a fait beaucoup rire je vais peut-être regarder, si j'ai le temps, les commentaires mais même si c'est l'un de mes Youtubeurs préférés mais que la vidéo ne m'a pas plu plus que ça, je ne vais pas forcément regarder les commentaires. Ça dépend vraiment de mon humeur.

ME : Est-ce que tu suis les influenceurs que tu apprécies (ou parler d'un cas précis) sur plusieurs plateformes ? Pourquoi ?

THOMAS : Alors peut-être pas tous mais la majorité ouais je les suis sur Instagram euh les Tiktokeurs je les suis aussi sur Instagram et certains même sur YouTube et il y en avait un que je suivais sur Twitch en plus. J'avais installé Twitch juste pour lui et je l'ai aussi suivi sur Instagram. C'est pas un influenceur, c'est compliqué, c'est un chanteur mais pas celui qui passe à la radio ou à la télé, c'est celui qui passe juste sur YouTube il fait de la chanson, il avait fait un compte Twitch gaming donc c'était intéressant j'étais allé voir et je le suis aussi sur Instagram, il s'appelle Blams. Maintenant il fait que de la chanson.

ME : Est-ce que le contenu produit est différent d'une plateforme à l'autre ?

THOMAS : Alors j'allais dire oui mais c'est plus compliqué, pareil il y avait un Youtubeur que je suivais quand il était sur YouTube, il a arrêté YouTube et en m'abonnant à son compte Instagram je me suis aperçu qu'à côté il faisait autre chose et puis sur Instagram j'ai plus de nouvelles parce que je l'aimais bien et qu'il a arrêté YouTube mais pour les Tiktokeurs actifs qui sont aussi sur YouTube et sur Instagram, c'est différent dans le sens où les vidéos sur Tiktok elles sont travaillées souvent alors que sur Instagram quand ils font une photo ils vont faire l'effort de sortir les plus beaux habits, ils vont prendre la pose et tout alors que quand ils font une story c'est des fois juste pour raconter leur vie ou une anecdote du coup même si c'est la même personne avec les mêmes façons de parler ou le même humour, le contenu est différent, par exemple sur Tiktok ça va être plus travailler car il va faire une danse ou il y aura de la musique tout ça et je sais pas sur Instagram c'est plus spontané, plus naturel, je sais pas comment dire. Il y en avait un je regardais sa story sur Instagram un matin il sortait du lit, il se réveillait il était encore dans le lit alors que dans ses vidéos Tiktok il fait pas ça, j'ai arrêté les Tiktokeurs sur Instagram, je fais une pause, je regarde plus trop leur story.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu n'aimes pas ? Est-ce que tu pourrais me dire pourquoi ?

THOMAS : Il y en a qui ne m'intéressent pas oui, il y a Ruby Nikara, je crois qu'elle avait fait une télé réalité du genre Les Anges, Les Marseillais ou un truc comme ça, euh elle j'aime pas, je la trouve hautaine, je n'ai rien contre elle personnellement, c'est peut-être juste un personnage qu'elle joue mais en tout cas si c'est un personnage j'aime pas le personnage qu'elle joue et j'ai rien contre elle, mais je l'aime pas et c'est peut être un cliché des personnages de télé réalité mais je la trouve un peu bête on va dire, sans vouloir être trop méchant et tout, après celui qui avait fait la polémique parce qu'il avait twerké dans une église, Benjamin quelque chose, lui

c'est compliqué parce que j'ai vu quelques-uns de ses Tiktoks je l'aime pas mais les polémiques à part, j'ai vu d'autres vidéos, c'est pas que je le déteste ou je le menace de mort ou quoi mais je n'aime pas son contenu de base, même sans parler des polémiques dans lesquelles il est, j'ai pas accroché. Bon après c'est sûr qu'avec les trucs dans les églises, je ne suis ni catholique ni croyant donc je pourrais dire que je m'en fou mais je sais pas ça m'a dérangé. On m'a toujours dit, comme dans les hôpitaux, dans les églises il ne faut pas faire de bruit, il faut pas se faire remarquer donc c'est peut-être par rapport à ça que ça m'a fait bizarre mais bon après déjà sans ça j'appréciais pas trop ce qu'il faisait. C'est peut-être les deux seuls que je n'aime pas.

ME : Par rapport à celui qui a fait ça dans l'église, pourquoi tu penses qu'il a fait ça ?

THOMAS : Je sais pas, il a peut-être fait une vidéo où il l'a expliqué mais je sais pas, juste pour le show, pour le buzz peut-être, je sais pas je ne le connais pas du tout je ne connais pas ses intentions. Soit c'était pour se faire remarquer soit pour faire passer un message mais le message m'a échappé je pense.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu appréciais avant et que tu as arrêté de suivre ?

THOMAS : Pour Dooms et Sora c'est compliqué parce que quand je les ai suivi c'était Dooms pour les vidéos d'horreur et Sora pour les vidéos de Gaming et là ils ont élargi leur trucs, ils en font beaucoup moins. Je les suis sur Instagram et j'aime beaucoup ce qu'ils font mais du coup maintenant je suis un peu indifférent quand je vois une vidéo de Dooms ou Sora ça ne me fait ni chaud ni froid je vais pas aller cliquer. Alors que je sais qu'avant j'étais là oh la vidéo de Sora et boum je cliquais. Là aujourd'hui je suis indifférent, mais passer de ça à oh purée ce YouTuber je ne peux plus le voir... ça je crois pas... ah peut-être un Tiktokeur qu'on suivait tous les deux auquel on est toujours abonné mais on est saoulé on disait qu'il faisait toujours la même chose, toujours le même contenu, toujours il jouait de la même façon, j'arrive plus à me souvenir de son nom ni de sa tête ou de ce qu'il faisait, je me souviens en avoir parlé mais oui il y a un Tiktokeur que je ne peux plus me voir donc je l'ai retiré de mes abonnements parce qu'il faisait toujours la même chose. Je crois son nom de famille c'est Ambroise ou Ambroisie, c'est une fille elle est brune et au début j'adorais ses vidéos je trouvais ça super original par rapport aux autres Tiktokeurs et je me disais purée c'est super cool ce qu'elle fait et en plus c'est assez bien travaillé puis au bout d'un moment je vois elle faisait toujours la même chose donc je m'en suis un peu lachée mais maintenant si je tombe sur une de ses vidéos je passe à la vidéo suivante directe parce que ça m'énerve un peu. En fait c'est plutôt son contenu qui me saoule qu'elle-même. Je crois qu'elle s'appelle peut-être Carole mais je suis pas sûr du tout. Si ça se trouve elle s'appelle pas du tout Carole.

ME : Est-ce que c'est le contenu de cet influenceur qui a changé ou ce sont tes goûts/ centres d'intérêts qui ont changé ?

THOMAS : Peut-être un peu des deux mais moi j'ai changé de goûts depuis que j'ai commencé à aller sur YouTube et Instagram j'étais en troisième du coup depuis la troisième j'ai un peu changé, les choses qui me faisaient rire en troisième vont pas toujours me faire rire aujourd'hui puis j'ai pas toujours les mêmes centres d'intérêts, heureusement, et je me suis désabonné de certains ou que j'ai arrêté de regarder. C'est Kevin Tran sur YouTube, j'aimais beaucoup les vidéos qu'il faisait, peut être que ses vidéos actuelles elles sont aussi très drôles mais du coup il s'est mis à faire ses vidéos en anglais fin moi je fais anglais depuis la primaire mais je suis une bille en anglais, j'ai que les bases, mais du coup j'aimais beaucoup ce qu'il faisait mais les vidéos en anglais ça m'intéresse pas du tout du coup comme le contenu et la langue ont changé je m'y suis un peu désintéressé. C'est plus le changement de contenu des influenceurs même si il y a des changements de mon côté je pense que c'est plus ça que mes changements à moi.

ME : Est-ce que ça t'arrive de quand même regarder le contenu des influenceurs que tu n'apprécies pas ? Pourquoi ?

THOMAS : Pas vraiment, pas son contenu à lui mais le contenu d'une autre personne par rapport à lui, par exemple s'il y a un procès ou une polémique s'il y a telle ou telle personne qui va l'expliquer, même si j'aime pas la personne du coup ça va m'intéresser. Si c'est une personne comme Ruby Nikara par exemple, je vais pas regarder ses vidéos mais quand il y a eu des polémiques sur elle je suis allé voir les vidéos sur elle pour comprendre et pour être au courant.

ME : Tu ne vas pas aller voir des vidéos d'une personne que tu n'apprécies pas ?

THOMAS : Non. Enfin, c'est une actrice que j'aime pas trop, donc c'est pas forcément pareil mais hier je suis allé voir sa page Instagram mais juste par curiosité, c'est Amber Heard, avec toute la polémique je suis allé voir la page de Johnny Depp puis je suis allé voir sa page Instagram à elle pour voir si elle partage régulièrement enfin juste par curiosité mais je me suis aperçu que c'est très amusant que tous ses commentaires ont été restreints et il y a des vidéos où elle a supprimé tous les commentaires, donc la pauvre, enfin la pauvre, je l'aime pas, mais elle a dû recevoir des menaces et ça doit pas être cool de recevoir des menaces mais juste par curiosité je suis allé voir à quoi ressemblait sa page Instagram mais c'est juste l'exception sinon les autres j'y vais pas.

ME : Est-ce que ça t'arrive de regarder un influenceur avec d'autres personnes ?

THOMAS : Beh qu'avec mon frère parce qu'en troisième je regardais avec des amis, très peu dans la cour, ou en voyage à Londres on avait passé 2 ou 3 soirées à regarder des vidéos pendant au moins deux heures mais sinon avec mon frère, mes deux frères et c'est tout.

ME : Est-ce de manière générale tu parles de X avec tes amis ?

THOMAS : Oui oui on en parle, des fois je lui dis ah il a sorti une nouvelle vidéo, lui me dit il a posté cette photo sur son compte Insta fin ce genre de chose, ou des fois on débat par exemple si c'est, bon pour Didi, s'il a fait des vidéos sur une théorie de quelque chose qui nous intéresse tous les deux, des fois avec mon frère on débat, oh cette théorie je l'aime bien parce que ça ou oh cette théorie c'est pas possible fin ouais on en parle beaucoup.

ME : Vous en dites quoi ? Vous parlez de quoi ?

THOMAS : C'est plus souvent du contenu que ce soit théorie, oh tiens machin il a fait une nouvelle vidéo humour et ah moi aussi j'ai rigolé, moi aussi machin mais pour la personne elle-même, pas forcément enfin c'est plus moi qui me le dit parce que moi j'ai plus tendance à, c'est bizarre, mais à m'intéresser à la vie privée des gens, par exemple tout bête mais quand je cherche un acteur pour voir sa filmographie sur Wikipédia, je passe toujours dans sa case vie privée pour voir bon il a combien d'enfant, il a été marié à combien de femme, oh non elle c'était sa femme je suis choqué, et donc je m'intéresse à la vie privée des gens, c'est horrible.

ME : Est-ce que tu penses que les influenceurs/leur contenu ont un impact rassembleur sur ton groupe d'amis ?

THOMAS : Je pense pas... Peut-être... Non euh c'est juste qu'on parle plus, mais avant qu'on parle des Youtubeurs, des Tiktokeurs ou de leur contenu, on faisait pareil pour les films, dès qu'on voyait un film on en débattait ou à propos de l'actu people, de telle ou telle célébrité on en débattait, ou d'un livre ou d'un manga ou de la BD qu'on lit... bah là ça a pas changé c'est juste pareil mais c'est plus étendu, maintenant au lieu que ce soit avec les BD, les films et les séries, on parle aussi des Tiktokeurs.

ME : Est-ce que l'avis des autres sur un influenceur t'a déjà fait changer d'avis sur lui ?

THOMAS : Faire voir une autre perspective, oui parce que par exemple sur tel ou tel sujet on va me dire ça s'est les vrais faits, elle a fait ça pour ça, j'ai pas d'exemple précis mais je sais que par rapport à Dooms par exemple j'avais débattu avec une amie qui elle avant suivait Dooms, elle adorait et elle s'est arrêtée parce que ça l'a saoulé. Moi à ce moment-là je continu encore, bon, aujourd'hui, je lui donnerai raison, mais ça me permettait d'avoir vu par exemple telle ou telle polémique, pas par rapport à Dooms mais des polémiques sur des sujets d'actu sur un autre angle mais me faire changer d'avis par rapport à un Youtubeur, ou un influenceur en général non, j'ai pas ça en tête.

ME : Est-ce que tu te sens proche des influenceurs que tu regardes ?

THOMAS : Moi personnellement non, mais je sais que oui il y en a, et ça je le vois dans bien dans les commentaires, y en a qui se sentent proche des Tiktokeurs, fin plus avec les Tiktokeurs parce que le fait que les Tiktokeurs qui postent 6 ou 7 Tiktok par jours, qui font une story dès qu'ils se réveillent, au repas, une story quand ils vont se coucher, l y a des gens je sais qu'ils se sentent plus proche mais je sais pas moi il y a toujours cet espace, grâce à l'écran qui fait que même si je l'aime bien je me sens pas particulièrement proche on va dire. Peut-être avant ouais quand j'étais en troisième ou en seconde mais je sais qu'aujourd'hui par exemple si cet influenceur wahou tout le monde l'adore parce qu'il est drôle, parce qu'il sourit ou belle hein peu importe, je sais qu'il y a tout ça mais de mon côté fin c'est pas pour ça que je pourrai m'identifier ou que je pourrai l'aimer parce que je sais que c'est peut être juste un jeu ou que tout ce qu'il fait c'est derrière un écran mais je suis la personne mais je me dis toujours au fond de moi que c'est peut-être qu'elle est pas vraiment elle-même derrière son écran quand elle fait sa vidéo Tiktok ou sa story Instagram, elle est peut-être pas vraiment 100% naturelle du coup moi quand je dis ça je me sens, je sais pas comment dire, mais je me sens plus détachée de la personne, on va dire.

ME : Est-ce que tu penses que les influenceurs font en sorte de développer des liens affectifs avec leur public ? Si oui, pourquoi ?

THOMAS : Alors, pas facile... je pense qu'ils essayent d'avoir une certaine proximité avec les gens qui les suivent sur les réseaux et tout ça, mais euh... ils vont faire des FAQ, tout ça, peut-être pour prouver qu'ils sont reconnaissant envers leurs abonnés, ce genre de chose. Mais finalement je les entends plus souvent parler répondre à des messages de critiques ou de personnes qui ne les aiment pas ou qui les insultent ou qui les critiquent ou quoi que ce soit, ils réagissent moins j'ai l'impression aux messages de soutien des abonnés qu'aux messages plus néfastes.

ME : Pourquoi ?

THOMAS : Euh, je sais pas... Je sais qu'ils le font. Fin là par exemple j'ai l'exemple de Mael Plate, j'ai vu plusieurs fois des Tiktoks où il réagissait à des commentaires où les gens critiquaient dans ses vidéos et j'aime beaucoup ce Tiktokeurs mais il y a des fois où fin c'était pas une colère mais où sa façon de répondre à la personne je trouvais ça très exagéré dans le sens où la personne elle s'est pas mal exprimée, elle a pas été insolente, elle a juste donné son avis, c'est pas méchant, fin ni dans la façon ni dans le propos il y avait même pas de sous-entendus méchant mais lui il l'a pris de telle façon et du coup il a répondu de façon virulente entre grands guillemets à la personne alors que pour moi c'était pas forcément justifié et que il a fait d'autres Tiktoks où il a fait des messages d'amour entre guillemets où il dit qu'il est redevable envers ses abonnés et ce que je comprends et que vraiment il leur est super reconnaissant quand il a atteint les 700 000 abonnés, il a eu 100 000, 1 million, etc. mais

finalement il réagit pas tant que ça aux mots après c'est sûr que quand ils ont une certaine notoriété ils peuvent pas répondre à tous les commentaires mais j'ai l'impression qu'il s'intéresse moins aux commentaires normaux ou bienveillants qu'aux commentaires néfastes... peut-être que pour le commentaire néfaste il ne se développe et que d'autres personnes disent ouais c'est ça c'est ça, ils font ça, ils réagissent direct aux commentaires néfastes pour éviter que ça se propage et que finalement ils se retrouvent avec une foule de personne qui les détestent sans raison particulière et qu'ils essayent d'effacer le problème avant qu'il s'envenime. Probablement pour gérer l'image mais sans forcément parler d'image, pour lui, pour qu'il se sente mieux, comme par exemple pour Amber Heard, même si moi je suis team Johnny Depp, personnellement j'ai pas vu tout le procès mais je la trouve pas très convaincante et même sans prendre parti, même si je l'aime pas ou quoi que ce soit, les menaces de morts, ou les menaces d'être tapée ou boycottés, tout, je trouve ça se fait pas, mais même si elle a fait un truc horrible, ou même si elle a battu son mari, quoiqu'elle ait fait je trouve qu'elle mérite pas ça, fin c'est mon avis et c'est une polémique. C'est une histoire, de mon point de vue, privée entre un ex-mari et une ex-femme du coup que les gens prennent parti ça m'énerve parce que même s'ils font fan de l'acteur fin de l'actrice, en soit c'est pas leur histoire. Pour les Tiktokeurs, ou les influenceurs on va dire, c'est pareil s'il y a une polémique sur l'influenceur, tu peux donner ton avis sur l'influenceur ou sur la polémique mais il y a pas à menacer la personne ou quand il y a des messages néfastes, il y a des fans qui ont répondu super méchamment, des fois c'est j'aime pas ton contenu, c'est pas dit méchamment, mais le pauvre type il se fait incendier dans les commentaires alors qu'il a juste donné son avis... il y avait 0 méchanceté ni rien. Ouais je pense que s'ils réagissent plus aux messages néfastes que les autres c'est peut-être pour une image ou peut-être eux pour se protéger, parce qu'à mon avis être détesté par une communauté ou par un grand nombre ça ne doit vraiment pas être cool donc peut-être qu'ils font ça pas pour se faire aimer mais pour éviter de se retrouver détesté et au fond du trou après quoi. Et bon il y a peut-être aussi du coup à côté, il ou elle veut avoir une bonne image et continuer à faire rêver les gens ou continuer à faire du contenu qui sera regardé peut-être. Après c'est délicat parce qu'une personne va dire une certaine chose et soit ça va être mal compris parce que la personne s'est mal exprimée soit ça va être mal interprété soit c'est la personne qui a été maladroite parce qu'elle a laissé un commentaire c'était pas méchant mais c'était un commentaire qui était pas utile ou des fois c'est un commentaire qui est méchant et la personne n'avait pas nécessairement à dire ça, beh pour le fameux Mael Plate, il s'est fait tatouer un prénom et en fait sa petite amie s'appelle comme sa sœur et donc il voulait se faire tatouer le nom de sa sœur parce qu'il a une super relation avec sa sœur, ils s'entendent super bien, et en se faisant tatouer le nom de sa sœur, les gens pensaient que c'était le nom de sa petit-amie et du coup dans les commentaires ils disaient t'aurai pas dû faire ça, c'est l'une de tes pires erreurs, tu risques de regretter un jour et là j'étais mitigé parce que d'un côté c'est vrai entre guillemets beh de l'autre ça les regarde pas vraiment et lui et sa petite amie ont répondu de façon virulente en mode en disant mais faut se calmer les gars ça vous regarde pas, je fais ce que je veux tout ça tout ça. Je comprends un peu tous les points de vue, je comprends les influenceurs, les communautés mais euh je ne saurai pas où me placer. Heureusement qu'on n'est pas obligé de prendre position sinon ça serait compliqué je pense.

ME : Est-ce que tu l'aimes bien ? Est-ce que tu as un attachement ?

THOMAS : Non, beh du coup comme je l'ai dit un peu tout à l'heure, même si les influenceurs essayent d'être proche de leur communauté ou quoi que ce soit, moi j'arrive toujours à faire en sorte qu'il n'y ai pas de proximité, même si c'est pas le mot, je ne sais pas comment l'expliquer, j'essaye toujours de faire en sorte de prendre du recul... Bon je vais faire simple, je pense que non il n'y a pas particulièrement d'attachement parce que du coup dans ma tête je me dis toujours que dans la vraie vie la personne n'est pas entièrement comme ça, fin même sans être

entièrement faux sur internet, je pense pas que tous les influenceurs soient à 100% les mêmes dans la vraie vie et sur les réseaux sociaux, je pense qu'il y a toujours une part de soi-même qu'on montre pas sur les réseaux sociaux, en tout cas pour les influenceurs. Du coup, par rapport à eux, non... Mais par rapport à leur contenu c'est vrai que j'ai toujours, fin surtout pour les contenus humours j'ai toujours un peu hâte de la prochaine vidéo ou du prochain poste parce que c'est drôle mais c'est juste que j'ai hâte mais si la vidéo en question a du retard je ne serai pas non plus déçu ou quoi que ce soit.

ME : Est-ce que pour toi il/elle a l'air sincère ? Est-ce qu'il y a des éléments qui te font dire qu'il/elle est sincère ou pas ?

THOMAS : Je pense euh... non je sais pas... Euh c'est délicat parce qu'en fait, même si tel ou tel influenceur nous dit qu'il a fait ça ou ça pour le fun ou qu'à la base il voulait pas être influenceur il voulait juste faire des sketches sur YouTube on peut pas non plus être sûr à 100% que dès le début il voulait juste faire le buzz et être connu. Les influenceurs, en général, ne sont pas devenus influenceurs parce qu'ils se sont dit je veux être influenceur, pour être connu machin... Mais après la raison euh je trouve ça flou... Je dirai les influenceurs qui sortent de la télé réalité sans vouloir faire de cliché, ils veulent juste faire le buzz et être connu, fin en tout cas moi c'est l'image que j'ai d'eux c'est peut-être erroné... après pour les autres que ce soit les Tiktokeurs ou les Youtubeurs... fin je pense pour les Youtubeurs il faut de base, fin pas tous mais en majorité, ils ont juste fait des vidéos pour le fun peut-être et pour rire, des trucs comme ça. En fait c'est pour les Tiktokeurs que c'est le plus flou, je n'arrive pas vraiment à comprendre pourquoi ils se sont lancés sur Tiktok. Oui, non mais après je ne sais pas pourquoi mais pour les Tiktokeurs c'est flou pour moi, Tiktok, que ce soit leur prénom ou leur raison... fin par exemple il y en a un qui disait qu'il s'était lancé sur Tiktok pour apprendre à faire de la danse, oui... il fait juste ça pour kiffer sa vie entre guillemets, mais après y en a certains, fin peut-être qu'ils voulaient juste faire des genres de sketch, montrer du contenu qui les intéressés en fait. Comme sur YouTube mais en format de temps réduit je pense.

ME : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé d'être déçu par un influenceur, par ses propos ou son comportement ? Pourquoi ?

THOMAS : Non, fin je sais pas, il n'y a pas à développer. Les influenceurs que ce soit quand ils changent de contenu fin, je suis pas particulièrement déçu, j'irai pas voir le nouveau contenu s'il ne m'intéresse pas ou j'irai voir et parce que ça m'intéresse pas j'irai pas continuer à voir mais déçu euh... non. Puis là je pense aux polémiques autour de J.K. Rowling, l'auteure, qui a été transphobe, beh que ce soit ceux qui ont pris parti pour elle ou contre elle... peu importe le parti qu'ils ont pris ça m'a pas déçu vu que c'est leur opinion et puis généralement qu'ils soient contre elle ou pour elle, ils arrivaient bien à défendre leurs arguments, bien expliquer leurs opinions et finalement, il y en a même certains qui soutenaient J.K. Rowling mais qui n'étaient pas pour autant transphobe, qui arrivaient à expliquer leur propos, pas à amoindrir mais à réussir à exprimer leur propos de manière claire et à essayer de comprendre ce qu'elle voulait dire, sans pour autant que eux soient transphobes. Mais sinon je n'ai pas été déçu par un influenceur parce qu'il n'y a pas assez de proximité entre guillemets.

ME : Est-ce que ça t'est déjà arrivé de ne pas faire confiance à un influenceur ? De ne pas croire ce qu'il disait ?

THOMAS : Non. De tête je n'ai pas de souvenir précis mais ça m'est sûrement arrivé de ne pas croire ce qu'ils disent.

ME : Quel type de contenu ?

THOMAS : Non, je ne me souviens même pas mais ça a dû m'arriver mais si c'est le cas en tout cas je ne m'en souviens pas.

ME : Comment tu penses qu'ils gagnent de l'argent (placements de produit, responsabilité)

THOMAS : Alors ça justement j'aimerais bien savoir, je sais pas si c'est selon le nombre d'abonné, selon le nombre de like sur leur vidéo ou sur leur post, mais j'arrive pas à comprendre comme grâce aux abonnés qui s'abonnent, qui likent et qui commentent, qui font tout ça gratuitement, comment ils peuvent gagner de l'argent. J'arrive pas à comprendre comment ils font pour gagner matériellement de l'argent.

(Conversation et explication. Qu'est-ce que tu penses de ça ?)

THOMAS : Alors par exemple pour l'exemple des dons sur Twitch, moi j'ai jamais fait de dons mais je pense que chacun fait ce qu'il veut de son argent, mais je sais que moi je ne le ferai pas, fin je veux dire je suis pas riche, j'ai pas d'argent à jeter par les fenêtres. Même si j'adore les streamers, je suis désolé mais je ferai pas de dons, après c'est chacun qui fait comme il veut, enfin ceux qui le font je juge pas et c'est tant mieux mais après j'ai pas suivi beaucoup de live sur Twitch mais il me semble que c'est des petits dons, c'est pas par dizaine ou par vingtaine d'euros, genre je pense pas que ce soit la principale source de revenu. Après pour les partenariats, quand c'est pas trop forcé, j'aime beaucoup, enfin je veux dire l'idée est chouette pour les gens, dire oh purée j'adore Squeezie, puis il a fait un partenariat avec Gemo, bah oh tiens ce pull finalement il est peut-être pas mal, bon là c'est cliché peut-être mais je veux dire ça peut être bien des marques de vêtements ou de téléphone, de faire des partenariats avec des influenceurs pour les communautés, pour découvrir certaines choses, puis si ça peut rapporter à la communauté et aux marques et aussi aux influenceurs, bah moi je trouve ça chouette, les partenariats, enfin quand c'est pas trop forcé.

ME : C'est quoi trop forcé pour toi ?

THOMAS : Non Bah euh un Youtubeur sur ces 10 vidéos il va vraiment en parler sur les 10 vidéos, enfin j'ai vu une vidéo parodique qui avait fait un partenariat avec la marque RhinoShield, et bon, elle en avait parlé que dans une seule vidéo, mais dans la vidéo qui durait une vingtaine de minutes, elle a réussi à le placer avec des petites blagues et tout au moins 3 ou 4 fois alors bon comme c'était sous forme de blague c'était amusant et tout mais ça par exemple ça pourrait être le genre de truc forcé.

ME : Tu penses que certains partenariats sont plus appropriés que d'autres ?

THOMAS : Non, bah un partenariat avec une marque de téléphone, une marque de vêtement, un jeu vidéo ou une marque de biscuit, pour moi c'est pareil quoi. Les personnes de télé réalité je connais pas trop, à part Nabilla et Afida Turner, puis leur partenariat je connais pas non plus. Pour moi c'est très flou.

Entretien avec Arthur et Bastien

ME : Est-ce que tu peux me donner le nom de quelques influenceurs que tu suis ?

ARTHUR : Des Youtubeurs. Moi je ne suis que des Youtubeurs. Squeezie, Joyca.

BASTIEN : Moi aussi sur YouTube c'est un peu le même genre de personne que je suis, Squeezie, tout ça, après sur Tiktok, c'est pas forcément tout le temps des gens connus, et

Instagram non plus. Par exemple une qui s'appelle Esile HEP, c'est son nom de famille. Son contenu c'est plus lifestyle, elle partage sa vie, elle fait des vidéos aussi sur YouTube sur ce qu'elle aime.

ARTHUR : Moi, encore un Youtubeur ? Il y en a après je peux en citer des moins connus, c'est des gens qui jouent à des jeux en particulier. Alors il y a Fuze3, il joue à Minecraft mais il y en a d'autres qui jouent à Minecraft mais moins connus. Après il y a des streamers, bon il y a Zerator pour quand il fait des événements importants, Ponce, je sais pas euh je regarde...

BASTIEN : Du coup là je vais dire ceux à qui je suis abonnée : il y a Maxence, Ponce, Ines Reg, Thomas Goldberg il est acteur et humoriste, enfin influenceur du coup et acteur. Voilà.

ME : Comment tu les as connus ?

BASTIEN : Par exemple sur Tiktok en scrollant je tombe dessus et si ça me plaît je m'abonne, après YouTube c'est plus des personnes connus donc qu'on voit dans des vidéos d'autres personnes ou à la télé, je sais pas. Et avec les amis après on discute...

ARTHUR : Moi c'est pareil, ce sont soit des gens connus que tout le monde connaît, sinon j'ai pas été les chercher, par exemple le domaine de l'informatique ça m'intéresse, un jour j'ai vu une vidéo, d'ailleurs quand on ouvre Google (YouTube) là y a les trucs, et là il m'a mis une vidéo et j'ai cliqué dessus et depuis bah je les regarde. Et depuis ça m'intéresse. Avant ça ne m'intéressait pas tellement, je suis tombé sur la vidéo comme ça et depuis voilà. Et donc je m'intéresse à d'autres de ce domaine-là. Après voilà les autres c'est soit parce que c'est connu soit parce que c'est des gens qui étaient avec des gens connus donc voilà. Souvent je connaissais de nom l'autre personne donc je suis allée voir.

ME : Est-ce que dans ces noms que tu m'as donnés il y en a que tu préfères particulièrement ? Pourquoi ?

BASTIEN : Du coup Esile, dont j'ai parlé au début celle-là je la suis beaucoup c'est surtout parce que ça se rapproche aussi de ce que j'aime, ce qu'elle fait. Après j'aime les gens qui sont naturels, tout ça. Après je suis aussi un photographe qui s'appelle Jonathan Vertin et j'aime bien aussi beaucoup ce qu'il fait parce que la photo j'aime ça et j'aime la personnalité de la personne.

ARTHUR : Moi je les aime tous pareil, après il y a des vidéos que je préfère regarder, par exemple les vidéos y en a qui sont bien plus qualitative on va dire. Par exemple Cyprien quand il sort une vidéo, bon voilà, c'est que la vidéo elle va forcément être bien, par exemple il y en a qui sortent une vidéo, des gens qui jouent dont je vais pas forcément regarder la vidéo parce qu'ils en sortent 2 fois par jour et que voilà ça fait un peu beaucoup. Quand c'est un peu toujours la même chose [j'ai pas forcément envie de regarder], là par exemple les vidéos de Squeezie où il raconte des histoires c'est intéressant. Et tandis qu'après comme je dis, il y en a qui sortent plus ou moins la même chose. Les gens que je regardais qui jouaient à Minecraft c'est un peu toujours la même chose, le titre, c'est à peu près tout le temps la même chose et du coup je regarde plus trop. Tant mieux pour ceux qui découvrent parce que c'est quand même des bonnes vidéos mais au bout d'un moment ça se répète. Ça me lasse.

ME : Si tu as plusieurs vidéos sur Twitch en même temps, tu choisis laquelle ?

ARTHUR : Alors soit la première qui est là [rire], des fois j'hésite, quand je vois des vidéos je sais pas laquelle regarder en premier, parce que j'aurai pas le temps de toute les regarder donc... ça dépend du cas, soit vraiment je fais un peu au pif, de toute façon je les regarderai plus tard quand j'aurai le temps. Ça dépend aussi du sujet de la vidéo.

ME : Si tu devais mettre X dans une catégorie, tu les mettrais dans laquelle ?

BASTIEN : Déjà je pense qu'en fonction des applications où ils sont c'est différent. On ne regarde pas quelqu'un pareil quand il est sur YouTube ou sur Instagram. Là ils sont que sur Instagram, et sur Instagram ce n'est pas des grosses vidéos. Ils font des vidéos réactions, ils partagent plus leurs vies

ARTHUR : Moi je regarde surtout YouTube, Instagram non. Donc YouTube c'est très différent, il y en a qui profitent des trucs qui se passent et qui sortent que de la tendance. Et il y en a qui continuent de faire des vidéos qui les intéressent. Donc par exemple, il y en a qui ne font que des vidéos réactions, je trouve ça moins intéressant, et il y en a qui font des gros concepts, McFly et Carlito par exemple font souvent des grosses vidéos. Il y en a qui se répètent, qui font toujours un peu le même contenu comme ceux que j'ai cité tout à l'heure, ils sont pas connus, TheGuill84 ou Geb (??) toujours la même chose, donc ça s'est une catégorie, puis ceux qui font des gros projets, bon ils ont du budget après, ils peuvent faire des grosses vidéos.

ME : Ceux qui ne sont pas connus et que tu viens de citer, ils sont complètement inconnus ? C'est des contenus exprès pour YouTube ou c'est des rediffusions ?

ARTHUR : En général c'est exprès pour YouTube, mais après ils *live*nt souvent et après ils construisent leur vidéo à partir du live mais c'est remonté. En live c'est un peu long à regarder.

ME : Qu'est-ce qui te plaît chez ces influenceurs, (pourquoi tu les suis) ?

BASTIEN : Moi c'est vraiment leur personnalité ? J'aime bien les retrouver dans les vidéos parce que je sais que peu importe ce qu'ils font je vais accrocher. Les photographes que je suis c'est parce qu'ils font de la photo et que vraiment ça me plaît. Par exemple un photographe qui a une bonne personnalité et qui fait de la photo en plus c'est vraiment le top. C'est plus ceux-là que je vais suivre. Les photographes je les suis sur YouTube, Instagram et Tiktok. Sur Instagram il partage ces photos et en story par exemple il partage ses backstages ou des trucs comme ça et sur YouTube c'est par exemple il fait une balade à New York, il filme comme il prend des photos ou des voyages, ça reste un lien avec la photo.

ARTHUR : Ben il y en a c'est la personne et d'autres c'est le contenu. Par exemple Squeezie je regarde pour le contenu, je l'aime bien voilà mais par exemple Squeezie gaming je regarde pas, les jeux ne m'intéressent pas donc voilà. Tandis qu'il y en a, ils peuvent jouer à des jeux que j'aime pas trop je regarderai quand même parce que c'est eux et voilà. Je regarde pour la personne et non plus ce qu'il fait. Par exemple ceux qui jouent à Minecraft avant, s'ils avaient joué à autre chose j'aurais continué à regarder, même s'ils avaient joué à autre chose, d'ailleurs ils ont fait des vidéos exceptionnelles où ils jouent à autre chose. Par exemple la ZLan je regarde eux et à la ZLan ils jouent à pleins de jeux, voilà.

ME : Est-ce que vous trouvez que ces influenceurs s'y connaissent sur ces sujets-là ?

BASTIEN : Ben moi j'ai l'impression qu'ils s'y connaissent, après peut être que je me fais avoir. Quand on vit que c'est vraiment naturel [rire], ça se voit. Quand ils en font leur métier, je pense qu'ils s'y connaissent.

ARTHUR : Je pense que oui ils sont compétents, après ceux qui jouent on les prend comme des modèles en mode on devrait faire comme eux, mais après c'est sûr qu'ils sont compétents. Les gens qui font des grosses vidéos, des gros projets, là il y a une équipe et c'est sûr qu'ils sont compétents. Ils sont à l'aise, ils savent convaincre puis en même temps ils ont beaucoup d'abonnés, on pourrait dire les abonnés ça veut rien dire finalement, ils ont une forte croissance et du coup ils en ont profité donc voilà mais ils sont à l'aise, ils savent convaincre.

ME : Est-ce que tu es attentif.ve au nombre de likes + d'abonnés

BASTIEN : Oui, après c'est pas forcément un frein à s'abonner à la personne, c'est pas parce qu'il a peu d'abonné qu'il ne sait pas faire. Mais c'est sûr que si on voit qu'il a beaucoup d'abonnés, on se dit qu'il s'y connaît dans le domaine.

ARTHUR : Il y en a qui ont très peu d'abonné et ça se trouve ils sont aussi compétents, c'est pas aléatoire finalement mais presque. Là il y en a qui ont grandi énormément soit grâce à une vidéo qui a fait le buzz e donc qui les à fait connaître et il y en a qui font quelques vus et qui n'augmentent pas. Et quand on voit qu'une vidéo n'a même pas 100 vues, c'est vrai qu'on ne la regarde pas forcément alors que s'il faut elle est très bien. Moi s'il n'y a pas beaucoup de vues, je pense pas que je vais la regarder. J'ai regardé un streamer qui avait que 50 viewers et finalement c'est très bien ce qu'il fait. Je suis abonné à sa chaîne YouTube, il n'a même pas 3000 abonnés et je regarde ses vidéos, mais c'est vrai que quand je vois ses vidéos je regarde moins alors qu'elles sont très bien. Je me dis qu'il y a moins de gens qui connaissent, finalement. Ce qui est bien quand il y a moins de viewers c'est qu'au moins il voit les messages, il voit tout. Donc si on veut lui parler il connaît tout le monde et en live c'est peut-être intéressant.

ME : Est-ce que tu es attentif aux commentaires du contenu que tu regardes ?

BASTIEN : Moi je regarde pas beaucoup de live, mais quand il y en a je regarde oui, ça fait passer le temps.

ARTHUR : Oui, moi les commentaires YouTube, les premiers. Ou quand je trouve que dans la vidéo YouTube y a un truc bizarre je regarde les commentaires pour voir s'il y en a [qui en parlent]. Après je ne mets jamais de commentaires sur YouTube et en live je lis le chat quand il ne fait pas grand-chose, c'est un peu long. Je vois ce dont les gens discutent. Après quand c'est important genre par exemple regarder la Zlan sur le stream de ZeratoR je regarde pas le chat, façon ça va trop vite. Ça m'apporte pas grand-chose. Quand le streamer regarde pas le chat ça sert à rien.

ME : Est-ce que tu suis les influenceurs que tu apprécies (ou parler d'un cas précis) sur plusieurs plateformes ? Pourquoi ?

BASTIEN : Oui, quand je suis un influenceur j'essaye de le suivre sur toutes les plateformes. Enfin, celle que j'utilise. Esile, les photographes, Squeezie...

ARTHUR : Moi du coup vu que je n'utilise pas Instagram et Tiktok, je fais YouTube et twitch. Après il y a des streamers où je ne regarde pas la chaîne YouTube déjà parce qu'ils ne font pas de contenus ou alors rarement, mais après il y a les deux : les streamers dont je ne regarde pas la chaîne et des Youtubeurs où je vais pas voir s'ils sont sur Twitch. Il y en a la majorité où je regarde à peu près sur les deux.

ME : Est-ce que le contenu produit est différent d'une plateforme à l'autre ?

BASTIEN : Ben je trouve qu'Instagram c'est plus personnel et YouTube très préparé. Tiktok c'est un peu le bazar, ils font ce qu'ils veulent.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu n'aimes pas ? Est-ce que tu pourrais me dire pourquoi ?

ARTHUR : Moi il y en a je vois des vidéos avec des gros titres en majuscules, ils font toujours pareil, ça m'énerve un peu. Mais que je n'aime pas, non... je vais pas dire « à celui-là je l'aime

pas », des fois il y en a j'aime pas trop la façon dont ils présentent leur vidéo mais après je regarderai pas et voilà.

BASTIEN : J'ai pas trop d'exemples là. Celui qui me vient en tête c'est David Lafarge (Pokémon), sa personnalité, comment il fait les choses des fois, il y a eu un scandale et j'ai pas aimé comment ça a été représenté avec lui. Il faisait un peu sa victime sur les réseaux et j'ai pas trop aimé. J'ai pas trop compris ce qu'il s'est passé. Vu que je l'aime pas je regarde pas trop.

ME : Est-ce qu'il y a des influenceurs que tu appréciais avant et que tu as arrêté de suivre ?

BASTIEN : Moi non.

ARTHUR : Moi non plus, à part du coup il y en a que je regarde plus parce que le contenu c'est le même, trop répétitif, mais après je suis toujours abonné. C'est rare que je me désabonne de chaîne YouTube.

BASTIEN : Moi ça a fait ça avec Amixem au début je suivais beaucoup et maintenant je suis plus du tout alors que je suis abonné parce que je trouve que c'est trop lassant.

ME : Est-ce que c'est le contenu de cet influenceur qui a changé ou ce sont tes goûts/ centres d'intérêts qui ont changé ?

ARTHUR : C'est juste que ça devient trop répétitif, après le contenu je sais pas s'il a changé. Il a essayé de se renouveler (Amixem) en employant des gens avec lui pour que ça change un peu, il a pris 3 personnes avec lui, donc au début ça a relancé un peu, c'était plus drôle et tout mais au final ils se sont appuyés sur ça maintenant, sur les concepts qui marchent donc ils répètent à part vraiment un ou deux qui vont sortir du lot, c'est vrai qu'il a embauché les 3 parce qu'il y a eu la fin de la Red Box donc il s'est retrouvé un peu tout seul (vous pensez quoi de ces 3 autres personnes ?) Ça va ils sont drôles mais ils font toujours les mêmes blagues.

ME : Est-ce que ça t'arrive de quand même regarder le contenu des influenceurs que tu n'apprécies pas ? Pourquoi ?

BASTIEN : [en parlant de Amixem] moi pour le coup, juste la vidéo avec le bois c'est un peu nul et j'ai vraiment fait ça pour voir ce qu'il allait se passer [...] c'est juste pour voir à quel point c'était nul.

ARTHUR : Moi vu qu'il n'y a pas forcément d'influenceur que j'aime pas, je saurai pas répondre.

ME : Est-ce que ça t'arrive de regarder un influenceur avec tes amis ?

BASTIEN : L'autre fois il a vu un extrait de vidéo qu'il a vu et pas moi, et c'était pas un moment qui était drôle. Moi le seul moment où je regarde c'est avec mes cousines parce qu'elles ne regardent pas du tout YouTube et tout et du coup quand on se voit je leur montre les meilleures vidéos même si j'ai déjà vu. Après sinon non. Des fois j'envoie des stories à mes amis si c'est drôle, ce sont souvent des personnes qui suivent. C'est souvent parce que dans la vidéo il y a un truc drôle.

ARTHUR : Des fois, rarement mais oui, fin je n'envoie pas tellement de trucs. Je préfère leur dire de regarder la vidéo parce qu'elle est drôle. Peut-être que je conseille de regarder la vidéo.

ME : Est-ce de manière générale tu parles de X avec tes amis ?

BASTIEN : [rire] bah oui un peu, « ah t'as vu la vidéo de machin ? », c'est pour voir si la personne connaît. Des fois quand on parle d'un sujet par exemple l'humour je demande « ah est-ce que tu connais cet humoriste ? cet influenceur ? »

ARTHUR : Moi je sais que je connais pas grand-chose, je sais à peu près ce que je connais

ME : Est-ce que tu penses que les influenceurs/leur contenu ont un impact rassembleur sur ton groupe d'amis ?

ARTHUR : Oui [rire] ça fait un mini sujet de discussion

[Discussion à propos d'Antoine Daniel et les références générationnelles]

ME : Est-ce que l'avis des autres sur un influenceur t'a déjà fait changer d'avis sur lui ?

ARTHUR : Peut-être. J'ai pas vraiment d'exemple. Si quelqu'un pense quelque chose d'un influenceur je vais pas dire « pourquoi il pense ça, il a totalement tort ». Mais oui ça va peut-être me faire réfléchir sur la personne.

BASTIEN : Moi j'ai pas trop l'impression qu'on me donne son avis sur les influenceurs

ME : Est-ce que tu penses que les influenceurs font en sorte de développer des liens affectifs avec leur public ? Si oui, pourquoi ?

ARTHUR : Ça dépend lesquels parce qu'il y en a qui ont tellement d'abonnés et tout ça qu'ils ne peuvent pas se soucier, ils savent qu'il y a des millions de gens qui les regardent ils se disent tant mieux mais peut-être qu'ils font en sorte que ça plaise un maximum, mais après ils ont pas de gains, tandis que les plus petits, quand tu passes sur le live ils savent que c'est toi, y en a qui se connaissent limite par ça. Je pense que pour plaire ils essayent de répondre au maximum aux critiques après il y en a ils disent oui/non/oui/non, ils peuvent pas répondre à tout le monde, il y en a qui vont critiquer ceci, y en a qui vont dire c'est bien, je sais pas comment ils font, parce qu'il y a toujours des commentaires qui disent que c'est pas bien. Il y en a qui essayent de gérer les critiques et d'autres non. Grâce aux noms que les influenceurs donnent à leur communauté, ça peut donner l'impression de faire parti de cette communauté, c'est bien, ça fait un lien.

BASTIEN : Par exemple, le photographe dont j'ai parlé tout à l'heure, Jonathan Bertin il a créé un discord donc là forcément on se sent encore plus proche de lui, après entre les autres influenceurs je ne vois pas énormément de différence par rapport à la communauté. La plupart que je suis ont beaucoup d'abonnés, je sais pas comment il la gère. Quand je les suis sur leur réseau comme Instagram là on voit beaucoup plus leur vie, on se sent aussi plus proche, et à travers YouTube moins, après peut-être plus les *lives*, mais les vidéos YouTube moins je trouve. Ils ne s'adressent pas directement à nous, enfin si mais c'est peut-être moins spontané, je sais pas.

ARTHUR : C'est sûr qu'en live il y a plus de proximité qu'en vidéo. Pons par exemple il parle avec nous grâce au chat, dans ses *lives*.

ME : Est-ce que tu l'aimes bien ? Est-ce que tu as un attachement ?

BASTIEN : Par exemple sur YouTube je suis un couple qui s'appelle Guillaume et Kim, ils font des vidéos de jeux vidéo et vu qu'ils sortent 2 vidéos par jour, quand je les regarde toutes ça fait presque 1h de vidéo par jour ça fait beaucoup j'ai l'impression de les connaître tout ça.

ARTHUR : En vrai, il y en a un qui a 500 *viewers*, il est calme, il parle calmement dans le chat, voilà je trouve ça très bien c'est sympa de rester sur le live. Voilà lui par exemple je le suivrai pas forcément pour le contenu.

ME : Est-ce que pour toi il/elle a l'air sincère ? Est-ce qu'il y a des éléments qui te font dire qu'il/elle est sincère ou pas ?

ARTHUR : Ben il y en a qui ont commencé plus tôt, ceux-là c'était forcément plus sincère puisqu'avant YouTube... ils gagnaient pas leur vie grâce à ça donc on sait qu'ils ont commencé par passion, est-ce qu'ils continuent par passion ou pour l'argent ? En tout cas voilà ils ont commencé en étant sincère. Y en a qui commencent maintenant qui pensent pas d'abord en mode il faudrait d'abord faire des vues, je pense que ça dépend, il y en a qui sont plus ou moins sincères. Pareil les anciens, il y en a qui disent moins je fais ça par passion, il y en a beaucoup qui disent ça (qui ?) il y en a énormément qui disent ça, tous les connus, Joyca [...] je sais pas, j'ai déjà entendu ça plusieurs fois. C'est compliqué à savoir. Je peux pas savoir [si c'est par passion ou pour l'argent]. On pourrait ne pas s'en rendre compte. En tout cas en live quand ils discutent, tout ça, on sent qu'il est content de faire ça, parce qu'il y en a qui se forcent, ils ont vite craqué. Il y a un ancien Youtubeur Minecraft Siphano qui faisait une vidéo par jour, enfin même pas une par jour, enfin il faisait énormément de chose puis à un moment il faisait plus ça par passion et il a dit « j'ai plus d'intérêt à faire ça » et donc il a arrêté. Enfin, maintenant il est revenu mais est-ce que c'est par passion ? Là il a perdu des abonnés, il avait 2 millions d'abonnés, mais maintenant il fait dans les 80 000 vues par vidéo maximum. Avant ça marchait mais il s'est rendu compte qu'il ne faisait plus ça par passion. Là ils le disent finalement. Ça peut en décevoir certains, après s'il se force peut-être qu'au bout d'un moment ça va se voir, il aura plus autant de projets...

ME : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé d'être déçu par un influenceur, par ses propos ou son comportement ? Pourquoi ?

ARTHUR : Oui, il y a toujours des histoires, des dramas. Par exemple il y en a un que je suivais, apparemment il a triché et il a toujours nié, j'ai arrêté de le suivre pour ça, il s'appelle Chélib [???], il est pas connu. Mais après des dramas ça peut décevoir mais je pense qu'ils en font un peu beaucoup, souvent ils cherchent des éléments « il a fait ça », il fait ce qu'il veut. Par exemple Amixem. Il se répète. Après je suis pas à sa place. Il peut pas vraiment faire plus, il essaye de faire des concepts mais bon voilà.

BASTIEN : J'ai pas trop suivi l'histoire, il me semble qu'avec Norma il y a eu une histoire d'agression sexuelle, bon ça forcément ça déçoit parce que c'est surprenant, et après en même temps il a arrêté YouTube... [hésitation]. Avant je regardais vraiment toutes ses vidéos j'aimais trop et maintenant je regarde plus, plus personne n'en parle.

ARTHUR : Les dramas ça fait qu'on ne suit plus trop la personne. Mais bon après des fois on est influencés, des fois on dit vraiment c'est pas bien, on est déçu mais des fois on est plus influencés que déçus quand même. (La par exemple tu penses que c'est toi qui est déçu ou c'est le côté où plus personne ne regarde ?) Plus personne regarde, et puis je sais qu'il y a des gens qui détestent, qui ne veulent plus entendre parler de lui, donc moi je me dis mais quand même. Je sais pas si je me suis désabonné. On est peut-être influencés, mais des fois c'est quand c'est grave.

ME : Est-ce que ça t'est déjà arrivé de ne pas faire confiance à un influenceur ? De ne pas croire ce qu'il disait ?

BASTIEN : Quand Squeezie raconte des histoires d'horreur, il a fait un nouveau concept où il vivait les histoires d'horreur, et on a l'impression que c'est truqué des fois.

ARTHUR : Ah bah oui quand c'est scénarisé c'est dur à voir... mais on peut toujours se dire que là s'est scénarisé parce qu'ils ont refait... Il n'a pas eu la réaction qu'il fallait et on est un peu dubitatif.

BASTIEN : J'ai pas regardé la dernière vidéo mais j'ai vu une autre où c'était chez un monsieur et qu'il cherchait une clé

ARTHUR : C'était un peu nul des fois. [Raconte une vidéo de Mcfly et Carlito « On appelle des gens au hasard feat. Squeezie contre-attaque avec Joyca qui fait une surprise]

BASTIEN : Peut-être que des fois c'est pas tout à fait vrai, je pense que ça doit être scénarisé. (Vous pensez quoi des vidéos de Mcfly et Carlito avec Macron ?) euh c'est génial. Macron en plus il n'a même pas respecté son gage. C'est réunir deux domaines qui ne sont pas vraiment... Après Macron il a voulu faire passer le message pour les jeunes à travers McFly et Carlito pour que les jeunes soient touchés.

ME : Comment tu penses qu'ils gagnent de l'argent (placements de produit, responsabilité)

ARTHUR : Alors on sait pas vraiment, à part les revenus Twitch qui ont fuité à un moment. On sait pas vraiment combien ils gagnent, après c'est énorme. Les opérations sponsorisées, là en ce moment il y a pleins de vidéos sponsorisées par le même jeu mobile, bizarrement je pense qu'ils payent bien (RhinoShield). Moi j'aime pas trop quand ils font ça, je trouve ça un peu nul, il y en a qui font des collabs avec des trucs qu'ils aiment beaucoup et ça s'est cool quand ils font sur RhinoShield... je sais pas. On peut leur pardonner si c'est pour financer un gros projet, après ils gagnent pas autant qu'on croit normalement, il y en a un qui avait montré, je crois que c'est 50 000 euros, il avait dit qu'il faut ajouter les OP, après ça va à la société, à la société je paye les monteurs, tout le matériel et je me verse 3000 euros, à lui, pour payer son loyer, ses trucs perso. Mais après c'est sûr qu'il en profite, avec l'argent de la société il peut acheter des trucs avec, pour ses vidéos ou quoi. Il y en a peu qui sont transparents avec ça.

BASTIEN : Ils font ce qu'ils veulent. C'est intéressant de savoir mais on sait.

ARTHUR : Après sur Twitch c'est pas compliqué à calculer, il suffit de voir le nombre de sub puis calculer que Twitch prend 50%.

ME : Est-ce que tu penses qu'il y a des partenariats plus ou moins bons ?

ARTHUR : Je sais pas, ils ont une équipe qui gère ça, il y en a qui prennent des partenariats juste parce qu'ils payent, c'est pas ouf, y en a c'est parce que ça leur plaît.

ME : Tu as des exemples ?

BASTIEN : Par exemple Displate, bon c'est dans l'autre catégorie ça, bon voilà ils font tous ça, ça n'a pas vraiment d'intérêt pour la vidéo. Après, je sais pas... Après il y en a qui sont en partenariats avec des périphériques de matériels quoi, je sais qu'il y a des gros streamers qui sont en partenariats avec Logitech, je sais pas vraiment si ça a de l'intérêt. Peut-être que oui.

ARTHUR : Il doit y en avoir des exemples de Youtubeurs qui font des bonnes promotions.

[Présentation Vilebrequin et Winamax]

ARTHUR : Je pense pas que ça ait vraiment de l'intérêt.

BASTIEN : Il y a marqué Winamax partout. C'est pas par passion qu'ils vont parler de Winamax

ARTHUR : Après là au moins ils peuvent payer leur projet, parce que ça coûte cher de péter des voitures.

BASTIEN : Je pense que c'est surtout pour ça surtout s'ils font que ça.

ARTHUR : Peut-être oui, pour payer, ils gagnent pas tant que ça, au début ils gagnaient pas assez de YouTube, c'était la galère, il s'est fait virer de son travail à cause de YouTube et du

coup il gagnait de l'argent rien qu'avec YouTube et c'est grâce à YouTube qu'il peut s'en sortir peut-être.

ME : Donc les partenariats, du moment que ça leur permet de financer leur projet c'est tant mieux ?

BASTIEN : Oui, après quand c'est que pour l'argent bon voilà... par exemple je pense qu'Amixen n'a pas fini de rembourser la Redbox, enfin je crois, c'est peut-être pour ça qu'il fait beaucoup de partenariat, sur des vidéos réactions.

ARTHUR : A mon avis, les plus gros Youtubeurs, ils ont tellement de proposition, ils prennent celui qui paye le mieux.

BASTIEN : J'ai trouvé un exemple de fille qui parle de livre, c'est Rêve ta vie en lecture, par exemple elle a des propositions de maisons d'éditions qui lui disent « est-ce que tu veux parler de ça ou de ça » et elle refuse quand c'est pas un livre, et elle accepte quand un livre lui plaît, alors qu'elle pourrait accepter, parler du livre et gagner de l'argent. Il y en a qui le disent des fois « lui il m'a contacté mais j'ai refusé ».

ME : Vous pensez qu'il y a une responsabilité des influenceurs ?

ARTHUR : Les contrats disent à la marque « on fera 1 million de vues sur cette vidéo » et j'ai vu une fois un post où tu t'abonnais et la personne disait « je n'ai pas fait assez de vues sur cette vidéo, je vais avoir des problèmes avec la marque, venez regardez la vidéo » parce qu'elle était sponsorisée. Eux ils ont la pression, c'est pour ça qu'il y en a qui ont des équipes et les moins connus n'en ont pas. Voilà, il y en a qui s'en occupent eux même, c'est plus compliqué je pense.



Attestation de non-plagiat

Je soussigné.e **Mathilde Esperce**

Auteur.e du mémoire de master 2 MEEF intitulé :

Pratiques et opinions des adolescents sur les influenceurs

déclare sur l'honneur que ce mémoire est le fruit d'un travail personnel, que je n'ai ni contrefait, ni falsifié, ni copié tout ou partie de l'œuvre d'autrui afin de la faire passer pour mienne.

Toutes les sources d'information utilisées et les citations d'auteur.e.s ont été mentionnées conformément aux usages en vigueur.

Je suis conscient.e que le fait de ne pas citer une source ou de ne pas la citer clairement et complètement est constitutif de plagiat, que le plagiat est considéré comme une faute grave au sein de l'Université, pouvant être sévèrement sanctionnée par la loi (art. L 335-3 du Code de la propriété intellectuelle).

En signant ce document, je reconnais avoir pris connaissance sur le site de l'Université des éléments d'informations relatifs au plagiat et des responsabilités qui m'incombent.

Pour plus d'informations : suivez le lien ["Prévention du plagiat" via l'ENT - Site Web UT2J](#)

Fait à **Toulouse**

le **20/06/2022**

Signature de l'étudiant.e

